



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Francisco Rui Marques Godinho

**HÁBITOS DE USO DE INFORMAÇÃO
ACADÉMICA DIGITAL DOS ESTUDANTES
UNIVERSITÁRIOS
ESTUDO DE CASO NA FACULDADE DE LETRAS
DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA**

Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação, orientada pela Professora Doutora
Liliana Isabel Esteves Gomes, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e
Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Outubro de 2021

FACULDADE DE LETRAS

HÁBITOS DE USO DE INFORMAÇÃO ACADÉMICA DIGITAL DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

ESTUDO DE CASO NA FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Dissertação
Título	Hábitos de uso de informação académica digital dos estudantes universitários
Subtítulo	Estudo de caso na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Autor/a	Francisco Rui Marques Godinho
Orientadora	Liliana Isabel Esteves Gomes
Júri	Presidente: Doutora Maria Cristina Vieira de Freitas Vogais: 1. Doutora Ana Rita de Sousa Aguiar Carrilho 2. Doutora Liliana Isabel Esteves Gomes
Identificação do Curso	2º Ciclo em Ciência da Informação
Área científica	Ciência da Informação
Data da defesa	03/12/2021
Classificação	17 valores

1 2 9 0



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

AGRADECIMENTOS

A elaboração e conclusão desta dissertação é um marco importante no meu percurso académico na FLUC e na UC.

Importa, agora, reiterar o meu sincero agradecimento a todos os que contribuíram para alcançar este objetivo.

Agradeço a todos os professores que tive e a todos os docentes da FLUC que lecionaram as diversas unidades curriculares que realizei, pela informação e conhecimentos transmitidos.

Agradeço a toda a minha família, mãe, irmão, avós Leonor e Alípio, ao meu tio Jorge e ao meu primo João, por apesar de muitas vezes eu estar ausente, eles estarem sempre lá para me amparar.

À minha orientadora, professora e amiga, Professora Doutora Liliana Esteves Gomes, um marco importante em todo o meu percurso académico, pautando-se por me transmitir valores como a dedicação, a excelência, o rigor, o trabalho científico, sem si nada disto tinha sido exequível.

Aos meus amigos que são a família, aos que vêm de há muito e aqueles que não há muito já se tornaram tanto, que eu escolhi e graças a Deus escolhi os melhores, a todos eles o meu muito obrigado, sem eles não seria possível concluir esta caminhada.

Por fim, e não menos importante um agradecimento do tamanho do mundo a toda a comunidade académica estudantil de Coimbra, por me ter proporcionado, 5 anos de crescimento pessoal e profissional, por me deram a oportunidade de ser eu, aprender e trabalhar, a todos o meu muito obrigado, aos Duros, a Letras, à Associação Académica de Coimbra e, em individual, a três referências que me são muito particulares, Bruno Miguel Carvalho, Paredes e Pedro Tiago, sem vocês não tinha sido possível.

RESUMO

A utilização da tecnologia para facilitar a aprendizagem nas universidades e noutras instituições, bem como para divulgar informação institucional e tornar mais céleres os processos administrativos tornou-se uma prática comum devido à sua capacidade de reduzir as barreiras relacionadas com o tempo e o espaço.

Da utilização da tecnologia à utilização da informação digital resulta a experiência dos indivíduos, em diversos contextos da vida pessoal, académica e profissional.

O presente estudo tem como objetivo geral analisar os hábitos de uso de informação académica digital dos estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC). Especificamente, pretende-se: contextualizar o cenário informacional digital atual; analisar a presença da FLUC na Web 2.0; identificar os recursos tecnológicos (página web, redes sociais e plataformas) utilizados pelos estudantes da FLUC na consulta de informação académica digital, bem como o seu uso.

Optou-se por uma investigação de tipo exploratória e descritiva com abordagem de análise quantitativa. O estudo aplicado concretizou-se com recurso a um questionário.

Dos resultados obtidos no estudo aplicado releva-se: os estudantes utilizam como fontes digitais para obter informação académica essencial, a plataforma InforEstudante (98%), a página web da Faculdade (54,6%) e a plataforma UC Student (44,1%); 78,8% utilizam com regularidade o InforEstudante; 60,1% dos alunos raramente utilizam a página web da FLUC; sendo o InforEstudante a plataforma de apoio aos candidatos, estudantes e antigos estudantes, os alunos utilizam-na principalmente para realizar inscrição em cursos e unidades curriculares (95,8%), consultar material de apoio (94,4%), submeter trabalhos (90,8%), consultar informação sobre unidades curriculares (88,9%), consultar pautas (87,9%) e consultar horário escolar (85,9%); 48,7% dos estudantes tem conhecimento da presença da Faculdade nas redes sociais Facebook, Instagram e Youtube.

Conclui-se que a necessidade de informação e a fonte de informação são os principais determinantes do uso da informação académica digital.

Palavras-chave: Uso informacional; Informação académica digital; Estudantes universitários; Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra; Comportamento informacional.

ABSTRACT

The use of technology to facilitate learning in universities and other institutions, as well as to disseminate institutional information and speed up administrative processes has become a common practice due to its ability to reduce barriers related to time and space.

From the use of technology to the use of digital information comes the experience of individuals in various contexts of personal, academic and professional life.

This study aims to analyse the digital academic information use habits of students at the FLUC - Faculty of Arts and Humanities of the University of Coimbra. Specifically, it intends to: contextualize the current digital informational scenario; analyse the presence of the FLUC in Web 2.0; identify the technological resources (webpage, social networks and platforms) used by FLUC students to consult digital academic information, as well as their use.

An exploratory and descriptive research with a quantitative analysis approach was adopted. The case study was carried out using a questionnaire.

The results obtained from the case study are the following: students use, as digital sources for obtaining essential academic information, the InforEstudante platform (98%), the Faculty webpage (54,6%) and the UC Student platform (44,1%); 78,8% regularly use InforEstudante; 60,1% of students rarely use the FLUC webpage; InforEstudante being the support platform for applicants, students and former students, students use it mainly to register in courses and curricular units (95,8%), consult support material (94,4%), submit scholarly works (90,8%), consult information about curricular units (88,9%), consult timetables (87,9%) and consult school schedules (85,9%); 48,7% of students are aware of the Faculty presence in the social networks Facebook, Instagram and YouTube.

It is concluded that the need for information and the source of information are the main determinants of the use of digital academic information.

Keywords: Information use; Digital academic information; University students; Faculty of Arts and Humanities of the University of Coimbra; Information behavior.

LISTA DE SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

AAC	Associação Académica de Coimbra
CI	Ciência da Informação
FAHUC	Faculty of Arts and Humanities of the University of Coimbra
FLUC	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
NEFLUC/AAC	Núcleo de Estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra da Associação Académica de Coimbra
NONIO	NOvo sistema académico uNIversitáriO
SGA	Serviço de Gestão Académica
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UC	Universidade de Coimbra
WOC	Web on Campus

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS

Figura 1: As 5 gerações.....	7
Figura 2: Evolução da Web.....	12
Figura 3: Departamentos da FLUC.....	26
Figura 4: Cursos da FLUC.....	27
Figura 5: Página web da FLUC no domínio uc.pt.....	29
Figura 6: Página web da FLUC - "Estudantes".....	30
Figura 7: NONIO.....	31
Figura 8: Número de seguidores da FLUC nas redes sociais.....	33
Figura 9: Facebook FLUC.....	34
Figura 10: Instagram FLUC.....	35
Figura 11: YouTube FLUC.....	36
Figura 12: Twitter FLUC.....	38
Gráfico 1: Ciclo de estudos frequentado.....	40
Gráfico 2: Curso de 1.º ciclo frequentado.....	41
Gráfico 3: Curso de 2.º ciclo frequentado.....	42
Gráfico 4: Curso de 3.º ciclo frequentado.....	42
Gráfico 5: Fontes digitais utilizadas para obter informação essencial no percurso académico.....	43
Gráfico 6: Regularidade na utilização do InforEstudante.....	43
Gráfico 7: Utilização do InforEstudante.....	44
Gráfico 8: Frequência de consulta das notificações.....	45
Gráfico 9: Meio utilizado para consulta das notificações.....	45
Gráfico 10: Dificuldades sentidas em relação às notificações do InforEstudante.....	46
Gráfico 11: Conteúdos das notificações essenciais.....	47
Gráfico 12: Utilização da UC Student no último ano letivo.....	47
Gráfico 13: Funcionalidades da UC Student utilizadas.....	48
Gráfico 14: Grau de importância na utilização da UC Student.....	48
Gráfico 15: Redes sociais utilizadas pelos estudantes.....	48
Gráfico 16: Conhecimento da presença da FLUC em redes sociais.....	49
Gráfico 17: Páginas Facebook seguidas pelos estudantes.....	49
Gráfico 18: Conteúdos consultados no Facebook.....	50
Gráfico 19: Páginas Instagram seguidas pelos estudantes.....	50
Gráfico 20: Conteúdos consultados no Instagram.....	50
Gráfico 21: Canais YouTube seguidos pelos estudantes.....	51
Gráfico 22: Conteúdos visualizados no YouTube.....	51
Gráfico 23: Utilização da página web da FLUC.....	52
Gráfico 24: Conteúdos consultados na página web da FLUC.....	52
Gráfico 25: Perfil.....	53
Gráfico 26: Género.....	53
Tabela 1: Seleção de resultados de pesquisa - estudos aplicados.....	23

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	iii
RESUMO	iv
ABSTRACT	v
LISTA DE SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS	vii
INTRODUÇÃO	1
1. HÁBITOS INFORMACIONAIS NO SÉCULO XXI	5
1.1 Millenials <i>versus</i> Gerações Z e Alpha.....	5
1.2 Dos consumidores de informação aos <i>Prosumers</i> na Web	12
2. COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS	18
2.1 Conceito e alcance.....	18
2.2 Visão dos estudos aplicados	20
3. FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA NA WEB 2.0	25
3.1 “Quem somos” – breve apresentação.....	25
3.2 Informação e serviços académicos online	28
3.3 Redes Sociais.....	33
4. HÁBITOS DE USO DE INFORMAÇÃO ACADÉMICA DIGITAL DOS ESTUDANTES DA FLUC	39
4.1 Metodologia	39
4.2 Análise de resultados.....	40
4.3 Reflexão	54
CONCLUSÃO	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
APÊNDICES E ANEXOS	66
Apêndice 1 – Instrumento de recolha de dados: Questionário aos estudantes.....	67
Anexo 1 – Formulário @AcadémicosUC e Inforestudante	77
Anexo 2 – Inforestudante	77
Anexo 3 – UC Student	78

INTRODUÇÃO

Esta dissertação foi elaborada no âmbito do Mestrado em Ciência da Informação (CI), da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC). Desenvolveu-se uma investigação centrada nos hábitos de uso de informação académica digital dos estudantes universitários, mediante um estudo de caso na FLUC.

As motivações para esta investigação resultam de aspetos de natureza pessoal, académica e profissional.

Desde muito cedo que pautei a minha vida pessoal e académica pelo gosto inigualável de poder ajudar os outros. No associativismo, encontrei uma das minhas paixões, a entajuda de estudantes para estudantes, o estar atento ao outro. A observação dos meandros das estruturas organizativas estudantis e, acima de tudo, o poder trabalhar para a construção de uma educação acessível a todos, com as mesmas oportunidades, são o resultado do labor realizado.

Neste âmbito, desde os meus 14 anos, tive a oportunidade de descobrir este mundo, com a participação no concurso nacional “Parlamento dos Jovens” e no “Parlamento Europeu dos Jovens”, a nível internacional. Estes dois eventos, foram o marco que me fez descerrar horizontes, pois os jovens são pedra basilar para um crescimento sólido e integrante de uma sociedade.

No último ano do ensino secundário, tive a primeira oportunidade de liderar e ser voz ativa na luta e construção do interesse dos estudantes, pois fui eleito Presidente da Associação de estudantes da Escola Básica e Secundária Quinta das Flores, em Coimbra, após ter no ano anterior exercido as funções de presidente do Conselho Fiscal da referida associação.

Nesta missão que me foi dada por todos os estudantes daquela escola, percebi o quão importante é o estar atento, disponível e pronto a ouvir cada um dos estudantes, uma vez que são eles a génese de qualquer escola, universidade, politécnico. Ter a oportunidade de poder ouvi-los e levar as suas dificuldades, que por vezes passam despercebidas às estruturas dirigentes, fez com que ganhasse a clara evidência de que a ponte entre os estudantes e o corpo docente é fundamental na construção de uma educação melhor e mais sustentada.

Após ingressar no ensino superior, na FLUC, surgiram as oportunidades que, para além da vivência académica, me permitiram crescer e desenvolver como pessoa e como estudante. Todavia, não como mais um estudante, mas sim alguém que quer melhorar o ensino, ajudar a resolver os problemas que, essencialmente, quer ajudar os seus colegas e a comunidade académica a construir, solucionar e dar seguimento a uma educação cada vez mais inclusiva, abrangente e de iguais oportunidades para todos.

Nesta fase, tive a enorme honra de poder ser dirigente associativo da maior e mais antiga associação de estudantes do país, a Associação Académica de Coimbra (AAC). Exerci os cargos de coordenador do pelouro de Relações Internacionais do Núcleo de Estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra da Associação Académica de Coimbra (NEFLUC/AAC) e de coordenador do pelouro de Relações Internacionais da Direção Geral da Associação Académica de Coimbra.

Com esta experiência de dirigente associativo aprendi que podemos sempre ajudar o outro, neste caso as/os estudantes, há sempre algo a melhorar e o associativismo ensinou-me a estar atento a todos. No seguimento de tudo isto, e através das diversas competências que fui adquirindo, deparei-me com problemas, dificuldades minhas e de grande parte dos estudantes, e uma delas resulta na estruturação e desenvolvimento deste trabalho.

Nos meandros do meio académico e dentro da instituição secular que é a Universidade de Coimbra (UC), existe um enorme fluxo de informação académica que é transmitida por diversos canais aos milhares de estudantes. Neste contexto, é preciso termos em atenção como é divulgada a informação, através de que mensagens, de que canais (ex. email, página web institucional, redes, plataformas) e, acima de tudo, estarmos atentos e conhecermos os hábitos informacionais do público-alvo que se pretende atingir.

Até aos dias de hoje, a sociedade da/o informação/conhecimento tem tido um crescimento no que toca à digitalização e transformação digital, cada vez mais o papel está a ser substituído pelo online.

Esta evolução tornou-se mais evidente com a pandemia Covid-19 que assolou o mundo a partir de março de 2020. “An ongoing outbreak of pneumonia caused by a novel coronavirus, currently designated as the severe acute respiratory syndrome coronavirus-2 (SARS-CoV-2), was reported recently. However, as SARS-CoV-2 is an emerging virus, we know little about it” (Zheng, 2020, p. 1678).

O impedimento das pessoas saírem de casa, a necessidade de alternativas por parte das famílias e empresas para fazerem a sua vida e negócios funcionarem em segurança, as aulas exclusivamente online, o teletrabalho, o impedimento da socialização presencial, a busca de informação online, as consultas médicas por videoconferência, levaram a um *boom* digital mais acentuado e a mudanças com impacto no comportamento informacional dos indivíduos.

Este estudo tem como objetivo geral analisar os hábitos de uso de informação académica digital dos estudantes da FLUC. Como objetivos específicos, pretende-se: contextualizar o cenário informacional digital atual; analisar a presença da FLUC na Web 2.0; identificar os recursos tecnológicos (página web, redes sociais e plataformas) utilizados pelos estudantes da FLUC na consulta de informação académica digital, bem como o seu uso.

O termo “informação académica” corresponde à informação gerada pelas instituições de Ensino Superior, públicas ou privadas. Esta informação tem, todavia, múltiplas aceções: “puede ser interna y caracterizar sus propios procesos (académicos, investigativos, vinculación social y gobernanza), o puede ser información que se entrega a externos como resultado de su actividad investigativa” (Bustos-González, 2018).

No contexto universitário, e numa visão abrangente, respeita a toda a informação necessária à vida académica, em qualquer instituição de Ensino Superior. Numa visão redutora, este termo está associado ao(s) Serviço(s) Académico(s) que disponibiliza informação de apoio ao percurso do estudante, desde a sua candidatura à conclusão de um ciclo de estudos com a respetiva emissão do diploma.

Nesta investigação, entende-se por informação académica digital toda a informação disponibilizada pela FLUC aos seus estudantes, na respetiva página web, redes sociais e plataformas: informação sobre cursos, docentes, planos de estudos, horários, calendário escolar, calendário de exames, unidades curriculares (programa, bibliografia, avaliação), inscrição em turmas, mobilidade, estágios, prémios e bolsas, associativismo e serviços administrativos.

No que respeita à metodologia desta investigação adotou-se a pesquisa do tipo exploratório e descritivo, com abordagem de análise quantitativa. O estudo aplicado concretizou-se com recurso à pesquisa descritiva e a um questionário, elaborado pelo investigador.

O levantamento bibliográfico incidiu nas seguintes temáticas: Informação Digital, *Prosumers*, Millenials, Geração Z, Geração Alpha, Nativos Digitais, Comportamento Informacional, Estudantes Universitários, Informação Académica.

Esta pesquisa foi concretizada nas seguintes fontes científicas: “EBSCO Discovery Service” (inclui a Biblioteca do Conhecimento online, as bases de dados, a UC Digitalis, o Estudo Geral – repositório digital de produção científica da UC, o portal RCAAP e o catálogo integrado das bibliotecas da UC) e base de dados especializada “Library & Information Science Source” via EBSCO Host.

Posteriormente, procedeu-se a uma pesquisa breve acerca da história da FLUC, que antecedeu a análise da informação académica disponibilizada na respetiva página web, nas redes sociais e plataformas. No estudo de caso, foi também elaborado e aplicado um questionário.

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos, complementando-se todos entre si. O primeiro capítulo aborda os hábitos informacionais no século XXI, com um estudo das características geracionais de *Millenials*, Gerações Z e Alpha e uma análise evolutiva dos consumidores de informação aos *Prosumers*.

No segundo capítulo, é feita uma análise da produção científica relativa ao comportamento informacional dos estudantes universitários.

No terceiro capítulo, aborda-se a FLUC na Web 2.0, analisando-se a sua presença e informação académica disponibilizada na respetiva página web, plataformas e redes sociais.

No quarto capítulo, apresenta-se a metodologia do estudo de caso e explicita-se a elaboração do questionário que visou e permitiu a recolha de dados centrada na identificação dos recursos tecnológicos – página web, redes sociais e plataformas – utilizados na consulta e disponibilização de informação académica digital, bem como o seu uso. Segue-se a análise e discussão de resultados.

No final, apresenta-se a conclusão com reflexões relativas ao trabalho desenvolvido, suas limitações e perspetivas de desenvolvimento futuro. É igualmente listada a bibliografia consultada e citada, bem como os apêndices e anexos desta dissertação.

1. HÁBITOS INFORMACIONAIS NO SÉCULO XXI

1.1 Millenials *versus* Gerações Z e Alpha

A designação “nativos digitais” surge no século XXI para caraterizar os indivíduos que cresceram familiarizados com a tecnologia, como por exemplo computadores, internet e dispositivos móveis. Consequentemente, apreenderam novos hábitos, como processar diversas fontes de informação em simultâneo e o uso intuitivo de ferramentas tecnológicas.

Digital natives have grown up with internet access, depend heavily on mobile devices, heavily consume social networking services, consider speed to be among the most important characteristics of digital products and services, and multitask across devices and between work and entertainment (ALA, 2015).

O termo foi utilizado pela primeira vez em 2001, descrito no artigo "On the Horizon", por Marck Prensky, escritor americano e palestrante na área da educação. Todavia, com o evoluir da interação dos indivíduos com as tecnologias e com o espaço que os dispositivos eletrónicos e as ferramentas digitais foram ganhando no quotidiano, o significado do termo *digital native* tem sido muito discutido.

Digital natives represent the first generation to grow up with this new technology. They are used to all kinds of digital toys and tools, which are an integral part of their life. Digital activity is like a mother tongue for them. They are the generation of technological acceleration, of the Internet and its networks. Growing up in such an environment, they think and process information in a totally different way than previous generations: their thinking patterns have changed, and Mark Prensky says it is likely that their brains have physically changed, too. They are “native speakers” of the digital language (UNESCO, 2011, p. 2).

Para Lee Rainie, diretora da área de Internet, Ciência e Tecnologia do *Pew Research Center*, os nativos digitais não são representados apenas por aqueles que nasceram na era da internet, “they use digital tools naturally, without contemplating how they work. Their brains switch spontaneously to the digital world. Digital technology comes naturally to this generation” (Franco, 2013, p. 644).

O termo “imigrantes digitais”, apresentado também no artigo supramencionado de Marck Prensky, corresponde aos indivíduos que embora não tenham crescido com a tecnologia presente no seu dia a dia, adaptaram-na e adaptaram-se a utilizá-la.

As Digital Immigrants learn – like all immigrants, some better than others – to adapt to their environment, they always retain, to some degree, their "accent," that is, their foot in the past. The “digital immigrant accent” can be seen in such things as turning to the Internet for information second rather than first, or in reading the manual for a program rather than assuming that the program itself will teach us to use it (Prensky, 2001, p. 2).

Em 2017, num artigo publicado na revista “Teaching and Teacher Education” afirmava-se: “o nativo digital é um mito, ele é um yeti com um smartphone, e questionou as características diferenciadas e intrínsecas desse nativo digital, o que causou uma revolução na percepção dessa geração” (Transformação digital, 2018).

O supramencionado termo gera discussão no contexto académico e na sociedade. Esta visão surge nos estudos de vários autores que consideram, por exemplo, existir “a gap between higher education and 21st century skills. Although these are the natural skills of digital native learners, they are not being supported in education” (Teras, Myllyla & Teras, 2011, cit. por Kirschner & Bruyckere, 2017, p. 136).

Criado para definir todos aqueles que nasceram com um contacto direto com as tecnologias, porém várias questões são levantadas, nomeadamente até que ponto sabem usufruir delas na escola e no trabalho, com responsabilidade, com conhecimento de todas as suas potencialidades e domínio de adequadas competências ao nível da literacia digital.

In a study of first-year undergraduate students at Hong Kong University, Kennedy and Fox (2013) found that while students appear to use a large quantity and variety of technologies for communication, learning, staying connected with their friends and engaging with the world around them, they are using them primarily for “personal empowerment and entertainment, but not always digitally literate in using technology to support their learning. This is particularly evident when it comes to student use of technology as consumers of content rather than creators of content specifically for academic purposes (Kennedy & Fox, p. 76) (Kirschner & Bruyckere, 2017, p. 136).

Devido a estas interrogações, temos investigadores que defendem uma educação com base nas tecnologias, capacitando todos os jovens para um bom manuseamento das mesmas e, ao invés, outros que colocam a questão de até que ponto existe mesmo este termo “nativos digitais”, e não apenas uma geração que nasceu mais ligada às tecnologias, defendendo que aquele termo é um verdadeiro mito.

(...) the large-scale *EU Kids Online report* (Livingstone, Haddon, Gorzig, & Olafsson, 2011), placed the term 'digital native' in first place on its list of the ten biggest myths about young

people and technology. They state: “Children knowing more than their parents has been exaggerated ... Talk of digital natives obscures children's need for support in developing digital skills” and that “...only one in five [children studied] used a file-sharing site or created a pet/avatar and half that number wrote a blog... While social networking makes it easier to upload content, most children use the internet for ready-made, mass produced content” (Kirschner & Bruyckere, 2017, p. 42)”. While the concept of the digital native explicitly and/or implicitly assumes that the current generation of children is highly digitally literate, it is then rather strange to note that many curricula in many countries on many continents (e.g., North America, Europe) see information and technology literacy as 21st century skills that are core curriculum goals at the end of the educational process and that need to be acquired (Kirschner & Bruyckere, 2017, pp. 136-137).

Do ponto de vista geracional, os nativos digitais estão associados às designadas gerações Y, Z e Alpha. Assim, importa identificar as suas principais características, no que respeita ao contexto vivencial das mesmas, pois tal vai permitir compreender também os seus hábitos de uso informacional.

Numa abordagem retrospectiva, procuramos seguidamente analisar e sistematizar as gerações (figura 1), do ponto de vista sociológico.



Figura 1: As 5 gerações

Fonte: Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021, p. 22.

Contudo, ressaltamos que estas características geracionais não são aceites por todos os autores, bem como os seus limites cronológicos, ou seja, o início e o fim de cada uma das gerações, existindo divergências. A título exemplificativo, esta dificuldade de existir um consenso, pode facilmente ser compreendida em face da coexistência geracional:

(...) not all digital natives are Millennials - for example, the members of the newest generation, Gen Z, are also digital natives. Plus, not all Millennials are digital natives - there are many members who had limited access to communications technology while growing up (for example, those raised in poverty). (...) It's unclear and unproven whether digital natives actually do differ in their cognitive abilities from digital immigrants (Moran, 2016).

A geração denominada *baby boomer* corresponde aos indivíduos que nasceram no final da Segunda Guerra Mundial e viveram no pós-Guerra. Nascidos entre 1945/46 e 1964, a designação deve-se ao facto de terem nascido durante o período *baby boom*, isto é, a época em que a taxa de natalidade disparou em vários países anglo-saxónicos, depois da Segunda Guerra Mundial ter terminado. Trata-se de uma geração que vivenciou a chegada do Homem à Lua (1969) ou a queda do Muro de Berlim, a 9 de novembro de 1989. Passaram por todo o período da evolução tecnológica e pelo surgimento e desenvolvimento dos meios de comunicação.

Unlike the early Boomers, the late Boomers - also known as Generation Jones - were in economic distress by the time they were teenagers in the turbulent 1970s. Having working parents, they lived independently and worked harder in their early careers. This sub-generation within Baby Boomers was the precursor to Generation X – with whom they share many similar characteristics (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021, p. 22).

A geração X compreende aos nascidos entre 1965 e 1980/1, durante a reconstrução da Europa, após a Segunda Guerra Mundial. Encontrar emprego após um período tão turbulento foi um enorme desafio. “Viveram num momento de revolução e de luta política e social, presenciando escândalos políticos como o assassinato de Martin Luter King. Presenciaram a Guerra Fria, a queda do muro de Berlim, a AIDS e a modificação de conceitos impostos pela sociedade anterior, o que promoveu a adoção de um sentimento de patriotismo” (Santos, 2011, p. 4).

A geração Y ou *Millennials*, também conhecidos como nativos digitais, são os nascidos entre 1981/2 e 1994/96, “indivíduos filhos da geração Baby Boomers e dos primeiros membros da geração X” (Santos, 2011, p. 5).

The term ‘digital native’ was coined by Marc Prensky, an education consultant, in 2001. He argued that digital-native children have vastly different learning requirements than what he called ‘digital immigrants,’ and that digital natives “think and process information fundamentally differently (Moran, 2016).

Para esta geração, a tecnologia faz parte do dia a dia, as suas atividades passam maioritariamente por um ecrã, no entanto, eles não nasceram na sua maioria na era tecnológica, eles nasceram e cresceram na época analógica e migraram para o mundo digital.

Digital natives have a different way of concentrating and being attentive. They generally cannot concentrate for a long time and they go from one task to another in a very short time. They are “multitasking,” or performing several tasks at the same time (in parallel, or moving from one task to another). They prefer learning through visual and graphics rather than reading text. They are used to learning through interactivity and games. They have to be permanently connected, since knowledge is in the connectivity. They are used to a huge amount of information (and must learn how to cope with it, sort it out, and control it) (UNESCO, 2011, p. 7).

Ao invés das gerações anteriores, como consequência da crise económica, esta geração tem uma maior preparação no que toca à dinâmica do mercado de trabalho e determinadas características: “a autoconfiança, a multifuncionalidade – habilidade para executar diferentes tarefas simultaneamente –, o foco no sucesso pessoal, a independência, a tolerância à diversidade, a preocupação com o meio ambiente, o consumismo, a impaciência, o imediatismo, a autenticidade, a liberdade para fazer escolhas e as relações numerosas e diversificadas” (Valente, 2011, pp. 23-24).

A geração Z, também conhecidos como *centennialls* ou centenários, por terem surgido em plena mudança de século, os nascidos entre 1992/96/97 e 2009/2010, caracteriza-se genericamente por já utilizarem desde a infância tablets e *smartphones*. Esta geração é marcada pelo uso regular da internet, estando presente em casa, na sua educação, na sua forma de estar e de socializar. “Empowered by social media, Generation Z records their everyday lives on social media in forms of photos and videos. But unlike Generation Y, who is idealistic, Generation Z is pragmatic” (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021, p. 26).

Porém, se para a geração Y era difícil encontrar trabalho, para esta geração o desafio pode torna-se ainda mais duro. “Esses adolescentes da Geração Z nunca conceberam o mundo sem computador, chats e telefone celular e, em decorrência disso, são menos deslumbrados que os da Geração Y com chips e joysticks” (Ceretta & Froemming, 2011, pp. 15-24).

Os *centennialls* dominam as tecnologias, despreocupam-se com as suas relações interpessoais, embora sejam eles que dão voz às causas sociais na Web. Têm na sua génese o querer tudo o que desejam de forma imediata, uma enorme consequência do mundo digital no qual estão imersos, sendo o seu estilo de vida muito marcado pelos *youtubers*.

Nascidos a partir de 2010, a geração Alpha é marcada pela *World Wide Web* e por mecanismos tecnológicos presentes desde o início das suas vidas. “A geração Alpha será a primeira a vivenciar um novo sistema escolar, personalizado, autónomo, híbrido e baseado em projetos, com foco no aluno e não no conteúdo. Para além disso vive-se um momento em que se preza a diversidade, a espontaneidade, a autonomia e a ausência de estereótipos” (Almeida, 2019, p. 45).

Esta geração influencia, desde cedo, o consumo familiar, daí o incremento das campanhas de marketing para este público-alvo, num “mundo novo”, em que a tecnologia é o ponto central e da qual eles são os principais utilizadores, ignorando as vivências de outras gerações, como o brincar na rua, entre demais atividades, focando o seu tempo e atenção no mundo digital.

As tecnologias e sua evolução são relevantes nas várias gerações até aos dias de hoje, influenciando todas elas, de modo não homogêneo, com maior ou menor preponderância, no que respeita às suas vivências e comportamentos. Em síntese, e embora extensa, consideramos que a citação seguinte é elucidativa do que se afirma:

Las generaciones nacidas desde mediados de los ochenta, “Millenials” o “Generación Y”, y las posteriores, nacidas desde mediados de los noventa, “Generación Z” (Atrevia, 2017) han tenido a su disposición, prácticamente desde su nacimiento, toda la gama de dispositivos digitales, *gadgets* informáticos y una variedad de multipantallas, ya sean como entretenimiento, como información, como comunicación o como relación (relaciones virtuales). Desde *smartphones* a *smartwatch*, pasando por *tablets*, portátiles, PC, infinidad de aplicaciones digitales o la clásica televisión, aunque a través de plataformas digitales y con un sentido diferente, formando parte de la sinergia entre pantallas, la televisión conectada, el *multitasking* y la televisión social. Yendo un poco más allá, las generaciones nativas digitales se definen culturalmente por las diferentes maneras de interacción con la información, la comunicación y relaciones con los demás, ya sean con individuos o con colectivos (Freire, 2007). Pero la población nativa digital viene marcada por la heterogeneidad, pues existen variables que hacen que sus procesamientos sean muy diferentes. Prácticamente todas conocen y utilizan la tecnología con desenvoltura, pero no todas están preparadas para ser sujetos activos de las mismas, de explorar y de crear, aunque raramente serán conscientes de ello, y si lo son, estarán convencidas de superar esas “limitaciones” fácilmente (Granado Palma, 2019, pp. 28-29).

Os *baby boomers* são a geração onde tudo era possível no que toca à socialização, uma geração livre que redefiniu normas e direitos. As suas qualidades fixam-se na competitividade, ao invés a sua grande dificuldade são as competências tecnológicas.

A Geração X demarcou-se pelo aceitar as mudanças, muito cumpridores e disciplinados, tendo como pontos fortes serem independentes, leais e empreendedores, sabem usar as tecnologias. Um estilo de vida estruturada, famílias não tradicionais e o multiculturalismo, bem como a socialização, são as referências da Geração Y. A partir desta geração temos os Nativos Digitais.

As gerações Z e Alpha cresceram a saber usar diversas tecnologias, para estes viver sem elas torna-se impensável. Olham para as tecnologias digitais como parte indispensável do seu quotidiano, consumindo conteúdo por via de vários dispositivos, mesmo em contexto social, numa conexão permanente entre o mundo *online* e o *offline*.

Os centenários são pragmáticos, ao contrário da Geração Y que é idealista, mas convergem no olhar preocupado sobre a mudança social e a sustentabilidade ambiental. Através do seu pragmatismo, a Geração Z está mais confiante no que a si diz respeito, para impulsionar a mudança por meio das suas decisões, por exemplo preferindo marcas que colocam uma forte ênfase na resolução de questões sociais e ambientais, acreditando que as suas escolhas forçam as empresas a melhorar as suas práticas de sustentabilidade, pautando-se ainda por quererem fazer a diferença por meio do voluntariado.

A Geração Alpha corresponde a uma geração moldada pela convergência tecnológica, não sendo apenas nativos digitais, mas também fortemente influenciados pelos comportamentos digitais de seus pais (Geração Y) e irmãos mais velhos (Geração Z).

Esta geração não é apenas experiente em tecnologia, mas também é inclusiva e social, mais aberta ao conteúdo das marcas, sendo a sua aprendizagem muito mais prática e experimental, olhando para a tecnologia não apenas como parte integrante das suas vidas, mas também como uma extensão de si mesmos. A Geração Alpha crescerá adotando e usando tecnologias que imitam humanos, como a inteligência artificial, os comandos de voz e os robôs.

Concordando com Kirschner & Bruyckere (2017, p. 136), “there is no such thing as a digital native who is information-skilled simply because (s)he has never known a world that was not digital.”

Em suma, “hay hábitos en el acceso y uso a la información que son irreversibles porque marchan a la par de profundas mudanzas de las formas de ser y vivir de la sociedad. (...) hay un nuevo usuario de información” (Fernández Marcial, 2018, p. 13).

Temos, pela primeira vez na história, cinco gerações a viver juntas com características diferenciadas, que se refletem em hábitos de produção, uso e consumo informacional diferenciados.

1.2 Dos consumidores de informação aos *Prosumers* na Web

Os modelos base do uso e consumo da informação têm sofrido alterações ao longo dos anos, acarretando uma mudança clara e significativa no que concerne aos hábitos informacionais. Lévy (2000) defende que o fator de colaboração que particulariza a Internet motiva uma disseminação da inteligência coletiva, isto por se tratar de um espaço interativo no qual confluem práticas culturais, políticas e económicas, a criação e a troca são assim facilitadas.

Foi na década de 90 do século XX que Tim Berners-Lee, responsável pela invenção da *World Wide Web* (WWW), criou a alavanca para a evolução que hoje se conhece da Web (figura 2).

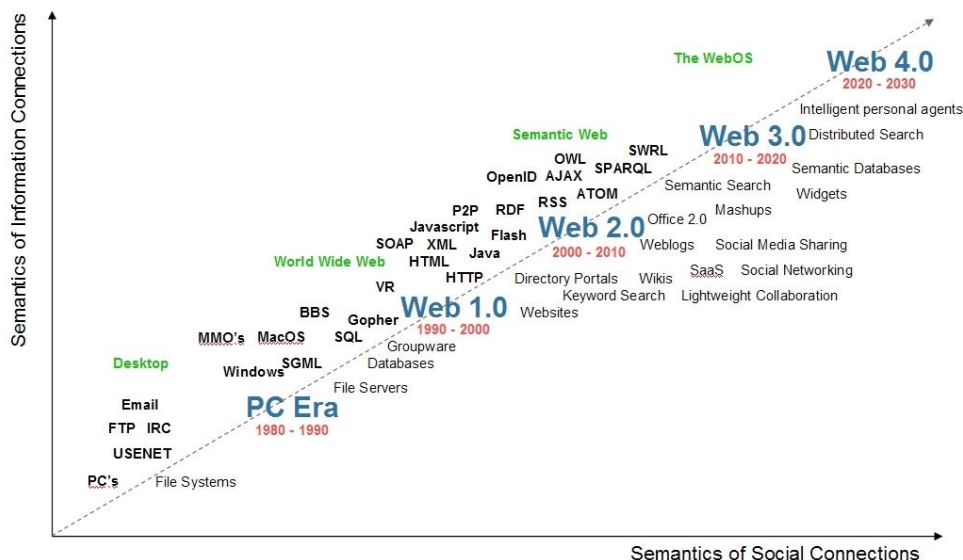


Figura 2: Evolução da Web

Fonte: <https://ued.ipleiria.pt/pt/a-evolucao-da-web/>

A internet e a WWW facilitam o acesso e a divulgação de informação, melhoram e diversificam as formas de comunicação, entre pessoas e nas organizações.

Tudo começou com a Era PC, 1980-1990, onde se destacou o Desktop; logo de seguida, surge a Web 1.0, de 1990-2000, a geração inicial da internet, disponibilizando grande quantidade de informação num espaço virtual de leitura, uma vez que o utilizador era única e exclusivamente um mero espectador da página à qual acedia: “encontravam-se normalmente limitados à leitura ou observação de conteúdos, estando a conceção e manutenção dos sítios

Web restringida àqueles que pudessem suportar os custos e possuíssem conhecimentos técnicos relativamente avançados” (Coelho, 2010).

Esta web apresentava hiperligações e marcadores de páginas, no entanto em termos de funcionalidade não permitia alterações do conteúdo, com exceção do administrador, o que levava a que fosse pouco interativa.

Na web 1.0, o utilizador era apenas um destinatário da informação, por sua vez na web 2.0 o indivíduo gera *feedback* das informações que recebe, mas, ao mesmo tempo e mais importante, é que se torna um criador e emissor de informação.

A Web 2.0, surge no tempo cronológico 2000-2010, é assim a segunda geração da internet, apresenta um ambiente online mais dinâmico e com maior interatividade, dando a possibilidade ao utilizador de participar e contribuir na sua organização e no seu conteúdo.

De 2010-2020 dá-se a evolução para a Web 3.0, caracterizada por conter conteúdos online mais estruturados, mais personalizados e com aplicações muito mais inovadoras, proporcionando ao utilizador obter um fácil acesso à informação e à navegação, e ainda ter uma maior interligação entre dispositivos. "A Web Semântica não é uma Web separada, mas uma extensão da atual. Nela a informação é dada com um significado bem definido, permitindo melhor interação entre os computadores e as pessoas” (Berners-Lee, 2001, cit. por Souza & Alvarenga, 2004, p. 133).

Porém, apesar da WWW ter sido implementada de modo a facilitar um fácil acesso, rápido e estruturado, existe quem constate o contrário, como é o caso de Souza e Alvarenga.

Não há nenhuma estratégia abrangente e satisfatória para a indexação dos documentos nela contidos, e a recuperação das informações, possível por meio dos motores de busca (search engines), é baseada primariamente em palavras-chave contidas no texto dos documentos originais, o que é muito pouco eficaz (Souza e Alvarenga, 2004, p. 133).

Atualmente, estamos numa nova era, de 2020-2030, a Web 4.0. Esta apresenta um novo modelo de interação muito mais completo e personalizado com o utilizador e visa fornecer soluções de acordo com as suas necessidades.

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) permite que a Web 2.0 possibilite, a toda a comunidade virtual, uma maior colaboração e participação do cidadão comum nas plataformas 2.0, também denominadas de *software* social, que têm por base o incentivo da criação, partilha, edição, reutilização, confiança e transformação de conteúdos.

O'Reilly (2005) lembra que a Web 2.0 é a própria Web enquanto plataforma que congrega todos os dispositivos conectados e as aplicações 2.0 são aquelas que tiram proveito das vantagens intrínsecas desta plataforma oferecendo:

Software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an “architecture of participation,” and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences (O'Reilly, 2005).

Para Arroyo Vázquez e Merlo Veja (2007), a Web 2.0 funciona de acordo com uma arquitetura de participação, caracterizada pela inteligência coletiva, operando de acordo com os seguintes fatores: participação e colaboração, comunicação, interação, partilha, democracia, carácter público, abertura e obra coletiva.

A Web 2.0 trouxe novas possibilidades ao consumidor de informação através de um novo modelo de comunicação. A livre participação em canais promotores do intercâmbio fácil e rápido de conteúdos através de conexões em linha, como os blogs, as *wikis*, as tecnologias de *streaming* media, as aplicações de mensagens instantâneas ou as redes sociais são disso exemplo.

O termo Comunicação é “sinónimo de interação humana e social e pressupõe necessariamente Informação sob a forma de mensagens ou conteúdos transmitidos, partilhados, em suma, comunicados” (Silva, 2006, p. 143).

O termo *prosumer* (prosumidor), introduzido por Alvin Toffler nos anos 80 e aplicado num contexto social em que as pessoas produziam o que consumiam, é hoje utilizado para descrever uma nova realidade, em que o indivíduo assume um papel ativo na produção de informação, gerada sem necessidade de intermediários, por meio do uso de blogs, redes sociais ou canais de vídeo (Fernández Marcial, 2018).

De acordo com Pereira (2021, p. 20), aquele conceito de Toffler, “tem sido apropriado por vários autores (...) trazendo-o de forma laudatória para o contexto digital, enaltecendo a fusão dos papéis de consumidor e de produtor”.

Por exemplo Bruns (2006, p. 276), fala de *producers* que produzem ideias “num ambiente participativo e colaborativo que rompe as fronteiras entre produtores e consumidores, permitindo que todos os participantes sejam utilizadores e produtores de informações e conhecimentos”.

Perante este novo cenário, as várias formas de compreensão e de comunicação da realidade tornaram-se diversificadas, algo muito importante, nomeadamente na agilidade e rapidez com que a informação é transmitida e partilhada (Fernández Marcial, 2018).

Todavia, a ausência de filtros faz com que as informações tenham um impacto direto no consumidor, não sendo de todo negativo, desde que cada utilizador tenha em sua posse ferramentas suficientes para avaliar, averiguando a sua veracidade.

A Web 2.0 ou Web Social apresenta um ambiente online mais dinâmico e com maior interatividade, dando a possibilidade ao utilizador de participar e contribuir na sua organização e nos conteúdos. De modo genérico, torna a comunicação mais global e rápida, sendo atrativa e permitindo maior participação.

Adrià-Camarasa & Giménez-Chornet (2019, p. 39), defendem que a Web 2.0 introduziu “un nuevo camino regido por las tendencias de los usuarios en el uso de determinados canales sociales. Estos indicadores pueden ser muy positivos para observar la participación de los usuarios en bibliotecas web, ayudando a establecer modificaciones o elaboraciones de nuevos proyectos y ofrecer servicios en línea”.

Nas organizações em geral, verificam-se transformações nos processos, nos seus ambientes de trabalho, envolvendo novas práticas em relação às formas de gerir a informação, aos serviços prestados e na interação com os utilizadores.

As redes sociais tornaram-se opções de notificação instantânea que facilitam a interação entre pessoas e entidades, pois “são hoje ferramentas que permitem às instituições maior interatividade e comunicação na relação empresa/cliente” (Ribeiro, Leite & Lopes, 2014).

As redes sociais são cada vez mais um canal de comunicação bastante utilizado devido à grande quantidade de utilizadores ativos, à fácil disseminação e partilha de informação.

Com a evolução do mundo digital, o incremento do uso da internet fomentou o recurso a estas redes, de tal forma que se tornaram um dos canais de comunicação mais importantes, tanto a nível individual como organizacional (Azinheiro, 2017).

A marca diferenciadora das redes sociais online é o facto de o conteúdo não ser gerado na forma de um monólogo corporativo, como os que são apresentados em jornais ou revistas, mas sim como uma conversa capaz de integrar os intervenientes no assunto, promovendo a discussão de ideias e o estabelecimento de relações sociais ou de negócio com base nesta interação (Cruz, 2017). Desta forma, a lacuna da comunicação unidirecional é quebrada fomentando o aparecimento de:

(...) nuevas opciones de notificación instantánea que facilita la interacción entre personas o entidades, con funciones nuevas de valor añadido como la marcación de favoritos, de una noticia

o un evento concreto, o la opción de compartir contenidos propios o enlaces de interés. Estas funcionalidades garantizan una comunicación extraordinariamente rápida y eficiente (Adrià-Camarasa & Giménez-Chornet, 2019, p. 36).

Por um lado, o fenómeno das redes sociais fora do contexto Web, na perspectiva de Volpato (2017), corresponde a estruturas formadas por pessoas e organizações que se conectam a partir de interesses ou valores comuns, podendo operar em níveis diversos – profissional, de relacionamentos, entre outros – possibilitando sempre a partilha de informação.

Por outro lado, as redes sociais online podem ser definidas como sendo um serviço que, “permite ao utilizador construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, articulado com outros utilizadores com os quais partilha interesses, podendo interagir ainda com outros para além das suas relações e amizades” (Boyd & Ellison, 2008, p. 211).

Kaplan & Haenlein (2010), defendem que as *social networks* surgem como aplicações disponíveis na internet que permitem desenvolver, adquirir e partilhar conteúdo gerado pelo utilizador. Este conceito corresponde, portanto, às funcionalidades usadas pelos internautas para ler, escrever, criar e partilhar informação entre si, incluindo sites ou blogs, facilitando a comunicação.

A comunicação entre as instituições e o cliente/utilizador pode hoje ser realizada através de redes, como o Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, entre outras. Sendo que, atualmente, uma alta percentagem de utilizadores são também produtores de conteúdos em rede nas plataformas de serviços 2.0 como o YouTube e o Twitter, exemplos em constante atualização, contribuindo também para o crescimento das comunidades virtuais.

Neste sentido é premente ter em atenção a escolha e seleção dos conteúdos a disponibilizar (Santos, 2011), isto é, não se pretende que a organização apenas se apresente, mas sim que se revele apelativa, interessante e interativa para os utilizadores. É da responsabilidade destas instituições, estar onde estão os seus utilizadores e, segundo Santos (2011), se estes estão no ciberespaço é no ciberespaço que as instituições devem atuar. A adesão e escolha das redes sociais em que se pretende atuar depende do público-alvo e da forma como este pode ser captado de forma simples, mas ao mesmo tempo dinâmica e interativa. O mesmo autor afirma que:

As redes levam-nos a alterar as estratégias e técnicas de comunicação, para além da forma como a informação é distribuída e fornecida, afetando a imagem e a opinião dos utilizadores(...) outro aspeto importante que é o de a nossa mensagem poder ser conhecida, não apenas por aqueles a

quem nos dirigimos, mas também por aqueles que interagem com eles sem estarem directamente ligados (Santos, 2011, p. 38).

A questão, hoje em dia, já não se prende com o facto de as instituições estarem ou não online, mas sim qual a posição que devem ocupar, a presença que devem ter na rede social, que objetivos querem atingir e como poderão medir e avaliar os resultados da sua presença face aos utilizadores (Celaya Barturen, 2010, p. 2). Cada rede social, segundo Fiander (2012), tem as suas forças e fraquezas particulares, envolve uma comunidade específica de utilizadores e requer um estilo diferente de interação. Se cada uma destas é usada para diferentes tipos de comunicação, os vários tipos de conteúdo como vídeo, anúncios ou notícias devem estar igualmente adequados. Para alcançar o sucesso desejado, as questões respeitantes à organização de conteúdo devem ser previamente planificadas e estruturadas.

Assim, estas redes oferecem às organizações a oportunidade de transformar o seu *modus operandi* em virtude da interação e comunicação em tempo real à escala global, através da segmentação e análise estatística do mercado, assegurando a manutenção da visibilidade e distinção.

Na atualidade, é crescente a presença no online e conseqüentemente o uso de redes sociais. Neste contexto, uma entidade ter presença e comunicar na Web 2.0 significa ter uma página web e usar redes sociais, mas também pode ter blogue, *wikis* ou *podcasts*, entre outras ferramentas.

2. COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

2.1 Conceito e alcance

Marcia Bates, Tom Wilson, Reijo Savolainen, Pertti Vakkari, Tefko Saravecic, C. C. Kuhlthau, Belkin, entre outros, são autores de referência no âmbito do estudo da temática “Information Behavior” ou “Information behaviour” (Bates, 2017; Saracevic, 2009; Savolainen, 2007; Vakkari, 2008).

O modelo de comportamento de procura de informação de Wilson (figura 3) nasceu da necessidade de focar o campo da informação e sua ciência no uso humano da informação, em vez do foco no uso de fontes.

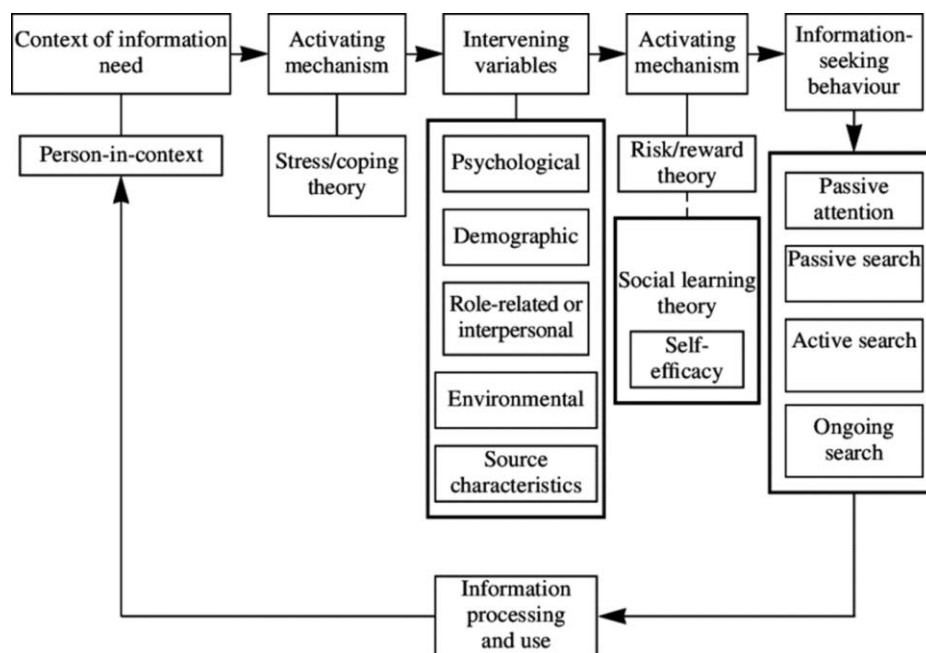


Figura 3: Modelo de comportamento informacional

Fonte: Wilson, 1997.

De acordo com Marcia Bates (2017):

"Information behavior" is the currently preferred term used to describe the many ways in which human beings interact with information, in particular, the ways in which people seek and utilize information. Information behavior is also the term of art used in library and

information science to refer to a sub-discipline that engages in a wide range of types of research conducted in order to understand the human relationship to information (Bates, 2017, p. 2074).

No geral, o comportamento informacional respeita à “la conducta, actitud y aptitud de los individuos frente al acceso, uso y comunicación de la información, condicionado por la motivación, el entorno e el contexto del individuo” (Fernández-Marcial, 2018, p. 4). Especificamente, em CI, estuda-se o sujeito que tem uma necessidade de informação e o uso da informação numa determinada situação e contexto.

Na área científica da CI social (Marques & Gomes, 2020), “os ramos aplicacionais desenvolvem-se em três áreas interligadas: a Produção do Fluxo Informacional, a Organização e Representação da Informação (...) e o Comportamento Informacional (modo de ser/reagir de uma pessoa/grupo, impelida(o) por necessidades, no que respeita ao fluxo de informação) (Silva, 2006a; Silva, 2013)” (Gomes, 2016, pp. 73-74).

De acordo com Silva e Ribeiro (2020), temos como transversal às três grandes áreas maiores do objeto de estudo da CI a gestão da informação (Gomes, 2019), sendo aquelas definidas do seguinte modo:

Produção Informacional ou gênese de informação pelo sujeito da ação (individual ou coletivo) e sua correlação com o contexto;

Organização e Representação que é tudo o que tem a ver com a mediação de informação por metadados, classificação, indexação e todos os tipos de visualização informacional; e

Comportamento Informacional, ou seja, estudo das formas de busca, de acesso e de uso da informação por todos os tipos de utilizadores nos respetivos contextos (Silva & Ribeiro, 2020, p. 50).

A perspetiva desta área de estudo em CI, que se assume nesta investigação, está em linha com os autores anteriormente citados. Considera-se que o comportamento informacional respeita a conduta, atitude e aptidão dos indivíduos em relação à informação, incluindo atitudes passivas e ativas na procura e uso da informação. Compreende e considera os seguintes elementos: motivação, ambiente e contexto.

Sendo uma das áreas maiores do objeto de estudo da CI, optou-se neste trabalho pelo foco nos hábitos de uso de informação académica digital pelos estudantes universitários.

2.2 Visão dos estudos aplicados

Para melhor compreendermos os hábitos informacionais dos estudantes universitários é fulcral a revisão da literatura. De igual modo, a pesquisa científica concretizada permite relevar a produção científica sobre a temática, com o foco nos estudos aplicados.

Através da pesquisa avançada no “EBSCO Discovery Service” e na “Library & Information Science Source”, com recurso a operadores booleanos, foram conjugados os termos: Comportamento Informacional e Estudantes Universitários. Termos correlatos e relacionados identificados nas palavras-chave dos artigos também foram explorados.

Esta pesquisa foi concretizada nos campos “Título” e “Assunto”, e nos idiomas português, inglês e espanhol, no período cronológico dos últimos anos, de 2018 a 2021, de modo a identificarmos produção científica recente.

Face aos resultados obtidos, foram selecionadas publicações para análise, que efetivamente abordam a temática. Apresenta-se, seguidamente, os principais resultados (tabela 1), selecionados em função do seu conteúdo.

Autor/Ano	Resumo
Kyong Eun Oh & Rong Tang (2018)	Mobile news research has primarily focused on mobile information needs as well as mobile news information searching behavior . In this study, we investigated an array of mobile news activities (receiving, reading, finding, sharing, and storing news) and cross-examined differential patterns and habits associated with these activities. One hundred and eleven undergraduate and graduate students in the US responded to a screener survey, and 63 subsequently participated in an online survey and reported in detail their mobile news consumption habits. Our results showed that participants’ behavioral patterns for receiving, reading, and finding news differed from their sharing and storing activities. Not only are there significantly higher frequencies in receiving, reading, and finding news, but participants rated themselves as less proficient and satisfied regarding their ability to store and share news. This study’s findings, including students’ own comments on their limited ability in news keeping as well as such a functionality being overlooked by mobile app developers, will advance our knowledge of university students’ mobile news information behavior and provide potentially meaningful design recommendations for mobile news applications.
	La investigación presentada forma parte de una nueva línea de investigación en Uruguay sobre el comportamiento informativo de los estudiantes de las licenciaturas en Bibliotecología y Archivología del Instituto de Información de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (Udelar). El punto de partida ha

<p>Sabelli & Bercovich (2018)</p>	<p>sido la participación en el macroproyecto “Las necesidades de información de la comunidad bibliotecológica a nivel de las Licenciaturas en México, España, Brasil y Uruguay” (2014-2016), centrado en un estudio comparativo entre México, España, Brasil y Uruguay. La población corresponde a los alumnos de Bibliotecología en el primero y último año de la carrera. Esta comunicación refiere a la investigación en Uruguay sobre una de las fases del fenómeno de las necesidades de investigación, la satisfacción, última etapa del modelo. (...)</p>
<p>Oladunjoye, Omiunu, & Yomi-Owojori, (2018)</p>	<p>The study investigated the information behavior of students towards the use of library information resources in Universities in Oyo State, Nigeria. The study adapted the Wilson's model of Information Behavior and adopted a correlational survey research design. A sample size of four hundred respondents was drawn from selected universities in South Western Nigeria, using a simple random sampling technique. Regression analysis and correlation analysis were used to analysis data obtained from the field. The findings of this study revealed that among the information behavior independent variables which include information needs, seeking and sources, only information needs significantly influence information use. However, information needs, seeking and sources do have a significant joint effect on students' information use. Also, information accessibility was found to have significant controlling effect on the relationship between information availability and use which makes information availability and accessibility very useful variables in the information behavior study especially as regards to students as conceptualized in the academic community in this study. The study recommends that academic library should endeavour to embark on users' needs assessment from time to time to be able to make available needed information resources that would meet users' needs and also enhance use of information available.</p>
<p>Kwasitsu & Chiu (2019)</p>	<p>The mobile information behavior of Warner Pacific University students was studied using survey questionnaires, in-depth interviews, and group-based exercises through the lens of several common information theories and models. As ownership of connected devices became nearly ubiquitous, students used the Internet more than the library. Students built digital networks to connect with friends or classmates. The Internet was the students' primary information source, since using Google was a daily lifestyle habit while the library was totally new and unfamiliar territory. Comparison of the students' information search processes (ISPs) with Kuhlthau's ISP diagram revealed that the students searching was idiosyncratic and unpredictable, and they only adopted systematic search protocols when these were imposed on them. Chatman's theory of information poverty was useful as it revealed that the students' perception of information deprivation cut across all socio-economic groups.</p>
<p>Zarei, Nazari & FarhadPoor (2019)</p>	<p>Self-efficacy and the use of electronic information services acceptance among the university students can affect the learners' online services. This is the due to the learners' acceptance of using technology and its role in their life. Therefore, the complexity of online and offline services needs to be examined by the experts to assess the learners' satisfaction which helps them to achieve electronic services. Learners' self-efficacy management can be</p>

	<p>evaluated as an important issue in the present study. The present study aims at investigating the survey of the relationship between the internet self-efficacy and using the electronic information services among the university students of Dezful Islamic Azad University, Khuzestan, Iran. The present study was conducted through descriptive-analytical method and took a correlational approach. The study sample included 387 students. (...) The results indicated that the use of the internet among the university students significantly affected the electronic services application ($\beta = 0.182$). (...) The universities can prepare and compile appropriate training programs to take effective steps in the acceptability of the internet use that is in line with making students more informed and aware of the electronic services.</p>
<p>Al-Motawah, Sen & Willett (2020)</p>	<p>This study investigates the information use (IU), information needs (IN), and information behavior (IB) of graduate students at Kuwait University (KU) to gain deeper understanding of the supporting role of KU libraries for research. In-depth semi-structured interviews, a thematic analysis, and a cross-case analysis were used in the second phase of a mixed methods study to gain insight into the information activities of 48 graduate students studying in four colleges: Engineering, Arts, Science, and Law. Whitley's theory was used as a framework to help understand the influence of disciplinary cultures in shaping the IU and IB of graduate students along their research process. Factors related to the contextual culture of the discipline were found to influence the students' IU and IB. This study provides a domain analytic approach to the IU and IB of graduate students in a KU situation.</p>
<p>Rehmat & Zia (2020)</p>	<p>The study was conducted to find out the use of mobile phones for information seeking by the students of Faculty of Social Sciences University of Karachi. The data was gathered with the help of questionnaire filled from Students of social sciences. The data was analyzed by simple statistical method. It is identified that use of mobile phones is very common among the students and they all are well aware about the use of mobile phones for information seeking. It is found that students use mobile phones for their educational and informational needs. According to the findings of the study it is seemed that students feel satisfied by using their mobile phones application for information seeking. They consider it beneficial. Some problems of slow network, cell phone memory and irrelevant ads etc. are faced by the students. Besides these students want to link with library and get accessed to library resources through mobile phones. However, it is recommended that University take some initiatives to provide Wi-Fi services to their students. The Central library of University of Karachi should provide their OPAC through mobile phone network.</p>
<p>Bawack & Kala Kamdjoung (2020)</p>	<p>Understanding the information behavior of students is critical for HEIs today. Information need and information source are key determinants of digital information use. Digital information use strongly influences student performance and engagement. The digital divide affects how HEIs deal with digital information literacy. Ontology-driven models can provide solid theoretical foundations for conceptual modeling. Using technology to facilitate learning in universities and other higher education institutions</p>

	<p>(HEIs) has become common practice due to its ability to reduce barriers related to time and space in traditional learning environments. However, current literature mostly focuses on the use of the technology and not on the use of the information it conveys. Also, very few studies focus on technology adoption in universities and HEIs in developing countries, especially those in Africa. Thus, we propose a model that explains the changing information behaviors of students in this digital age and the effect this has on their learning outcomes. We collected questionnaire data from 303 students and analyzed the data using structural equation modelling partial least squares (SEM-PLS). We found that our proposed model explains 60.2 % of student satisfaction, 24.2 % of academic performance, 24.1 % of information sharing, and 19.8 % of their information exchange behavior. This study confirms that the use of digital information and its antecedent factors have significant effects on the college experience of students. This has several implications for information systems research and practice, especially in the design and assessment of technology use in learning environments.</p>
<p>Shi, Li, & Luo (2021)</p>	<p>Using journaling and in-depth interviews, a qualitative study was conducted to examine the library use and library needs of Chinese college students during the COVID-19 (coronavirus disease 2019) pandemic. Findings indicate that students lack awareness and understanding of the library's online resources and would like the library to provide support in ways that could help them enhance productivity and lessen anxiety in the new reality of learning. Libraries should consider making more outreach efforts and offering programs and events to ameliorate isolation and improve students' sense of community. In this study, we seek to provide academic libraries with a nuanced view of user needs and thus help them make informed decisions to serve their campus communities during the unprecedented health crisis. Through the exploration and documentation of college students' library use and needs, we also hope to document this critical historical event for the library community.</p>
<p>Naderbeigi & Isfandyari- Moghaddam (2021)</p>	<p>Information behavior is a term used to describe many methods of human interaction with information. Information avoidance (IA) is also one of the aspects of information behavior and human interaction with information. IA is a set of selective behaviors and actions intended to stop, limit, and delay the search, the encounter, the processing, and the use of information. The main purpose of this study was to investigate medical students' IA in the study of scientific articles. (...) Students of Hamedan University of Medical Sciences took part in the present study, which was an applied survey. (...) Results showed that students' grades were associated with the level of IA. There is a significant relationship between IA and NFC, which decreases with the student's grade. (...) It is suggested that information literacy training courses, library tours, and introduction of specialized databases will be held for them.</p>

Tabela 1: Seleção de resultados de pesquisa - estudos aplicados

Fonte: Elaboração própria.

Os estudos identificados e analisados centram-se nas seguintes temáticas:

- Comportamento informacional dos estudantes relativamente à utilização de recursos de informação das bibliotecas universitárias;
- Comportamento de pesquisa de informação (ex. informação em geral ou notícias) mediante utilização de dispositivos móveis;
- Uso de informação, necessidades de informação e comportamento de informação dos estudantes graduados para obter uma compreensão mais profunda do papel de apoio das bibliotecas para a investigação;
- Uso de dispositivos móveis para pesquisar e aceder a informação;
- Relação entre a autoeficácia da Internet e a utilização dos serviços de informação eletrónica entre os estudantes universitários;
- Modelos que podem explicar a mudança de comportamento informacional dos estudantes nesta era digital e o efeito que isso tem nos seus resultados de aprendizagem;
- Uso da biblioteca e necessidades bibliotecárias dos estudantes universitários durante a pandemia de COVID-19.

Após a pesquisa, verificámos também que, recuando até ao início da década de 20 do século XXI, existem estudos sobre a importância das ciências sociais para a investigação do comportamento informacional do ser humano.

No que toca às universidades e seus estudantes, percebemos um foco dos estudos muito centralizado nas referidas bibliotecas. São vários os que se centram nos estudantes, enquanto utilizadores destes mesmos serviços, e nas formas como procuram aqueles serviços e fontes de informação, como se pretende melhorar com o objetivo de atrair mais utilizadores.

No que respeita ao comportamento informacional, no geral, dos estudantes universitários, podemos afirmar que o mundo digital é agora o grande foco.

O estudo e identificação das competências informacionais dos estudantes universitários é também uma temática relevante. Os estudantes vão adquirindo competências informacionais para navegarem no mundo digital, sendo vários os estudos no âmbito da literacia informacional, hábitos de uso e necessidades informacionais. Evidencia-se, aqui, a importância que as competências informacionais têm para esses alunos, bem como as lacunas de formação, especialmente as relacionadas com o tratamento e comunicação da informação.

3. FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA NA WEB 2.0

3.1 “Quem somos” – breve apresentação

Data de 1290 o documento que dá origem ao Estudo Geral, hoje a Universidade de Coimbra (UC). A UC celebrou em 2021 os seus 731 anos. Contando com uma herança histórica e um património ímpar, é uma instituição de ensino que tem a seguinte missão:

criação, análise crítica, transmissão e difusão de cultura, de ciência e de tecnologia que, através da investigação, do ensino e da prestação de serviços à comunidade, contribui para o desenvolvimento económico e social, para a defesa do ambiente, para a promoção da justiça social e da cidadania esclarecida e responsável e para a consolidação da soberania assente no conhecimento (Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, 2019, p. 8294).

Instituição secular no panorama nacional, é “uma referência para a língua e cultura portuguesas, com um estatuto reforçado pela classificação da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), em 2013, como património da humanidade” (Gomes, 2016, p. 175).

Atualmente, a UC tem, “na sua estrutura, dez unidades orgânicas de ensino e investigação, duas unidades de investigação e outras unidades, e serviços voltados essencialmente para o apoio às atividades científicas, pedagógicas, culturais, desportivas, administrativas, sociais e de relação com a comunidade (...)” (Gomes, 2016, p. 184).

A FLUC é uma das unidades orgânicas de ensino e investigação que completou 110 anos em 2021. O atual edifício, junto à Porta Férrea, ao lado da Faculdade de Direito e em frente à Biblioteca Geral da UC, data de 1951.

Pelas suas salas e anfiteatros passaram e formaram-se alguns dos nomes mais importantes do pensamento e da cultura portuguesas, como Eduardo Lourenço, Vergílio Ferreira, Paulo Quintela, Amorim Girão, Maria Helena da Rocha Pereira.” (...) A sua vitalidade científica, pedagógica e informativa espelha-se no elevado número de revistas científicas que publica e no vasto e diversificado conjunto de iniciativas que promove e organiza (...) (FLUC, 2020).

Todos aqueles que visitam as suas instalações ou aí estudam deparam-se no patamar de acesso à Faculdade com quatro estátuas do escultor Barata Feyo, que representam a Eloquência, a Filosofia, a História e a Poesia (FLUC, 2020). A FLUC tem como missão:

(...) promover a investigação, o pensamento crítico, o ensino e a transferência de saberes no campo das Artes, das Humanidades e das Ciências Sociais. A sua atividade inscreve-se no âmbito dos saberes relativos ao ser humano no tempo e no espaço, às artes e à cultura, à memória, às línguas e linguagens, aos respetivos usos sociais e à sua dimensão política, incluindo também uma reflexão permanente sobre o estatuto, possibilidades e limites desses saberes. (...) Compete-lhe ainda a promoção, investigação e ensino da língua, cultura e património portugueses (Universidade de Coimbra, 2015, p. 16090).

De acordo com o artigo 3.º dos “Estatutos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra”, Regulamento n.º 161/2009, de 22 de abril, publicados no Diário da República, 2.ª série, n.º 78, e republicados com alterações pelo Despacho n.º 6799/2015, de 17 de junho, são fins da FLUC:

- a) Ministar cursos de licenciatura (1.º ciclo), mestrado (2.º ciclo) e doutoramento (3.º ciclo);
- b) Ministar cursos não conferentes de grau;
- c) Desenvolver atividades de pós-doutoramento;
- d) Promover, organizar e apoiar atividades de investigação e de divulgação científica;
- e) Organizar atividades de extensão e de prestação de serviços à comunidade;
- f) Promover a mobilidade de estudantes, docentes e investigadores e a internacionalização da investigação e da docência;
- g) Em geral, promover todas as ações necessárias à prossecução da sua missão, conforme é definida na Lei, nos Estatutos da Universidade e no artigo 2.º destes Estatutos.

A FLUC “estrutura e ministra, isoladamente ou em associação com outras instituições congéneres nacionais ou estrangeiras, cursos conducentes aos graus académicos de licenciado, mestre e doutor” (Universidade de Coimbra, 2015, p. 16094).



Figura 4: Departamentos da FLUC

Fonte: Facebook da FLUC

Na atualidade, esta Faculdade é composta por 4 Departamentos (figura 4), “entendidos como subunidades de ensino e de investigação e de prestação de serviços à comunidade” (Universidade de Coimbra, 2015, p. 16098): Filosofia, Comunicação e Informação; Geografia e Turismo; História, Estudos Europeus, Arqueologia e Artes; Línguas, Literaturas e Culturas.

No ano letivo 2021/2022, a oferta formativa da FLUC compreendia, no 1.º ciclo, treze licenciaturas, no 2.º ciclo trinta e um mestrados (eram vinte e nove no ano letivo 2020/2021) e dezassete doutoramentos (3.º ciclo), sendo que destes quinze têm parte letiva e dois não têm parte letiva (figura 5). Disponibiliza, ainda, Pós-Doutoramento, Cursos não conferentes de grau (Cursos de Português como Língua Estrangeira, Cursos de Línguas e outros).

Licenciatura (1.º ciclo)	Mestrado (2.º ciclo)	Doutoramento (3.º ciclo)
Arqueologia	Alimentação: Fontes, Cultura e Sociedade	Ciência da Informação
Ciência da Informação	Arqueologia e Território	Ciências da Comunicação
Estudos Artísticos	Arte e Património	Discursos: Cultura, História e Sociedade
Estudos Clássicos	Ciência da Informação	Estudos Artísticos, especialidades de Estudos Fílmicos e da Imagem, Estudos Musicais e Estudos Teatrais e Performativos
Estudos Europeus	Dinâmicas Sociais, Riscos Naturais e Tecnológicos	Estudos Clássicos, variantes "Mundo Antigo" e "Poética e Hermenêutica"
Filosofia	Ensino de Filosofia no Ensino Secundário	Estudos Feministas
Geografia	Ensino de Geografia no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário	Geografia, ramos de Geografia Física e de Geografia Humana
História	Ensino de História no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário	História
História de Arte	Ensino de Inglês e de Língua Estrangeira no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário	História da Arte
Jornalismo e Comunicação	Ensino de Português no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário	Linguística do Português
Línguas Modernas	Ensino de Português no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário e de Latim no Ensino Secundário	Línguas Modernas: Culturas, Literaturas, Tradução
Português	Ensino de Português e de Língua Estrangeira no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário	Literatura de Língua Portuguesa
Turismo, Território e Patrimónios	Erasmus Mundus Filosofias Francesa e Alemã no Espaço Europeu	Materialidades da Literatura
	Escrita Criativa	Patrimónios Alimentares: Culturas e Identidades
	Estudos Artísticos	Turismo, Património e Território
	Estudos Clássicos, ramos "Mundo Antigo" e "Culturas e Literaturas Clássicas"	Arqueologia (sem parte letiva)
	Estudos de Cultura, Literatura e Línguas Modernas	Filosofia (sem parte letiva)
	Estudos Europeus	
	Filosofia	
	Geografia Física, Ambiente e Ordenamento do Território	
	Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis	
	História	
	História Militar	
	Jornalismo e Comunicação	
	Literatura de Língua Portuguesa	
	Património Cultural e Museologia	
	Política Cultural Autárquica	
	Português como Língua Estrangeira e Língua Segunda	
	Tecnologias de Informação Geográfica	
	Tradução	
	Turismo, Território e Patrimónios	

Figura 5: Cursos da FLUC

Fonte: Elaboração própria, após consulta da respetiva página web.

3.2 Informação e serviços académicos online

Com as novas formas de comunicação, tanto para organizações como para os cidadãos torna-se imprescindível contar com as tecnologias adequadas para aceder e usar diversos conteúdos informativos nos diferentes contextos da nossa vida.

Neste âmbito, universidades e politécnicos procuram, com recurso à respetiva página web, a redes e a plataformas, facultar ao seu público-alvo acesso a informação académica e celeridade no seu tratamento e uso. Ao mesmo tempo, os clientes/utilizadores condicionam todo este processo devido ao facto de possuírem interesses, competências e dispositivos de acesso desiguais e, em face desta situação, cada entidade procura ou deve procurar adequar os seus serviços.

Na UC, o Serviço de Gestão Académica (SGA) disponibiliza “apoio à gestão, organização e prestação de serviços relativa à formação conferente e não conferente de grau”. Os serviços prestados compreendem “os atos académicos desenvolvidos no âmbito do percurso de um Estudante, da candidatura à emissão do diploma comprovativo da graduação ou formação, e o apoio prestado a Candidatos, Estudantes e Antigos Estudantes da Universidade” (UC, 2020).

É a “Unidade de Atendimento” do SGA que disponibiliza atendimento presencial, telefónico e online “relativo aos assuntos da área académica, a Estudantes, Antigos Estudantes e Candidatos da UC” (UC, 2020). Este serviço recebe e valida requerimentos e documentos, emite certidões e fornece informações. Via online, e mediante o preenchimento de um formulário (Anexo 1), pode-se “solicitar informações sobre cursos e assuntos académicos, registar sugestões, reclamações e agradecimentos” (UC, 2020).

A FLUC está presente na Web 2.0 possuindo uma página web no domínio uc.pt e utilizando redes sociais. Seguidamente analisamos a informação disponibilizada na referida página, com ênfase na informação académica digital: informação sobre cursos, docentes, planos de estudos, horários, calendário escolar, calendário de exames, unidades curriculares (programa, bibliografia, avaliação), inscrição em turmas, mobilidade, estágios, prémios e bolsas, associativismo e serviços administrativos.

Ao entrarmos na página web (figura 6) encontramos imagens ilustrativas da Faculdade e da UC. Existem, habitualmente, entre 3 a 4 registos vídeo curtos, com link para visualização completa se aplicável, que vão sendo atualizados, mantendo-se todavia os destaques relativo à apresentação da UC e da FLUC.

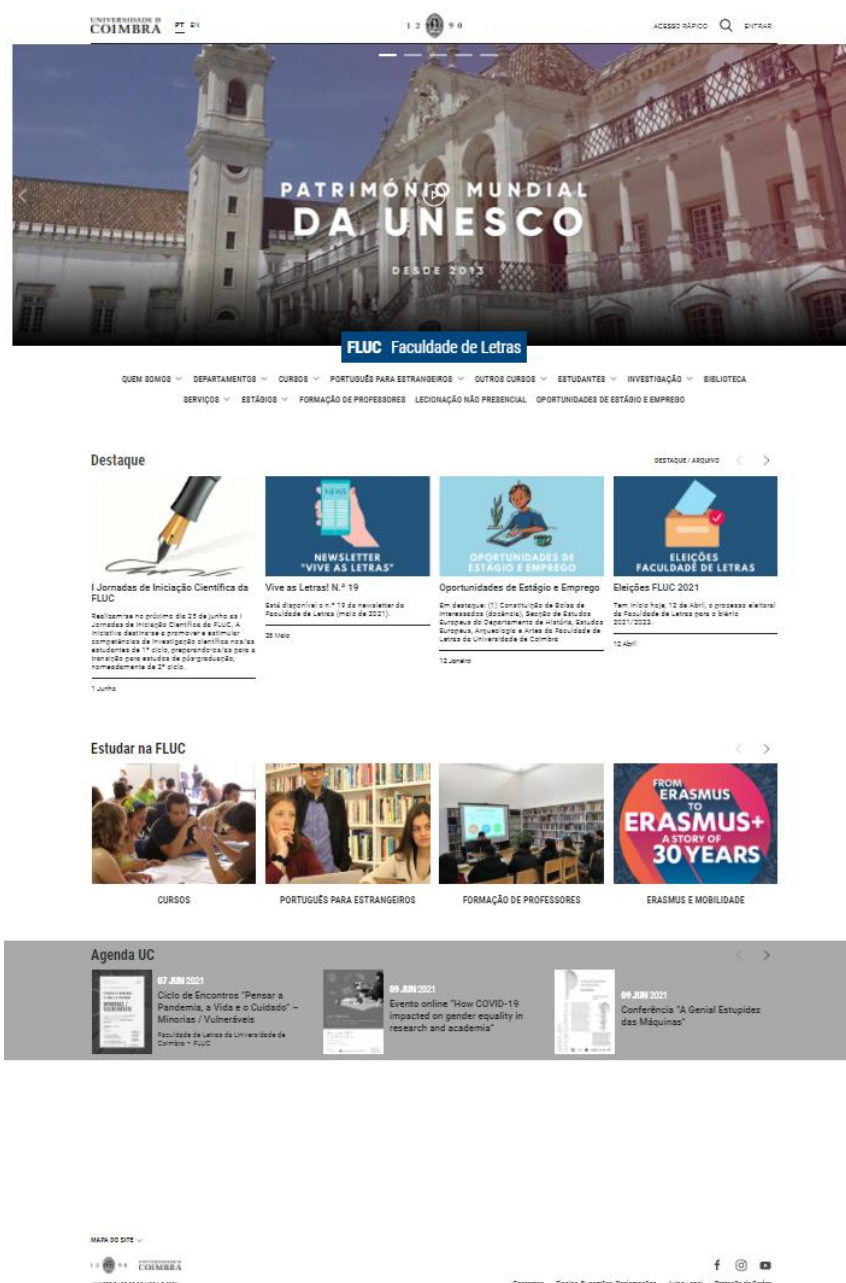


Figura 6: Página web da FLUC no domínio uc.pt

No topo da página web temos a opção de mudar o idioma do mesmo para português ou inglês e, no fim encontramos algumas informações relativas à agenda da UC, contactos, reclamações, proteção de dados e os ícones das redes sociais Facebook, Instagram, Youtube e Twitter.

Seguidamente identificamos quatro destaques que nos remetem para informação atual relativa aos diversos momentos relevantes da vida académica: matrículas, inscrições, horários, estágios, mobilidade, eleições, entre outros.

Nas subpáginas destacam-se as informações sobre cursos, aulas de português para estudantes estrangeiros, serviços, biblioteca, etc.

A página web da FLUC disponibiliza, por secções, uma vasta informação desde a sua génese, à sua estrutura organizacional, à sua oferta formativa, aos seus serviços. Nesta mesma página são dispostos ainda, dois menus: “Destques”, como concursos, atividades da direção da FLUC e do seu núcleo de estudantes, atividades científicas, e “Estudar na FLUC”, onde é apresentada a diversa oferta formativa.

Em rodapé, a Faculdade disponibiliza a “Agenda UC”, permitindo assim o acompanhamento de todos os eventos de cariz cultural, científico, desportivo, ambiental, propostos pela Direção Geral da Associação Académica e a Reitoria da UC aos seus estudantes.

No que respeita à secção, “Estudantes” (figura 7) concretiza-se seguidamente uma análise da informação disponibilizada.



Figura 7: Página web da FLUC - "Estudantes"

Nesta secção são disponibilizadas as perguntas mais frequentes que podem ser colocadas pelos estudantes, o calendário de exames, o calendário escolar, os horários, as inscrições em turmas, e ainda informação sobre: Programas Erasmus e Mobilidade, Prémios e Bolsas, Programa de voluntariado, Provedor do estudante e o Núcleo de Estudantes da FLUC da Associação Académica de Coimbra (NEFLUC/AAC).

Para além de toda a informação disponibilizada na sua página web, a FLUC, ao estar inserida na estrutura organizacional da UC, tem outros meios e canais de difusão de informação académica, nomeadamente via NONIO (figura 8).

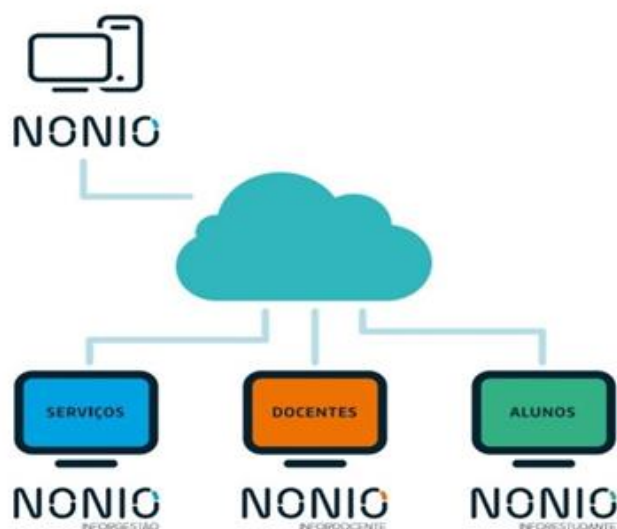


Figura 8: NONIO

Fonte: XWD, 2020.

O “NOvo sistema académico uNIversitáriO” (NONIO) tem a sua génese em 2006 e veio substituir o anterior sistema Web on Campus (WoC). “Entrou em pleno funcionamento em 2007, na FCTUC, e em 2009 iniciou a sua extensão às restantes faculdades da Universidade, processo que se concluiu em 2011/2012” (UC, 2020).

Também designado como “Sistema de Gestão do Ensino Superior”, foi criado com o foco na globalização do ensino, tornando assim a difusão da informação e a interligação entre serviços, muito mais rápida, intuitiva e de fácil acesso a todos.

É um sistema pensado de raiz para uma realidade no ensino cada vez mais globalizada, em que as distâncias se encurtaram e em que se encoraja a mobilidade estudantil e se incentivam as instituições a atrair alunos dos quatro cantos do globo. Assim, o NONIO é uma aplicação multilingue, onde existe a possibilidade de definir toda a informação em vários idiomas, assegurando dessa forma a capacidade de todos os utilizadores interagirem facilmente com o sistema (XWS, s.d., p. 9).

Este sistema é uma aplicação “100% web de gestão para o ensino”, sendo “composto por uma base de dados única e três aplicações principais (vistas) dedicadas essencialmente a três tipos diferentes de utilizadores: Inforgestão (serviços), Infordocente (docentes) e Infoestudante (alunos)” (XWS, s.d., p. 5 e 9).

A arquitetura geral de todo este sistema, subdivide-se em 3: Inforgestão é a aplicação que garante aos serviços da UC terem acesso a toda a informação académica e administrativa, de modo a receberem e tratarem a mesma, garantindo o bom funcionamento entre todos.

Para além de ser usada nas tarefas quotidianas realizadas pelos diversos serviços da instituição, a Inforgestão é igualmente utilizada pelos órgãos de gestão, disponibilizando um conjunto completo de funcionalidades de monitorização e apoio à decisão que permitem ter acesso em tempo-real a toda a informação e indicadores necessários (XWS, s.d., p.10).

O Infodocente é a perspetiva do sistema criada para os professores da UC, onde podem consultar e gerir o mais variado tipo de informação mediante a disponibilização de “um conjunto completo de ferramentas que lhes permite desenvolver uma ação letiva de excelência nas respetivas unidades curriculares” (XWS, s.d., p.10).

O Inforestudante (Anexo 2) é a aplicação disponibilizada a todos os estudantes, nela podem aceder aos mais variadíssimos conteúdos, desde o seu processo curricular, inscreverem-se nas unidades curriculares, acederem às suas avaliações, acederem a todo o material disponibilizado pelos professores e pela UC. “Evidência do impacto da utilização generalizada desta aplicação é a forma simples e eficaz com que se realizam as inscrições anualmente pelos estudantes, com claras melhorias na qualidade do serviço prestado” (XWS, s.d., p. 10).

Este sistema consegue aproximar todos os intervenientes da comunidade universitária, difundindo e permitindo o acesso à informação académica de um modo organizado, direto e intuitivo.

Em março de 2020, o mundo foi surpreendido com o surgimento de uma pandemia que nos afetou a todos. O ensino não foi exceção, transitando o mesmo de presencial para um ensino online. Tudo isto fez com que a UC desenvolvesse plataformas de apoio ao ensino remoto, destinadas a alunos e docentes.

Foram, então, criadas na UC três plataformas digitais, a UC Teacher, a UC Student e a UC Exams, disponibilizadas em setembro de 2020. A UC Teacher e a UC Student realizam a sincronização de dados com o NONIO.

A UC Teacher dá apoio aos docentes durante a lecionação híbrida (presencial/online), estando interligada com o sistema NONIO, permitindo assinalar as aulas dadas, adicionar sumários e verificação/marcação de presenças dos estudantes: “o docente pode reunir online com os seus estudantes e [tem] um chat que permite o acompanhamento dos estudantes durante todo o semestre, incluindo a disponibilização de materiais pedagógicos complementares” (UC, 2021).

A UC Student (Anexo 3) permite aos estudantes assistirem às aulas, marcarem as suas presenças, reunirem com os seus docentes e o acesso a materiais de apoio pedagógico.

Por fim, a UC Exams é a plataforma de apoio a momentos de avaliação online, disponibilizada e utilizada no período pandémico.

3.3 Redes Sociais

As organizações visam obter relações valiosas e mutuamente benéficas com o seu público-alvo e, para tal, uma das muitas características positivas do desenvolvimento digital passa pela oportunidade de entender, comunicar e interagir em tempo real com os seus clientes/utilizadores e com a sociedade em geral.

A FLUC, tal como variadíssimas instituições de ensino, teve de se adaptar à evolução digital e procurar novos meios de difusão de informação.

A 18 de julho de 2011, a FLUC cria um perfil na rede social Facebook. A 24 de junho de 2013 surge no Youtube e a 1 de março de 2016 no Instagram, sendo variável o seu atual número de seguidores (figura 9).

Redes Sociais	Seguidores
Facebook	18 574
Instagram	2 858
Youtube	842
Twitter	74

Figura 9: Número de seguidores da FLUC nas redes sociais

Fonte: Elaboração própria (dados de setembro 2021).

Facebook

A primeira rede social a ser utilizada pela FLUC foi o Facebook, no dia 18 de julho de 2011. Uma rede que permite a difusão da informação acerca de eventos, atividades, palestras e informação académica. Tem uma periodicidade de publicações irregular, diária ou semanal.

A foto de perfil e de capa são as mesmas do Youtube, onde encontramos, o nome da Faculdade, o logótipo na foto de perfil e na foto de capa (figura 10), uma ilustração também utilizada em artigos de *merchandising* da FLUC.

O Facebook é, sem dúvida, a rede mais utilizada e a que tem mais interações como uma média de 10 comentários e *likes/gostos* que variam de *post* para *post*, entre os 20 e os 90 *likes*, e também conta com algumas partilhas.



Figura 10: Facebook FLUC

Fonte: Facebook, 2021.

Esta rede social é utilizada, essencialmente, para a divulgação de eventos, novidades, memórias e partilha de informação académica útil aos estudantes.

O Facebook é a rede social da Faculdade que possui mais gostos, mais reações e mais seguidores, abrangendo um total de 18 574 seguidores e 18 111 gostos.

É a rede social mais completa, sendo possível tirar dúvidas através de mensagens, onde conseguimos encontrar diversa informação sobre a localização da FLUC, horário, contactos e história.

As publicações são redigidas apenas em português, não tendo qualquer referência ao mesmo conteúdo, em inglês. Tal como no Instagram são utilizadas diversas hastags (#).

Dada a organização por parte da Faculdade da página, não é perceptível o uso de um plano de comunicação, havendo *posts* com horas ou dias de diferença.

Instagram

No Instagram, a conta oficial da FLUC só surgiu a 1 de março de 2016, tendo por base publicações com desafios para todos os seus seguidores, *posts* sobre a história da FLUC, testemunhos de docentes e alunos e ainda, publicações sobre diversos eventos e informação académica útil aos estudantes.

Devida à vasta quantidade de páginas de listas de estudantes da FLUC, foi difícil encontrar a página de Instagram oficial, tendo esta o nome “letrasuc”, diferente do Youtube e do Facebook cujo nome é “Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra”. A fotografia de perfil é, mais uma vez, o logótipo da Faculdade (figura 11).

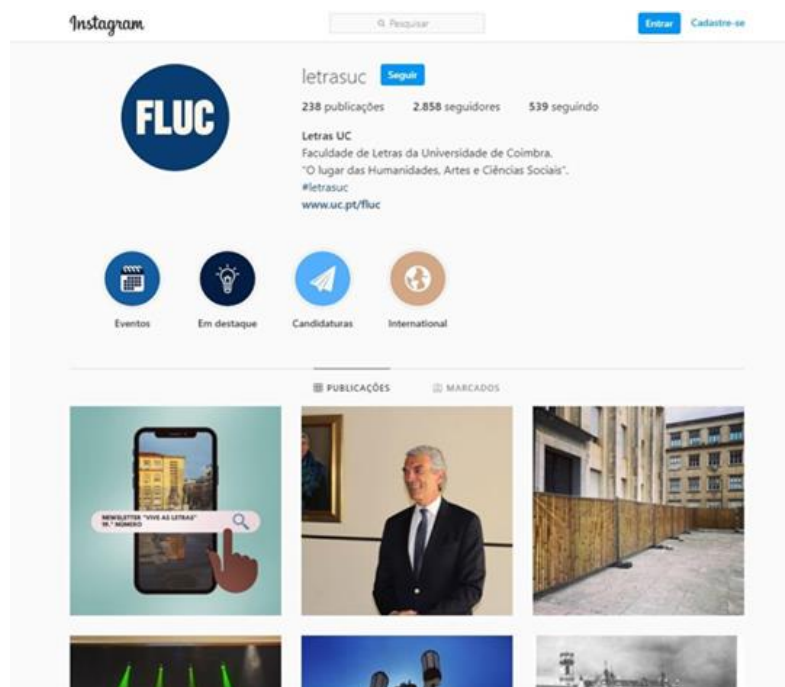


Figura 11: Instagram FLUC

Fonte: Instagram, 2021.

Esta página conta com cerca de 257 publicações, 2951 seguidores e segue cerca de 560 pessoas (maioria estudantes da FLUC). Na descrição da página encontramos o *link* para a página web da Faculdade. As publicações contam com uma média de 4 comentários e 200 likes.

Tem cerca de 4 destaques, todos ilustrados conforme o tema das histórias guardadas, tendo a sua primeira publicação ocorrido no dia 17/03/2016, precisamente no dia do 726º aniversário da UC.

As descrições são redigidas apenas em português, não tendo qualquer legenda ou informação em inglês, o que poderia servir de apoio à comunidade de estudantes estrangeiros que ainda tem alguma dificuldade com o português.

Tendo em conta, também, que colocam algumas histórias em inglês, e que tem um destaque denominado “internacional” considera-se que seria importante colocar legendas em inglês nas publicações. Para além das descrições em português têm também diversas *hashtags* (#) relacionadas com a UC.

Não se identifica um plano de comunicação, sendo feitas publicações com dias de diferença, mas também no mesmo dia ou com semanas de diferença. O tema das publicações varia, entre cartazes de eventos, memórias ou publicações direcionadas aos estudantes como, por exemplo, relativas ao lançamento dos horários ou inscrição em turmas.

Conseguimos, ainda, encontrar um vídeo no IGTV e diversas identificações de outras pessoas. De uma forma geral, o Instagram é a segunda rede social mais utilizada pela FLUC.

YouTube

A FLUC aderiu a esta rede social no dia 24/06/2013 (figura 12). O primeiro vídeo disponibilizado data de 15/10/2015.

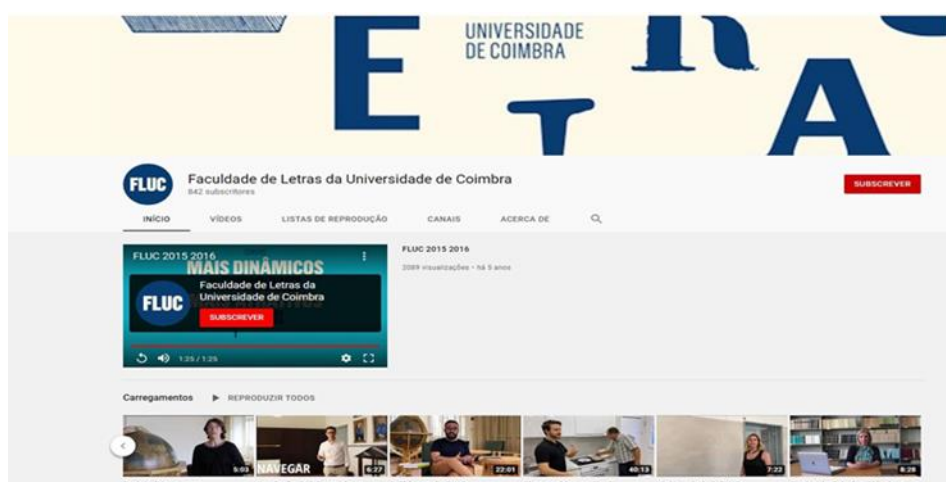


Figura 12: YouTube FLUC

Fonte: YouTube, 2020.

O canal Youtube da FLUC conta com cerca de 909 subscritores e um total de 79 854 visualizações, sendo que estas rondam as 60 a 200 visualizações por vídeo, salvo exceções

como colóquios e congressos internacionais. A nível de *likes*, *dislikes* e comentários, a interação é mínima, contando a maioria das vezes apenas com um comentário e um máximo de 10 *likes* por vídeo.

Apresenta sete listas de reprodução, todas identificadas com um título ou tema como, por exemplo, a lista “Disciplinas de Iniciação da FLUC”, onde encontramos breves apresentações, gravadas por professores, dessas mesmas disciplinas.

Na questão de datas de publicações, estas são realizadas com alguns meses de diferença, ou seja, não há um plano concreto para a publicação de vídeos. Esses vídeos, por norma curtos, com uma média de 2 minutos de vídeo, salvo exceções, como os congressos e colóquios ou outras apresentações e entrevistas que rondam os 20 a 60 minutos.

Ao abrir a página Youtube encontramos o nome da Faculdade, o logótipo da mesma na foto de perfil e na foto de capa uma ilustração também utilizada em artigos de *merchandising*.

Através deste canal conseguimos ter apenas acesso ao canal de Youtube da UC, sendo que não tem qualquer *link* ou ícone que nos direcione para a página web, Facebook e Instagram da FLUC. Esses ícones ou *hiperlinks* poderiam ser encontrados na secção “acerca de” do Youtube, mas não são encontrados bem como não é apresentado qualquer descrição ou apresentação da Faculdade.

Apenas alguns vídeos contêm uma descrição do contexto, mas também encontramos vídeos sem qualquer tipo de descrição. De forma geral, o Youtube é a rede social menos utilizada pela FLUC.

Twitter

A FLUC ingressou, em setembro de 2021, na rede social Twitter (figura 13), tendo a primeira publicação sido criada a 22 de setembro. Atualmente conta com 74 seguidores e segue cerca de 217 pessoas, na sua maioria jornais, outras Faculdades ou personalidades importantes na sociedade. Na biografia conseguimos encontrar o *link* direto para o web site da FLUC.

De momento, a conta ainda tem poucos dias, mas regista-se que as publicações coincidem com as do Facebook e do Instagram.



Figura 13: Twitter FLUC

Fonte: https://twitter.com/de_fluc

Esta caracterização e análise da presença da FLUC em redes sociais permite-nos registar que as mesmas são utilizadas para a difusão de informação institucional, nomeadamente científica e académica, tendo como público-alvo os estudantes, docentes e funcionários, bem como a sociedade em geral.

4. HÁBITOS DE USO DE INFORMAÇÃO ACADÉMICA DIGITAL DOS ESTUDANTES DA FLUC

4.1 Metodologia

A metodologia quantitativa adotada neste estudo de caso (Stake, 2005; Yin, 2014; Gomes, 2016) compreendeu a elaboração de um inquérito por questionário. De acordo com Thayer-Hart et al. (2010, p. 4), este instrumento “is often the best way to get information and feedback to use in planning and program improvement”. Mediante respostas individuais a um conjunto de questões, por um grupo representativo de indivíduos, é possível “generalizing the results to the groups represented by the respondents”.

No presente estudo, o questionário foi elaborado através do serviço de formulários *Google Forms*, que disponibiliza vários tipos de perguntas: escolha múltipla, caixas de seleção, escalas lineares, resposta curta/longa ou listas.

As respostas são recolhidas de forma automática, facilitando o tratamento dos dados através da geração de gráficos, que posteriormente podem ser trabalhados e analisados no programa Microsoft Excel.

O questionário teve como objetivo, explicitado no seu início, “auscultar as/os estudantes da Faculdade de Letras, com o objetivo de identificar os recursos tecnológicos (página web, redes sociais e plataformas) utilizados na consulta de informação académica digital, bem como o seu uso.” O seu preenchimento foi indicado como voluntário e anónimo.

Após a elaboração e estruturação do questionário (figura 14) foram realizados testes com diversos estudantes da FLUC, no sentido de ajustar e colmatar eventuais falhas na formulação e/ou interpretação das perguntas.

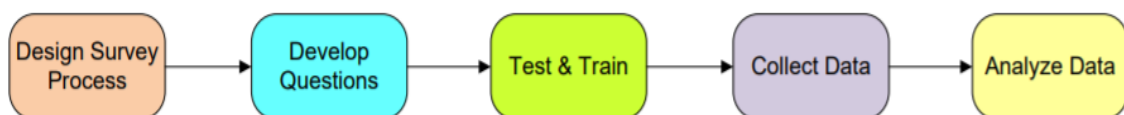


Figura 14: Processo de pesquisa

Fonte: Thayer-Hart et al., 2010, p. 4.

Em termos estruturais, o questionário compreende vinte e seis questões, distribuídas em quatro secções: Ciclo de estudos frequentado e identificação do curso; Consulta de informação académica digital no InforEstudante, na plataforma UC Student, nas Redes Sociais oficiais e na página Web da FLUC; Perfil dos inquiridos. No que respeita ao conteúdo, incluíram-se questões do tipo fechado e semiaberto (Foddy, 1996).

Para a estruturação do questionário foi necessário um estudo e levantamento prévio exaustivos da informação disponibilizada na página web da FLUC, redes sociais da FLUC e do NEFLUC/AAC e plataformas da UC.

Para o envio dos questionários, foi contactada a direção da FLUC. O instrumento de recolha de dados foi disponibilizado via InforEstudante e redes sociais do NEFLUC/AAC, nos meses de julho e setembro. Foram realizados contactos informais com estudantes apelando à participação, bem como com docentes, para a sua divulgação nos respetivos cursos, mediante explicitação do objetivo do estudo científico.

No que respeita à amostra, inicialmente foram considerados todos os cursos da FLUC – Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, Pós-Doutoramento, Cursos não conferentes de Grau, Cursos de Português para Estrangeiros e Cursos Livres – uma vez que a disponibilização em redes sociais permitia a qualquer estudante participar. A amostra final respeita aos três principais ciclos de estudos, uma vez que nos restantes cursos não houve respondentes.

O questionário obteve 306 respostas. Seguem-se os resultados e sua discussão.

4.2 Análise de resultados

No que respeita ao ciclo de estudos frequentado (gráfico 1) pelos estudantes da FLUC, 195 (63,7%) realizam a licenciatura, 87 (28,4%) o mestrado e 24 (7,8%) o doutoramento.

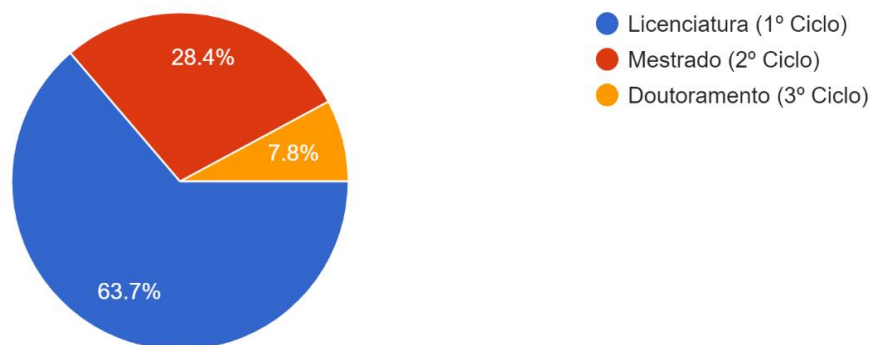


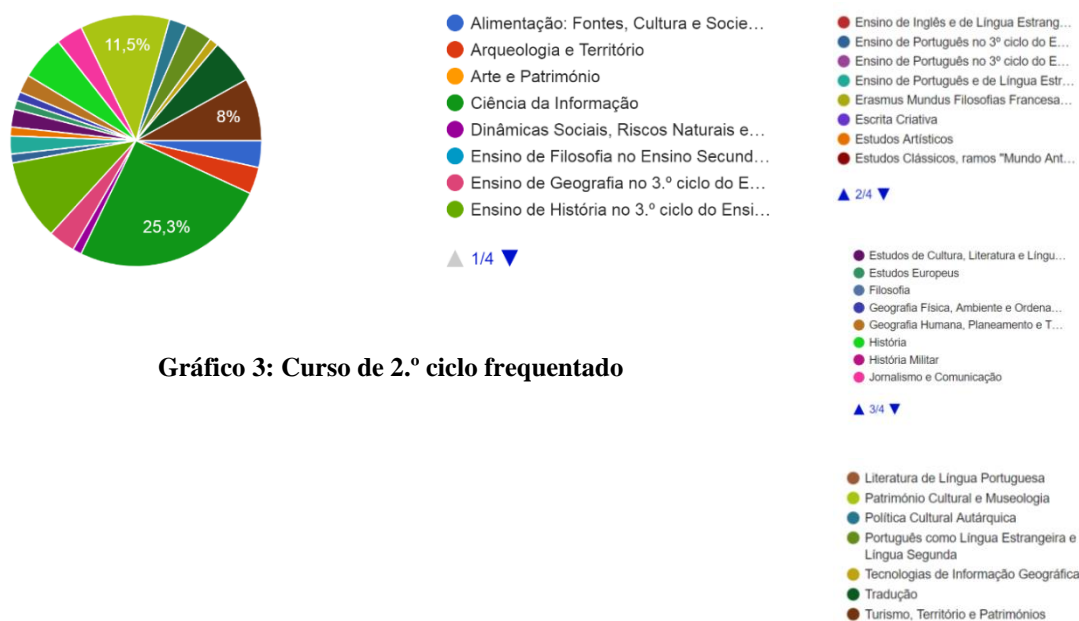
Gráfico 1: Ciclo de estudos frequentado

Das 195 respostas que obtivemos no questionário (gráfico 2), oriundas de estudantes do 1º ciclo de estudos, as três maiores percentagens de resposta pertencem ao curso de História (22,6%), ao curso de Línguas Modernas (21,5%) e ao curso de Ciência da Informação (12,8%). Nos restantes: Jornalismo e Comunicação 13 (6,7%), História de Arte 8 (4,1%), Geografia 12 (6,2%), Filosofia 7 (3,6%), Estudos Europeus 10 (5,1%), Estudos Clássicos 2 (1%), Estudos Artísticos 6 (3,1%), Arqueologia 8 (4,1%), Turismo, Território e Patrimónios 10 (5,1%), Português 8 (4,1%).



Gráfico 2: Curso de 1.º ciclo frequentado

No que concerne às 84 respostas que obtivemos de estudantes do 2º ciclo de estudos, as quatro maiores percentagens de resposta pertencem ao curso de Ciência da Informação (25,3% = 22 respostas), ao curso de Património Cultural e Museologia (11,5% = 10 respostas), ao curso de Ensino de História no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário (10,3% = 9 respostas) e ao curso de Turismo, Território e Património (8% = 7 respostas).



Das 24 respostas oriundas de estudantes de doutoramento (gráfico 4), as duas maiores percentagens de resposta pertencem ao curso de Ciência da Informação (62,5% = 15 respostas) e ao curso de Ciências da Comunicação (20,8% = 5 respostas). Também responderam ao questionário estudantes dos doutoramentos em Estudos Clássicos e História.



Em relação às fontes digitais utilizadas para obter informação essencial, ao longo do percurso académico (gráfico 5), a esmagadora maioria utiliza a plataforma InforEstudante (98%), a segunda fonte mais usada é a página web da Faculdade (54,6%) e a terceira a plataforma UC Student (44,1%). Neste sentido, pode concluir-se que a maioria dos estudantes da amostra utiliza as plataformas oficiais da instituição de ensino que frequenta para obter informações essenciais ao seu percurso académico.

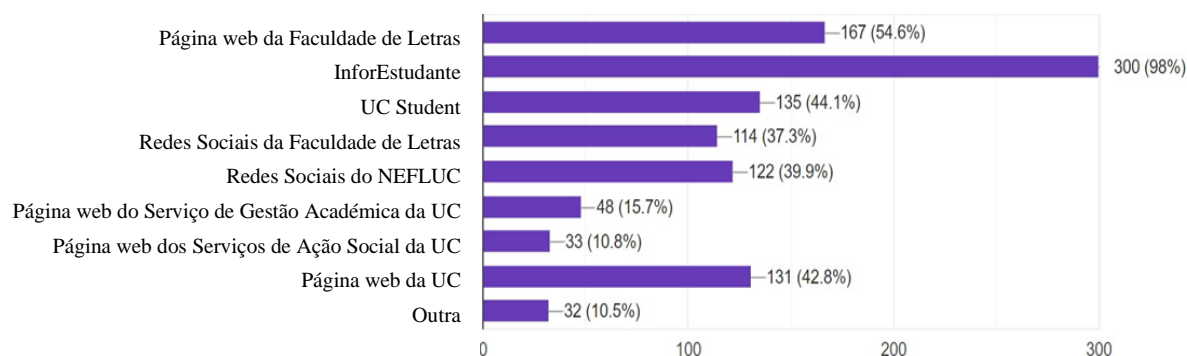


Gráfico 5: Fontes digitais utilizadas para obter informação essencial no percurso académico

No que toca à utilização do InforEstudante (gráfico 6), 96,1% dos estudantes (294) utilizam regularmente esta plataforma, o que permite afirmar o importante papel da mesma no acesso à informação essencial na comunidade de estudantes da FLUC. Apenas 12 estudantes indicaram utilizar raramente a plataforma, sendo que nenhum seleccionou a opção “nunca”.

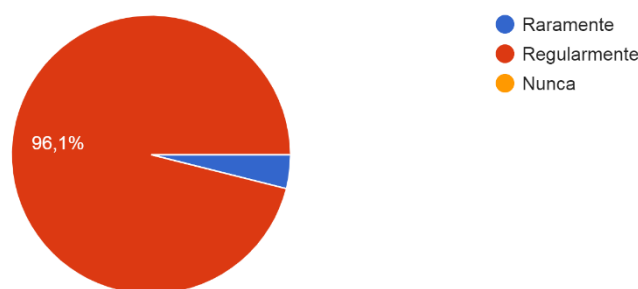


Gráfico 6: Regularidade na utilização do InforEstudante

Analisando a finalidade com que a comunidade estudantil utiliza o InforEstudante, a plataforma de apoio aos candidatos, estudantes e antigos estudantes da UC, podemos observar no gráfico 7 e concluir que, os alunos a utilizam principalmente para: inscrição em cursos e unidades curriculares (95,8%), consultar material de apoio (94,4%), submeter trabalhos (90,8%), consultar informação sobre unidades curriculares (Docente, Programa, Bibliografia, Método de avaliação) (88,9%), consultar pautas (87,9%) e consultar horário escolar (85,9%) . Por outro lado, procuram esta plataforma menos no que toca à informação relativa a Alumni UC (3,9%) e às candidaturas a Estágios de Verão (5,6%).

No geral, regista-se que todas as opções de resposta foram assinaladas pelos estudantes, sendo que a consulta e uso no que respeita a determinada informação resulta necessariamente do respetivo perfil. Por exemplo, se um estudante nunca se candidatou a um estágio de verão

ou a mobilidade não utilizou essa funcionalidade, tal como a que respeita aos Alumni que se aplica aos antigos estudantes de toda a UC. Registrar, ainda, e no âmbito da discussão de resultados obtidos nesta questão, que mais de 50% de uso é a percentagem obtida para 12 das 25 funcionalidades desta plataforma elencadas nas opções de resposta, o que evidencia a sua importância na consulta e utilização de informação académica digital pelos estudantes da FLUC.

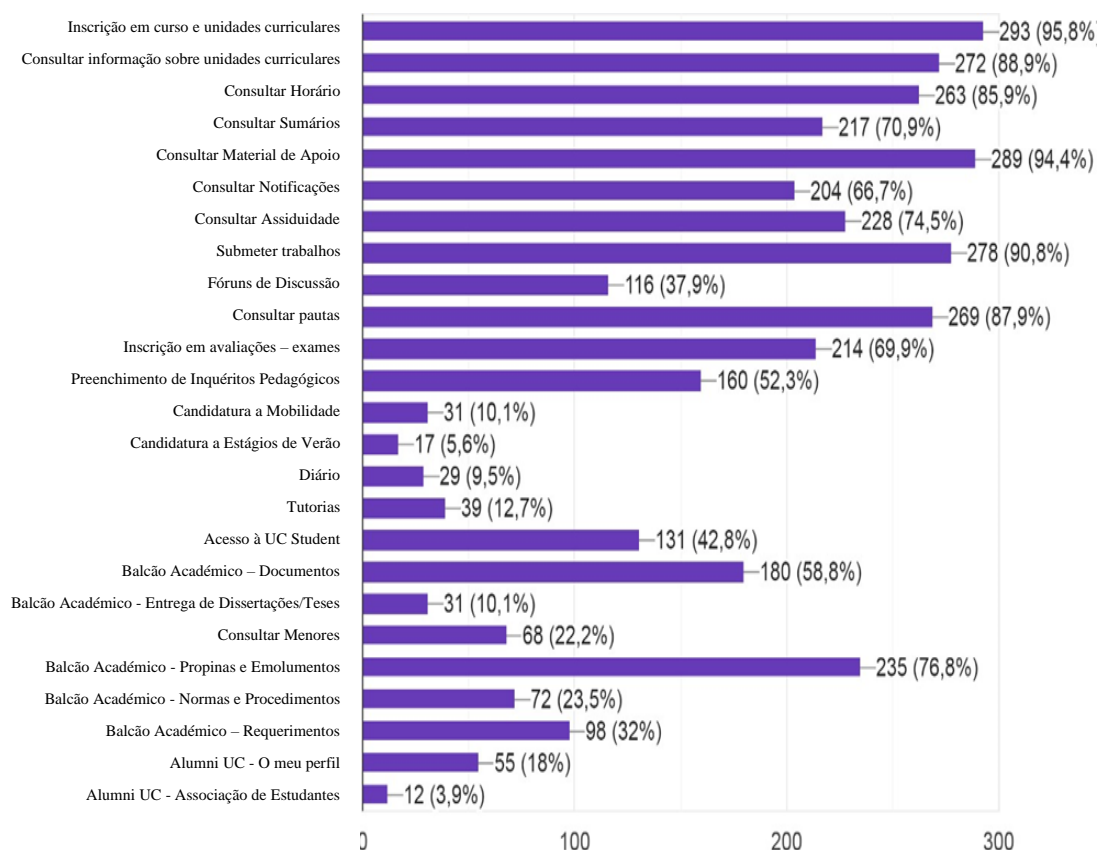


Gráfico 7: Utilização do InforEstudante

No que toca à frequência com que os estudantes da FLUC consultam as notificações (gráfico 8) que lhes são enviadas via InforEstudante, 78,8% respondeu que regularmente o faz, ou seja, 241 estudantes, sendo residual a percentagem dos que nunca as consultam. 54 estudantes afirmam raramente consultar as notificações.

Estes resultados corroboram a perceção que temos enquanto estudante, ou seja, quando inquiridos os alunos respondem maioritariamente que consultam as notificações, no entanto, na prática sabemos que consultar não é sinónimo de ler e interpretar. Aliás, no dia a dia, enquanto

investigador com observação participante na investigação, verificamos que as notificações são muitas vezes ignoradas, por motivos diversos, que procurámos aferir nas questões seguintes.

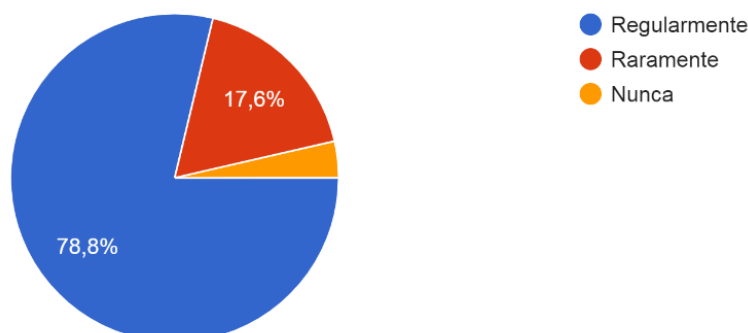


Gráfico 8: Frequência de consulta das notificações

Em relação ao meio utilizado para aceder e ler as notificações do InforEstudante (gráfico 9), 58,2% utilizam o email e o InforEstudante, 31,4% utilizam, somente, o email para esta finalidade e apenas 10,1% utilizam, unicamente, o InforEstudante. Em face destes resultados, considera-se que a articulação que se verifica entre esta plataforma e o email pessoal é fundamental.

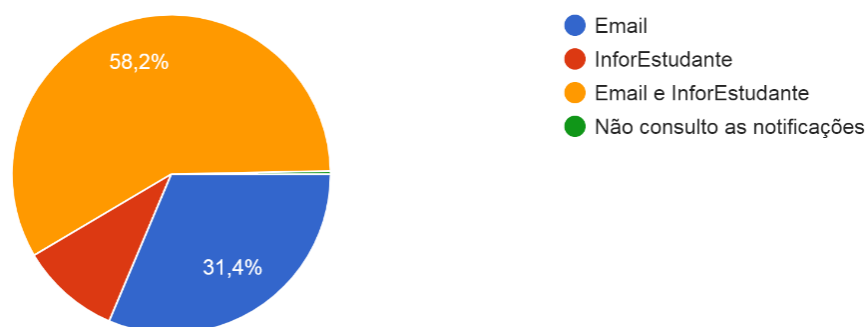


Gráfico 9: Meio utilizado para consulta das notificações

Quanto às dificuldades sentidas pelos estudantes, no que diz respeito às notificações que recebem ao longo do percurso académico (gráfico 10), 33,7% aponta o grande volume de notificações como maior dificuldade; 29,4% indicou receber demasiadas notificações sobre eventos científicos em que não tem interesse; 28,1% afirma receber notificações com conteúdo que não respeita ao ciclo de estudos que frequenta e 23,9% define como principal dificuldade

não conseguir distinguir as notificações dos docentes ou da direção do curso das notificações dos serviços académicos ou de divulgação de eventos.

Analisando as causas elencadas, considera-se que as mesmas devem ser tidas em conta ao nível da gestão de informação institucional, por exemplo definindo-se palavras-chave ou siglas a constar no início das notificações, como já acontece quando uma pauta é disponibilizada, e havendo uma definição do público-alvo das notificações relativas a cada curso e aos eventos. Estas últimas notificações (eventos científicos de cada curso, da FLUC e da UC) representam um número significativo nas notificações recebidas pelos estudantes da FLUC e da UC, o que propicia um desinteresse ou distração em relação às notificações essenciais e mais relevantes para cada estudante, de acordo com o seu perfil e percurso académico.

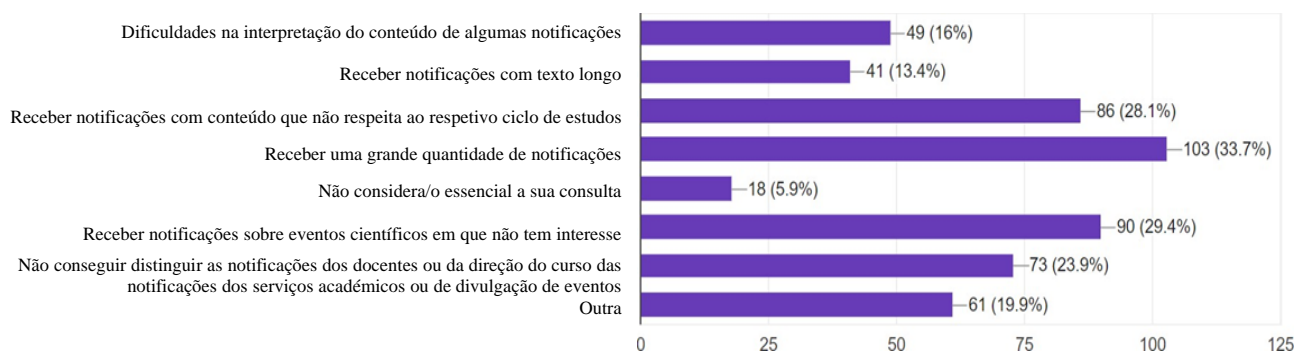


Gráfico 10: Dificuldades sentidas em relação às notificações do InforEstudante

No seguimento da definição das maiores dificuldades sentidas relativamente às notificações da plataforma InforEstudante, os estudantes apontaram os seguintes conteúdos que deveriam constar nas notificações essenciais (gráfico 11): informação sobre trabalhos e avaliação de unidades curriculares (90,5%), informação sobre aulas de unidades curriculares/seminários (88,9%), informação sobre inscrições em cursos, ano letivo e/ou unidades curriculares (86,3%), informação sobre o lançamento de notas (85,6%). Com percentagem acima dos 50% destaca-se ainda: informação sobre estágios e informação sobre bolsas e prémios.

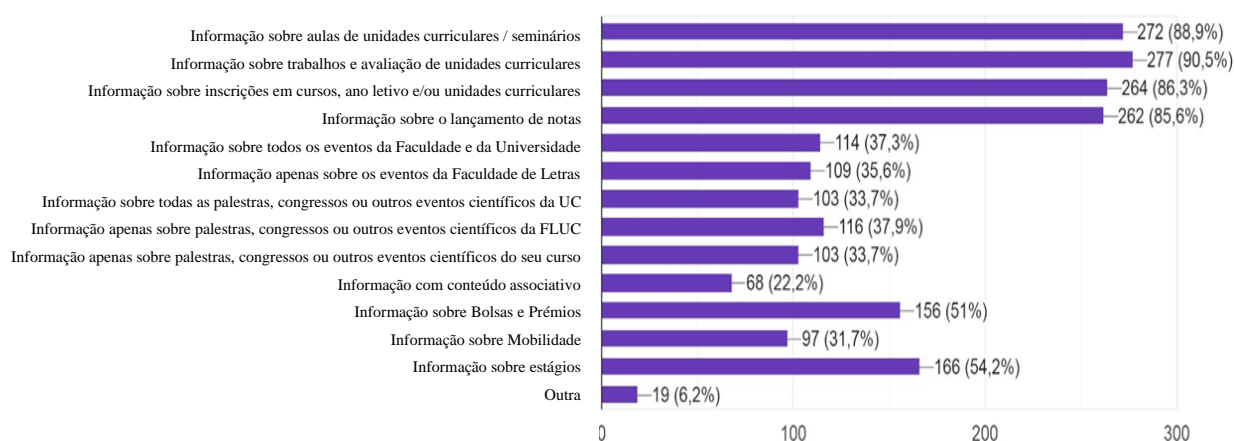


Gráfico 11: Conteúdos das notificações essenciais

Relativamente à plataforma UC Student (gráfico 12), das 306 respostas, 88,2% utilizou a plataforma no último ano letivo, representando a esmagadora maioria dos inquiridos.

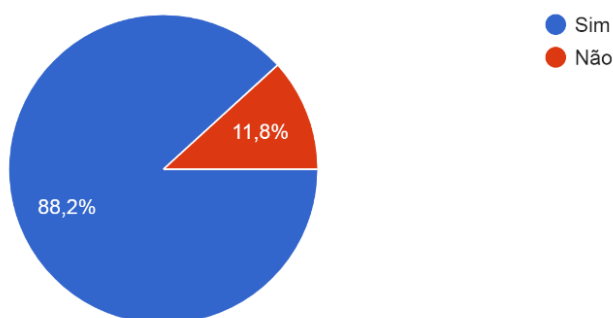


Gráfico 12: Utilização da UC Student no último ano letivo

De entre as diversas finalidades que poderiam ser apontadas para a utilização desta plataforma (gráfico 13), a maioria dos utilizadores usou para assistir a aulas (87%) e para registar a sua presença (73%). Com percentagens entre os 14,1% e os 23,7%, temos também as funcionalidades “reunir com docentes”, “consultar mensagens dos docentes”, “consultar sumários” e “fazer avaliações”.

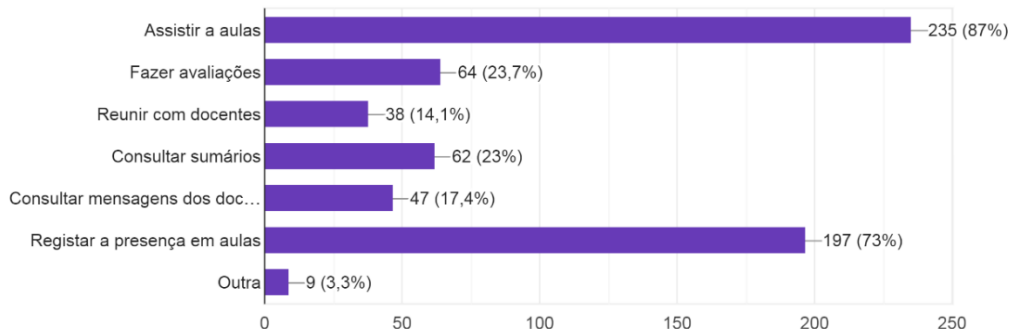


Gráfico 13: Funcionalidades da UC Student utilizadas

Para os utilizadores desta plataforma, a maioria afirma que é globalmente importante para si uma vez que 78,5% das respostas foram entre os níveis 3 e 5, inclusive.

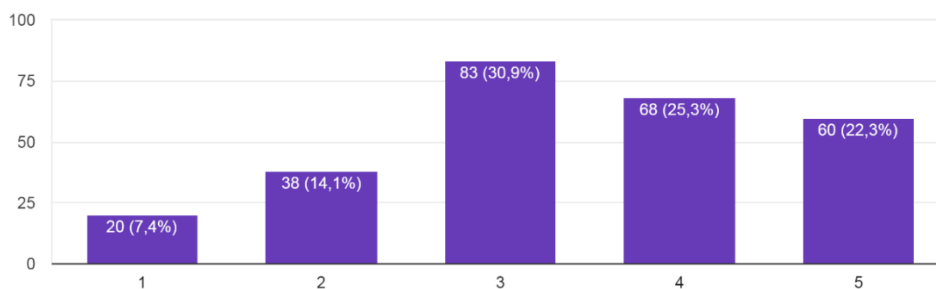


Gráfico 14: Grau de importância na utilização da UC Student

Na secção respeitante às redes sociais, as redes em que os estudantes têm perfil pessoal ou inscrição/conta (gráfico 15) são, maioritariamente, as seguintes: 91,8% Facebook, 85,6% Instagram, 68,6% Youtube e 52,3% Twitter. Estas são, portanto, as redes sociais em que os estudantes estão presentes, pelo que há uma consonância entre as mesmas e as redes utilizadas pela FLUC.

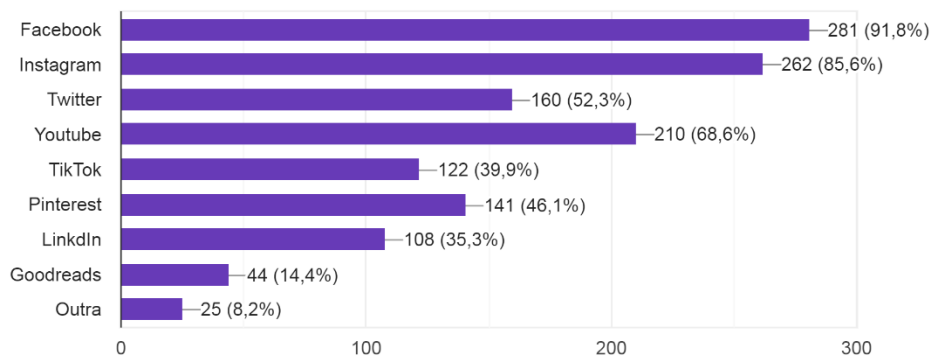


Gráfico 15: Redes sociais utilizadas pelos estudantes

No que respeita ao conhecimento da presença da FLUC nas redes sociais Facebook, Instagram e Youtube (gráfico 16), 48,7% dos inquiridos afirmou que tem conhecimento da presença em todas as redes mencionadas. Contudo, a maioria, não tem conhecimento da presença da FLUC em todas as redes ou até nem tem conhecimento nenhum da sua presença.

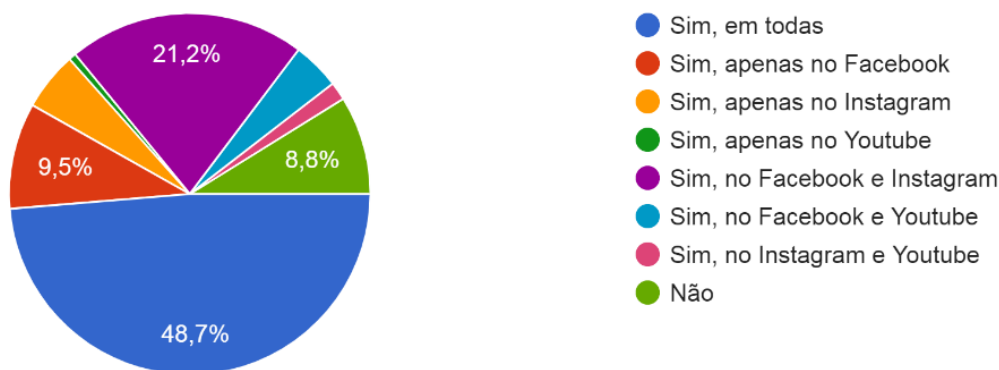


Gráfico 16: Conhecimento da presença da FLUC em redes sociais

No que toca ao seguimento que os estudantes fazem das páginas da FLUC ou do NEFLUC/AAC no Facebook (gráfico 17), 39,8% responderam que seguem ambas, sendo que 30,1% dos alunos respondeu que não segue nenhuma. Estes resultados corroboram o que já se intuía, ou seja, o Facebook não é a rede social mais utilizada pelos jovens estudantes.

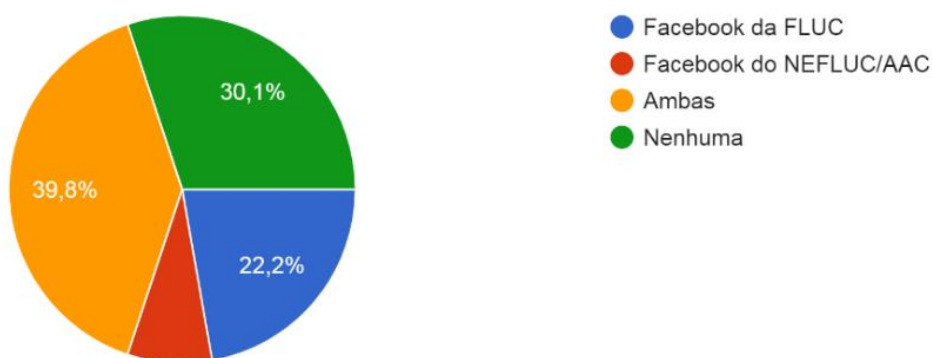


Gráfico 17: Páginas Facebook seguidas pelos estudantes

No Facebook da FLUC e/ou do NEFLUC/AAC, os conteúdos mais vistos (gráfico 18), pelos que usam esta rede, são, sem sombra de dúvidas, as “Publicações na cronologia com informação académica (informação sobre cursos, inscrições, estágios, etc.)” com (67,2%), sendo seguidas dos eventos com 48,7% das respostas.

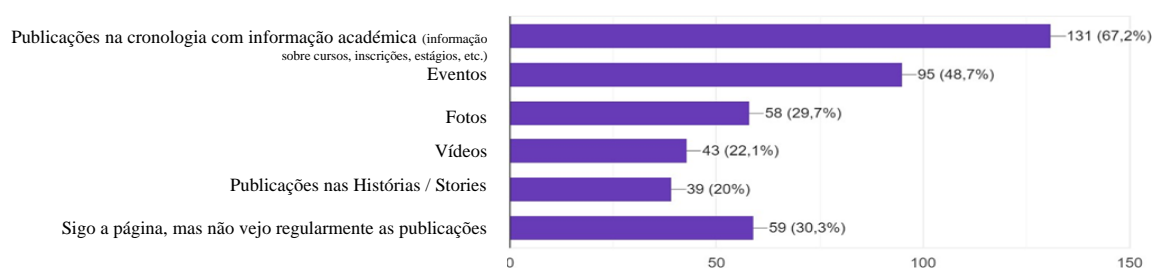


Gráfico 18: Conteúdos consultados no Facebook

No que à rede Instagram diz respeito (gráfico 19), 44,8% dos 297 inquiridos dizem que seguem ambas as páginas de Instagram, da FLUC e do NEFLUC/AAC, e 13,3%, seguem apenas o Instagram do NEFLUC/AAC. Mais de 30% dos inquiridos afirma não seguir nenhuma das páginas, tal como se verificou anteriormente em relação ao Facebook.

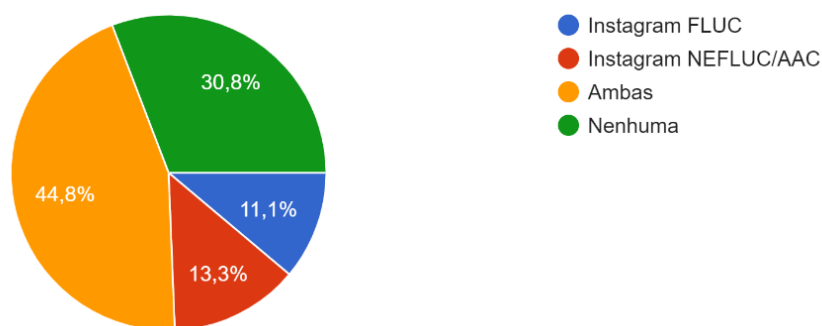


Gráfico 19: Páginas Instagram seguidas pelos estudantes

Para aqueles que seguem as páginas do NEFLUC/AAC e da FLUC, a informação disponibilizada no Instagram é maioritariamente acompanhada por consulta das publicações na cronologia (75,1%) e por consulta das histórias/stories (72%) – gráfico 20.

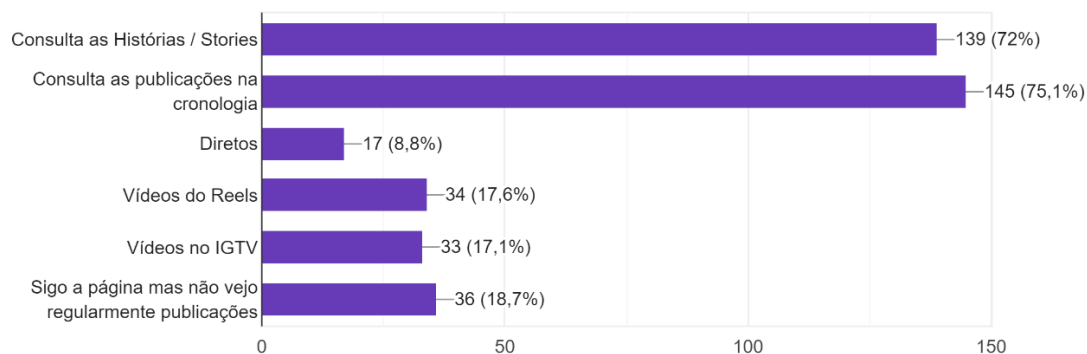


Gráfico 20: Conteúdos consultados no Instagram

No que ao Youtube diz respeito (gráfico 21), é de realçar a percentagem de estudantes da FLUC que, ao contrário do comportamento nas outras plataformas, não segue nenhuma das páginas em causa (43,7%). Apenas 6,1% seguem ambas as páginas no Youtube. Contudo, realça-se que 22,2% dos inquiridos não subscrevem os canais, mas já consultaram por alguma razão, fazendo com que pelo menos saibam que existem e identifiquem alguns conteúdos.

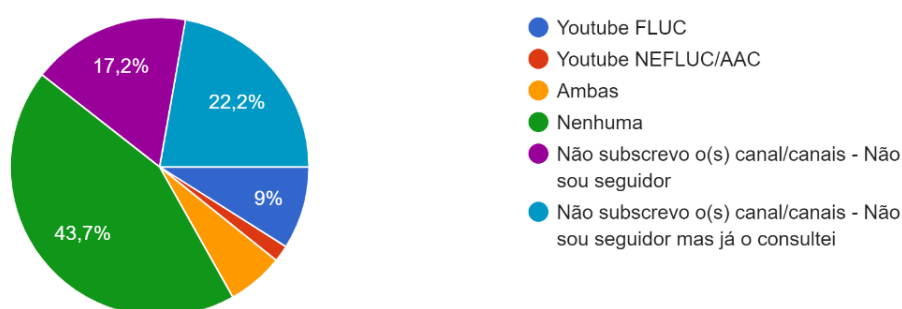


Gráfico 21: Canais YouTube seguidos pelos estudantes

Numa análise aos conteúdos consumidos pelos seguidores ou pelos visitantes das páginas de Youtube da FLUC (gráfico 22), constata-se que os três conteúdos mais consumidos são a apresentação da FLUC (60.6%), as apresentações das unidades curriculares (41.3%) e os testemunhos de estudantes sobre os respetivos cursos (41.3%). Por outro lado, os três conteúdos menos visualizados são o Curso de Férias de Língua e Cultura Portuguesas com 4.6%, as sugestões de leitura com 5.5% e o vídeo relativo ao sistema de requisição de livros da Biblioteca Central da FLUC (6,4%).

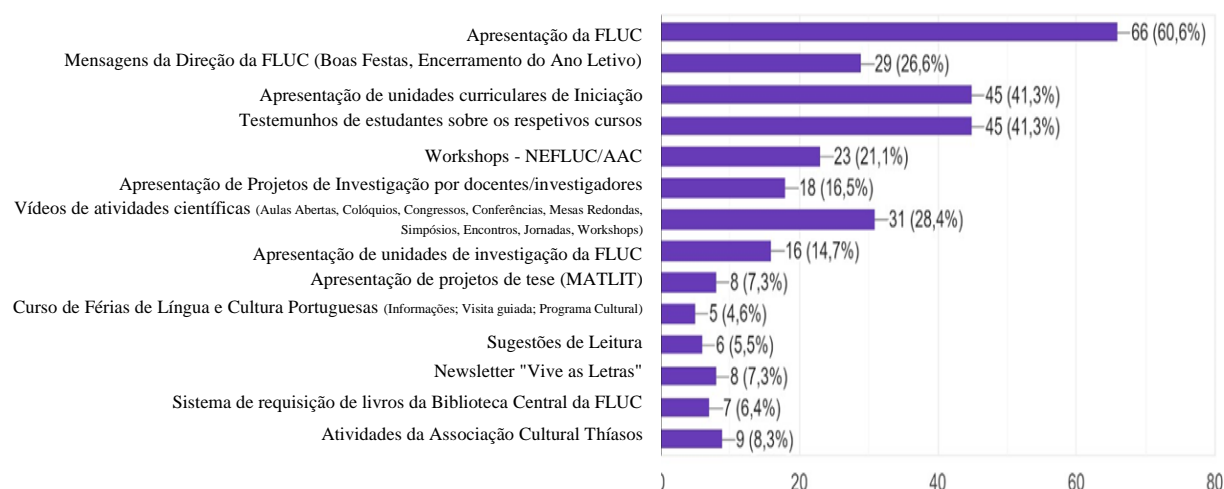


Gráfico 22: Conteúdos visualizados no YouTube

No que à frequência de utilização da página web da FLUC (gráfico 23) diz respeito, é notório que 60.1% dos alunos raramente a utilizam e que apenas 32,7% destas respostas nos indica que, de facto, utilizam regularmente a página web.

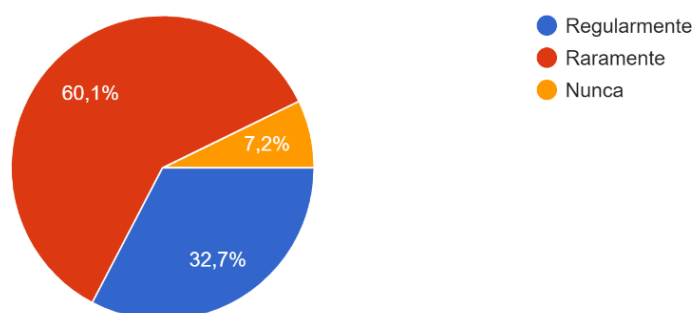


Gráfico 23: Utilização da página web da FLUC

Analisando os conteúdos que são consultados na página web da FLUC (gráfico 24), pode-se concluir que os três mais consultados são o calendário escolar (88.7%), o horário das unidades curriculares (76.4%), o calendário de exames (76.4%) e informação sobre cursos (68%). Os conteúdos menos consultados nesta página web, são “outros” para além dos indicados (2.1%) e “Informação sobre o Governo da Faculdade, Planos e Relatórios de Atividade, Orçamentos e Relatórios de Contas” (3.2%).

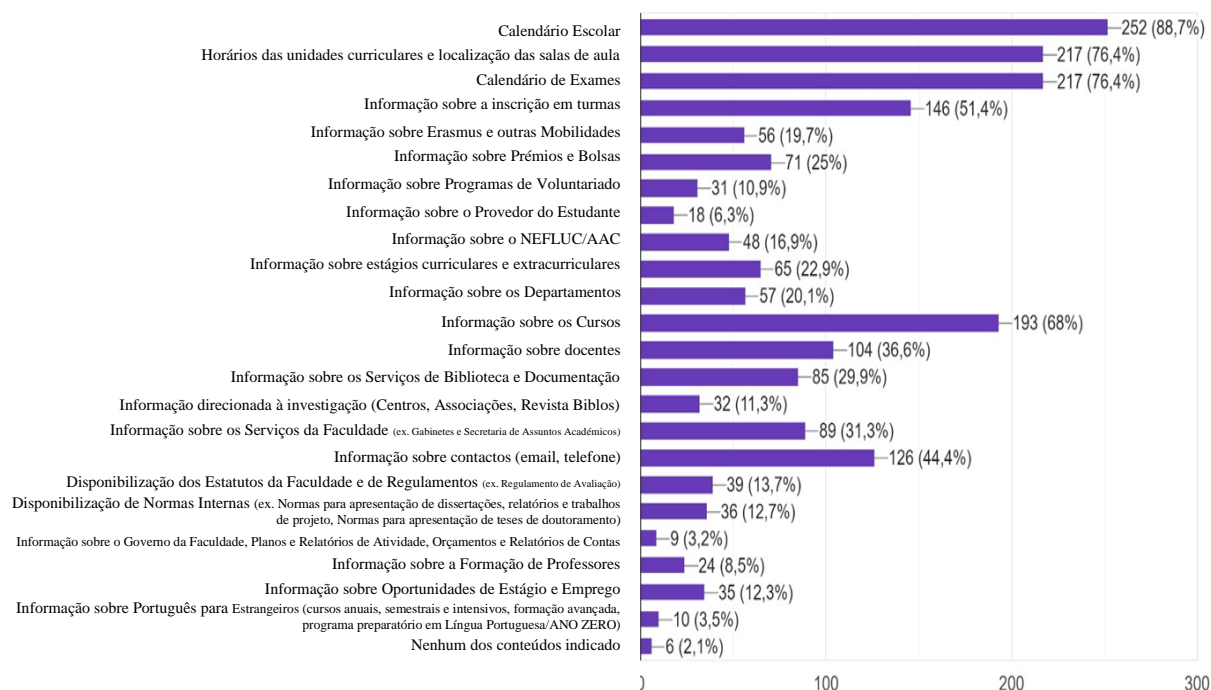


Gráfico 24: Conteúdos consultados na página web da FLUC

Como perfil de idade dos que responderam a este questionário, pode traçar-se um perfil maioritariamente entre os 18 e os 21 anos (51.3%), sendo que a faixa etária logo a seguir é a entre os 22 e os 24 anos (21.6%). Sendo assim pode-se concluir que os inquiridos estão, na sua esmagadora maioria, entre os 18 e os 24 anos (72.9%).

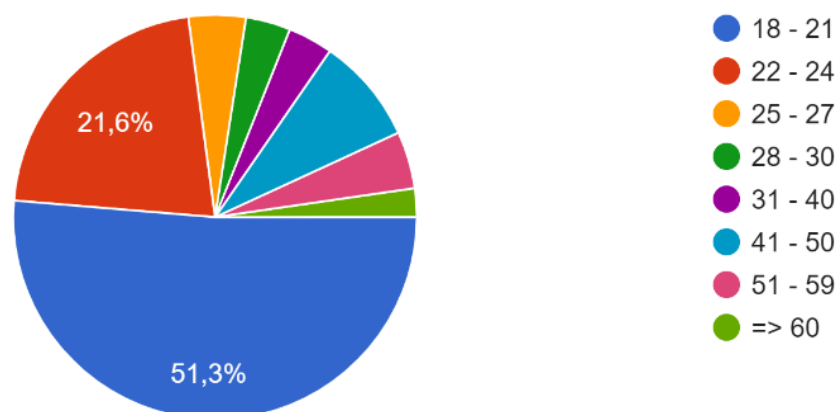


Gráfico 25: Perfil

Quanto ao género daqueles que responderam a este questionário, a sua esmagadora maioria é do género feminino (70.6%) logo seguido do género masculino com 27.8% das respostas.

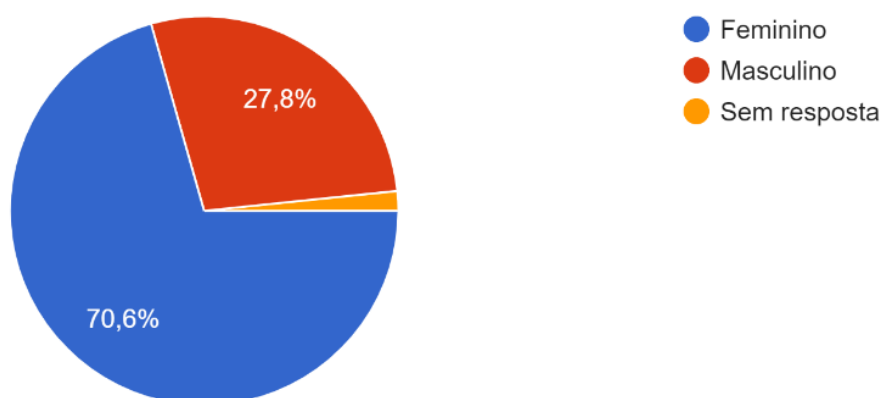


Gráfico 26: Género

4.3 Reflexão

Do ponto de vista geracional, as gerações Y, Z e Alpha, têm um comportamento face às TIC que é diferente das gerações anteriores, o que se reflete em todos os aspetos da vida. Referimo-nos a indivíduos que, maioritariamente, estão sempre conectados, que são pragmáticos, veem tudo com o deslizar do dedo no telemóvel, estão habituados a usar o digital, mas nem sempre têm um adequado domínio da literacia informacional digital ou mesmo de muitas das referidas tecnologias.

Cruzando estas características com os resultados do estudo realizado aos estudantes da FLUC, este comportamento reflete-se no modo de acesso, consulta e uso da informação académica digital. Ou seja, os hábitos de consultar a informação no telemóvel, no imediato e de modo célere, as lacunas na interpretação dos conteúdos recebidos, o uso de dispositivos móveis com características tecnológicas distintas, o recorrer aos colegas para esclarecer dúvidas, o hábito de não consultar as páginas web como fontes oficiais de informação.

Na situação concreta das notificações que os estudantes recebem, por exemplo, os casos relatados e o exemplo de 103 notificações recebidas num dia relativas a um fórum de discussão/trabalho de disciplina, por todos os alunos de uma unidade curricular, leva a que os estudantes ignorem as notificações. Outros exemplos, são as notificações que todos os estudantes recebem relativas a “Bolsas e Prémios” ou a visitas de estudos de outros cursos, nas quais não podem participar.

O excesso de informação é um problema para os estudantes e dificulta a seleção de informação essencial, bem como a sua adequada interpretação. Como exemplo, podemos citar as notificações dos Serviços Académicos relativas a prazos de avaliação em época especial que, os estudantes do 2.º ano dos mestrados recebem e não interpretam corretamente, pois as mesmas referem provas de avaliação/exames e não, de modo explícito, a entrega de dissertação/trabalho de projeto/relatório.

Neste estudo não se pretendem inferir generalizações no que aos resultados diz respeito. Verificou-se uma baixa taxa de resposta dos estudantes de Doutoramento e Mestrado. Não foi possível aferir o número total de estudantes, apenas dos três principais ciclos de estudos da FLUC, no ano letivo 2020/2021. Confirmou-se a perceção que tínhamos, ou seja, os estudantes têm pouca disponibilidade para responder a questionários online, sobretudo porque já são alvo de vários.

Os resultados apresentados neste estudo e conclusões acerca da sua análise resultam do caso concreto, pois “o estudo de caso pode ser uma pertinente contribuição para uma problemática e depois continuado num programa de investigação mais abrangente” (Duarte, 2008, p. 114).

Como propostas, a FLUC e a própria UC podem analisar os aspetos relativos ao excesso de notificações, no que respeita à comunicação de informação académica digital e definir, por exemplo, critérios mais objetivos para o envio de notificações no Inforestudante. Bem sabemos que muitas dessas notificações são automáticas, daí referir-se a necessária articulação na UC.

Se a tendência é deixar de se usar o Inforestudante e os estudantes passarem a utilizar cada vez mais a plataforma UC Student, como acontece já com a disponibilização de materiais de apoio das disciplinas, também aí temos as notificações automáticas.

A página web da FLUC, bem como outras da UC, são ignoradas como fonte de informação pela maioria dos estudantes. Este facto podia ser ultrapassado com a sensibilização, por parte dos diretores de curso, quando recebem os alunos no primeiro ano.

Considerando o comportamento informacional dos *prosumers* na web, também se identifica que o desinteresse pela informação publicada em redes sociais da FLUC se deve, por exemplo, ao facto de não haver uma adequada divulgação ou dinamização das mesmas, bem como à necessidade, na nossa perspetiva, de definição de um plano de comunicação em articulação com o NEFLUC/AAC (ex. para partilha das publicações e criação de conteúdos). Os estudantes não estão no Facebook; utilizam maioritariamente o Instagram, tendo preferência pela visualização de “histórias” e registos vídeo inferiores a um minuto.

O Plano de Comunicação da Faculdade deve, necessariamente, contemplar a comunicação interna e externa. A nível interno, com os estudantes, nas plataformas anteriormente referenciadas, externamente com os seus clientes e restante comunidade, na página web, redes sociais, outras plataformas e media.

É fundamental que os profissionais da informação e as instituições, como é o caso da Universidade, acompanhem, entendam e estudem as mudanças nos hábitos de uso de informação ou comportamento informacional e auscultem os clientes, ou seja, os estudantes.

CONCLUSÃO

No século XXI vivemos num mundo em constante mudança. Novos meios, novos recursos, novas gerações e necessidades e, claro, novos problemas.

Não precisamos de recuar até à viragem deste século para nos apercebermos da quantidade abismal de mudanças que estamos a vivenciar no nosso tempo, basta fazê-lo para o último ano. Todavia, é um possível enquadramento, que não deve ser ignorado, nomeadamente no que respeita ao mundo digital e hábitos de uso informacional.

Neste início da segunda década do século XXI temos uma necessidade imediata de mergulhar em questões de readaptação operacional, cultural e tecnológica. Compreender o significado do mundo digital e como se mover nele, abraçar os conceitos de inter e transdisciplinaridade e reencontrar o nosso lugar nesta sociedade da informação moderna, como profissionais da informação.

Do ponto de vista sociológico, os nativos digitais estão associados às designadas gerações Y, Z e Alpha. A identificação das suas principais características, ainda que com a ressalva de não se fazer generalizações que abranjam todos os indivíduos “enquadrados” em determinada geração, é um importante contributo para compreendermos os hábitos de uso informacional.

Há, portanto, hábitos no acesso e utilização da informação que são irreversíveis porque andam de mãos dadas com as mudanças profundas nos modos de ser e de vida da sociedade.

De acordo com a revisão de literatura efetuada, consideramos que não existe um nativo digital com conhecimentos de informação ou literacia informacional digital simplesmente porque essa pessoa nunca conheceu um mundo que não fosse digital.

Com a pandemia Covid-19 deparámo-nos, abruptamente, com um crescimento exponencial do digital nas nossas vidas, de tal ordem que levou a inevitáveis mudanças nos hábitos informacionais digitais da população mundial.

Para os jovens este processo foi marcante, levando-os à busca e utilização de outros mecanismos para a sua vivência pessoal, académica e profissional. Neste contexto situa-se o desenvolvimento desta investigação.

No geral, desde a década de 1970, os estudantes são um dos grupos mais investigados no campo do comportamento informacional humano. Do foco dos estudos centrados na utilização de serviços e recursos das bibliotecas, vemos agora que o foco da investigação se expandiu para o uso de informação em geral, nomeadamente a eletrónica ou digital.

Nesta investigação, considera-se que os objetivos propostos foram atingidos. Contextualizou-se o cenário informacional digital atual e sua relação com os hábitos informacionais das gerações nomeadas; identificaram-se estudos centrados no comportamento informacional dos estudantes universitários; concretizou-se um estudo de caso que se centrou na análise dos hábitos de uso de informação académica digital dos estudantes da FLUC.

O interesse na procura de soluções, para responder a dificuldades e perceber o que se pode melhorar nos processos de disponibilização da informação académica na UC, é o mote para um futuro desenvolvimento deste trabalho, o que pressupõe necessariamente um levantamento e diagnóstico inicial, mediante o estudo concretizado.

Toda a investigação tem o seu início e o seu termo. No final é importante reconhecer obstáculos, limitações e perspetivas de desenvolvimento.

No que respeita aos obstáculos desta investigação, os mesmos estão relacionados com o exercício, em simultâneo, de atividade académica, de investigação e profissional. Esta circunstância determinou a necessidade de conjugar, na medida do possível, todas as facetas, o que nem sempre se revelou de fácil execução, nomeadamente devido ao exercício profissional a tempo integral.

De igual modo, no que respeita às limitações, o contexto pandémico que todos vivenciamos não permitiu concretizar, no terreno, contactos e recolha de dados presencial, o que determinou a aplicação de um instrumento de recolha de dados disponibilizado online.

Naturalmente, sabemos que nada substitui o contacto pessoal, as conversas e esclarecimentos, o apelo à colaboração, o que certamente permitiria obter uma maior participação dos estudantes. A opção pela disponibilização do questionário ao universo de todos os estudantes da Faculdade também decorre desta limitação elencada, tendo como referido sido coletados dados relativos aos respondentes dos três ciclos de estudos da FLUC (licenciatura, mestrado e doutoramento).

Cientes de que estudar o comportamento informacional compreende analisar os hábitos de uso, o que também engloba conhecer os interesses e motivações, ou seja, para que se usa determinada informação e com que objetivo(s), considera-se que este estudo é um importante potencial contributo para o desenvolvimento de outras investigações aplicadas em similares contextos e na referida área científica.

Conscientes de que a temática eleita para esta investigação, na área científica da CI, é relevante para o respetivo campo científico bem como para a sociedade (estudantes, docentes, profissionais da informação), nomeadamente por se ter concretizado um estudo pioneiro em contexto académico, consideramos que o mesmo é passível de servir de base a futuros trabalhos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adrià-Camarasa, D., & Giménez-Chornet, V. (2019). Web 2.0 in the Nordic libraries. *Bibliotecas, Anales de Investigacion*, 15(1), 35–50. <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/112094>

ALA - American Library Association (2015). *Digital Natives*. <https://www.ala.org/tools/future/trends/digitalnatives>

Almeida, C. F. de. (2019). *Marcas de moda na formação da geração Alpha*. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/10143>

Al-Motawah, W., Sen, B., & Willett, P. (2020). Information Use, Information Needs, and Information Behavior of Graduate Students at Kuwait University. *MELA Notes*, 93, 51–87.

Arroyo Vázquez, n., & Merlo Vega, J. A. (2007). La biblioteca como usuária de la web 2.0. In *10as Jornadas Españolas de Documentación - FESABID 2007*. <http://eprints.rclis.org/9523/>

Azinheiro, M. (2017). *Digital Marketing practices amongst start-up accelerators*. Dissertação de mestrado, UNL. <https://run.unl.pt/handle/10362/24541>

Bawack, R. E., & Kala Kamdjoug, J. R. (2020). The role of digital information use on student performance and collaboration in marginal universities. *International Journal of Information Management*, 54, N.PAG. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102179>

Bates, M. J. (2017). Information Behavior. In M. J. Bates & M. N. Maack (Eds.), *Encyclopedia of Library and Information Sciences* (pp. 2074-2085), 4.^a edição. https://infocom.hyperlib.sjsu.edu/wp-content/uploads/2019/07/information_behavior_bates.pdf

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 210-230.

Bruns, A. (2006). Towards produsage: Futures for user-led content production. In C. Ess, F. Sudweeks, & H. Hrachovec (Eds.), *Proceeding of the 5th International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication* (pp. 275–284). School of Information Technology.

Bustos-González, A. (2018). Llamada artículos “Uso de información académica: inteligencia institucional e información que genera conocimiento” – Revista El profesional de la información (EPI). *El profesional de la información*. <http://www.profesionaldelainformacion.com/notas/llamada-de-articulos-sobre-uso-de-informacion-academica-inteligencia-institucional-e-informacion-que-genera-conocimiento/>

Celaya Barturen, J. (2010). Las bibliotecas en las redes sociales: más allá de los amiguitos. *V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. <http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/4971/1/JavierCelaya.pdf>

Ceretta, S. B., & Froemming, L. M. (2011). Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. *RAUnP*, 3(2,) 15-24. <http://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>

Coelho, H. (2010). A Web 2.0 nas Bibliotecas Universitárias Portuguesas. In Congresso Nacional de BAD, Políticas de Informação na Sociedade em Rede, 10. <https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/160>

Cruz, F. (2017). *Mídias sociais: um estudo sob a perspectiva do marketing digital e sua influência sobre o consumidor da geração z (nativos digitais)*. Dissertação de mestrado, ISCAP. <http://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/10450>

Duarte, J. (2008). Estudos de caso em educação. Investigação em profundidade com recursos reduzidos e outro modo de generalização. *Revista Lusófona de Educação*, 11, 113-132.

Fernández Marcial, V. (2018). Comportamento informacional: nuevos escenarios, nuevos desafíos. *Páginas a&b*, 3, 3-16. <http://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasaeab/article/view/3952/3699>

Fiander, D. J. (2012). Social media for academic libraries. In D. Neal (ed.), *Social media for academics: a practical guide* (pp. 193-210). Oxford: Chandos Publishing.

FLUC - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (2020). *Cursos 1º ciclo*. <https://www.uc.pt/fluc/ensino/1ciclo>

FLUC - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (2020). *História da Faculdade*. https://www.uc.pt/fluc/faculdade/apresentacao/historia_faculdade

FLUC - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (2020). *Inforestudante*.
https://www.uc.pt/fluc/faqs/perguntas_frequentes/inforestudante

Foddy, W. (1996). *Como perguntar: teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários*. Oeiras: Celta.

Franco, C. de P. (2013). Understanding digital natives' learning experiences. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 13(2), 643-658. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982013000200013

Gomes, L. I. E. (2016). *Gestão da informação, holística e sistémica, no campo da Ciência da Informação: estudo de aplicação para a construção do conhecimento na Universidade de Coimbra*. Tese de doutoramento. <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/18287> ;
<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/43201>

Gomes, L. I. E. (2019). Gestão de informação/conhecimento em Ciência da Informação: perspetivas sobre os termos e proposta de aplicação teórico-prática. *Páginas a&b - arquivos e bibliotecas*, 3(12), 163-178. <https://doi.org/10.21747/21836671/pag12a10>

Gomes, L. I. E. (2020). Ciência da Informação: fundamentos e perspetivas da área científica. In M. B. Marques & L. E. Gomes (Coord.), *Ciência da Informação: visões e tendências* (pp. 89-113). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. <http://monographs.uc.pt/iuc/catalog/view/107/269/437-1?fbclid=IwAR1FY4rjwbmyjAKabSdXux8LwhahiJBy-9anv7KsDMuUEuNGXdAUth7RKbQ>

Granado Palma, M. (2019). Educación y exclusión digital: los falsos nativos digitales. *Revista de Estudios Socioeducativos. ReSed*, (7), 27-41.
http://dx.doi.org/10.25267/Rev_estud_socioeducativos.2019.i7.02

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons Journal*, 53(1), 59-68.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232?via%3Dihub>

Kirschner, P. A., & Bruyckere, P. de (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135-142. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: technology for humanity*. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Kyong Eun Oh, & Rong Tang. (2018). How Do University Students Receive, Read, Find, Share, and Store News? A Survey Study on Mobile News Behavior. *Journal of Library and Information Studies*, 16(1), 1–21. [https://doi.org/10.6182/jlis.201806_16\(1\).001](https://doi.org/10.6182/jlis.201806_16(1).001)

Kwasitsu, L., & Chiu, A. M. (2019). Mobile information behavior of Warner Pacific University students. *Library and Information Science Research*, 41(2), 139–150. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2019.04.002>

Lévy, P. (2000). *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola.

Marques, M. B., & Gomes, L. I. E. (Coords.) (2020). *Ciência da Informação: visões e tendências*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. <http://monographs.uc.pt/iuc/catalog/view/107/269/437-1>

Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (2019). Despacho Normativo n.º 8/2019, de 19 de março. *Diário da República*, 2.ª série, N.º 55, pp. 8293 – 8306.

Moran, K. (2016). *Millennials as Digital Natives: Myths and Realities*. <https://www.nngroup.com/articles/millennials-digital-natives/>

Naderbeigi, F., & Isfandyari-Moghaddam, A. (2021). Case Study of information Avoidance in Medical Students. *Library and Information Science Research*, 11(1), 198-219. doi: 10.22067/infosci.2021.24209.0

Oladunjoye, M. T., Omiunu, O. G., & Yomi-Owojori, T. O. (2018). Information behavior of students towards the use of library information resources in Universities in Oyo State, Nigeria. *Library Philosophy & Practice*, 1–13. <https://core.ac.uk/download/pdf/189479394.pdf>

O'Reilly, T. (2005). *Web 2.0: compact definition?* <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>

Pereira, S. (2021). *Crianças, Jovens e Media na Era Digital: Consumidores e Produtores?* <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.45>

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Rehmat, F., & Zia, M. W. (2020). Use of Mobile Phones for Information Seeking by the Students of Faculty of Social Sciences, University of Karachi. *Pakistan Library & Information Science Journal*, 51(4), 75–88.

Ribeiro, A., Leite, R. S., & Lopes, H. E. G. (2014). Análise do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 12(3), 5-27. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v12i3.1591>

Sabelli, M., & Bercovich, I. (2018). Information behavior of students in Librarianship: satisfaction of the information needs. *Investigacion Bibliotecologica*, 32(75), 183–222. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2018.75.57968>

Santos, A. S. (2011). Webmarketing e Redes Sociais nas Bibliotecas. *Cadernos BAD*, 1/2, 27-39. <https://publicacoes.bad.pt/revistas/index.php/cadernos/article/view/738>

Santos, C. F. dos, et al. (2011). *O processo evolutivo entre as Gerações X, Y e Baby Boomers*. <http://sistema.semead.com.br/14semead/resultado/trabalhosPDF/221.pdf>

Santos, M. N. M. dos (2020). *A Informação Digital: Políticas e Inteligência Artificial no contexto da Ciência da Informação*. Dissertação de Mestrado. <http://hdl.handle.net/10316/93734>

Saracevic, T. (2009). Information science. In M. J. Bates & M. N. Maack (Eds.), *Encyclopedia of Library and Information Science* (pp. 2570-2586). New York: Taylor & Francis.

Savolainen, R. (2007). Information Behavior and Information Practice: Reviewing the “Umbrella Concepts” of Information-Seeking Studies. *Library Quarterly*, 77(2), 109–132. <https://doi.org/10.1086/517840>

Shi, Y., Li, C., & Luo, L. (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Chinese College Students’ Information Behavior and Library Needs: A Qualitative Study. *Library Quarterly*, 91(2), 150–171. <https://doi.org/10.1086/713051>

Silva, A. M. da (2006). *A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico*. Porto: Edições Afrontamento.

Silva, A. M. da, & Ribeiro, F. (2020). Ciência da Informação trans e interdisciplinar: para a superação de equívocos. In M. B. Marques & L. E. Gomes (Coord.), *Ciência da Informação: visões e tendências*

(pp. 33-58). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
<http://monographs.uc.pt/iuc/catalog/view/107/269/437-1?fbclid=IwAR1FY4rjwbmyjAKabSdXux8LwhahjJBy-9anv7KsDMuUEuNGXdAUth7RKbQ>

Souza, R. R., & Alvarenga, L. (2004). A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação. *Ciência da Informação*, 33(1), 132-141. http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652004000100016&script=sci_arttext

Stake, R. E. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.

Thayer-Hart, N., et al. (2010). *Survey Fundamentals. A guide to designing and implementing surveys*. <http://www.lonestar.edu/departments/honorsprogram/A%20Guide%20to%20Designing%20and%20Implementing%20Surveys.pdf>

Transformação digital (2018). *Nativos digitais: quem são e por que são considerados um mito*. <https://transformacaodigital.com/transformacao-digital/nativos-digitais-quem-sao-e-por-que-sao-considerados-um-mito/>

UC – Universidade de Coimbra (2020). *Serviço de Gestão Académica*. <https://www.uc.pt/sga/index>

UC – Universidade de Coimbra (2021). *Ajuda ao Ensino Remoto na Universidade de Coimbra - Plataformas Institucionais*. <https://www.uc.pt/ajuda-ensino-remoto>

UNESCO - Institute for Information Technologies in Education (2011). *Digital natives: How do they learn? How to teach them?* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216681/PDF/216681eng.pdf.multi>

Universidade de Coimbra (2015). Despacho n.º 6799/2015, de 17 de junho. *Diário da República*, 2.^a série, N.º 116, pp. 16090-16103.

Vakkari, P. (2008). Trends and approaches in information behaviour research. *Information Research*, 13(4) paper 361. <http://informationr.net/ir/13-4/paper361.html>

Valente, M. P. R. C. (2011). *Geração Y e individualismo: percepções e adaptabilidade do consumidor frente às mudanças sociais*. Tese de doutorado. <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=18194@1>

Volpato, B. (2017). *Redes Sociais*. <https://resultadosdigitais.com.br/redes-sociais/#>

Wilson, T. D. (1997). Information behaviour: an interdisciplinary perspective. *Information Processing and Management*, 33(4), 551-572.

XWS – eXpress Web Solutions, Lda. (2020). *NONIO*. <https://xws.pt/nonio>

XWS (s.d.). *NONIO: Sistema de Gestão do Ensino Superior*. <https://xws.pt/wp-content/uploads/2016/03/Nonio-manual-2.pdf>

Yin, R. K. (2014). *Case study research. Design and methods*. London, Thousand Oaks: Sage Publications.

Zarei, N., Nazari, F., & FarhadPoor, M. R. (2019). Internet Self-Efficacy and the Use of Electronic Information Services Acceptance among University Students. *International Journal of Information Science & Management*, 17(2), 55–70.

Zheng, J. (2020). SARS-CoV-2: an Emerging Coronavirus that Causes a Global Threat. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32226285/>

APÊNDICES E ANEXOS

Apêndice 1 – Instrumento de recolha de dados: Questionário aos estudantes

Consulta e utilização de informação académica digital pelas/os estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Ciclo de Estudos que frequenta: *

Licenciatura (1º Ciclo)

Mestrado (2º Ciclo)

Doutoramento (3º Ciclo)

After section 1 Continue to next section ▼

Section 2 of 19

Licenciatura (1º ciclo)

Description (optional)

Indique o curso que frequenta *

Arqueologia

Ciência da Informação

Estudos Artísticos

Estudos Clássicos

Estudos Europeus

Filosofia

Geografia

História

História de Arte

Jornalismo e Comunicação

Línguas Modernas

Português

Turismo, Território e Patrimónios

After section 2 Go to section 5 (Consulta de inform...académica digital) ▼

Section 3 of 19

Mestrado (2º ciclo)

Description (optional)

Indique o curso que frequenta *

- Alimentação: Fontes, Cultura e Sociedade
- Arqueologia e Território
- Arte e Património
- Ciência da Informação
- Dinâmicas Sociais, Riscos Naturais e Tecnológicos
- Ensino de Filosofia no Ensino Secundário
- Ensino de Geografia no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário
- Ensino de História no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário
- Ensino de Inglês e de Língua Estrangeira no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário
- Ensino de Português no 3º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário
- Ensino de Português no 3º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário e de Latim no Ensino Secundário
- Ensino de Português e de Língua Estrangeira no 3.º ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário
- Erasmus Mundus Filosofias Francesa e Alemã no Espaço Europeu
- Escrita Criativa
- Estudos Artísticos
- Estudos Clássicos, ramos "Mundo Antigo" e "Culturas e Literaturas Clássicas"
- Estudos de Cultura, Literatura e Línguas Modernas
- Estudos Europeus
- Filosofia
- Geografia Física, Ambiente e Ordenamento do Território
- Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis
- História
- História Militar
- Jornalismo e Comunicação
- Literatura de Língua Portuguesa
- Património Cultural e Museologia
- Política Cultural Autárquica
- Português como Língua Estrangeira e Língua Segunda
- Tecnologias de Informação Geográfica
- Tradução
- Turismo, Território e Patrimónios

Section 4 of 19

Doutoramento (3º ciclo)

Description (optional)

Indique o curso que frequenta *

- Arqueologia
- Ciência da Informação
- Ciências da Comunicação
- Discursos: Cultura, História e Sociedade
- Estudos Artísticos, especialidades de Estudos Fílmicos e da Imagem, Estudos Musicais e Estudos Teatrai...
- Estudos Clássicos
- Estudos Feministas
- Filosofia
- Geografia, ramos de Geografia Física e de Geografia Humana
- História
- História da Arte
- Linguística do Português
- Línguas Modernas: Culturas, Literaturas, Tradução
- Literatura de Língua Portuguesa
- Materialidades da Literatura
- Patrimónios Alimentares: Culturas e Identidades
- Turismo, Património e Território
- Outro

Section 5 of 19

Consulta de informação académica digital

Informação sobre cursos, docentes, plano de estudos, horários, calendário escolar, calendário de exames, inscrição em turmas, unidades curriculares (programa, bibliografia, avaliação), mobilidade, estágios, prémios e bolsas, serviços administrativos.

Indique as fontes digitais que utiliza para obter informação essencial ao longo do seu percurso académico:

- Página web da Faculdade de Letras
- InforEstudante
- UC Student
- Redes Sociais da Faculdade de Letras
- Redes Sociais do NEFLUC - Núcleo de Estudantes da Faculdade de Letras
- Página web do Serviço de Gestão Académica da Universidade
- Página web dos Serviços de Ação Social da Universidade
- Página web da Universidade de Coimbra
- Outra

InforEstudante

Description (optional)

Indique com que regularidade utiliza o InforEstudante: *

Raramente

Regularmente

Nunca

Com que finalidade utiliza o InforEstudante? *

Inscrição em curso e unidades curriculares

Consultar informação sobre unidades curriculares (Docente, Programa, Bibliografia, Método de avaliação)

Consultar Horário

Consultar Sumários

Consultar Material de Apoio

Consultar Notificações

Consultar Assiduidade

Submeter trabalhos

Fóruns de Discussão

Consultar pautas

Inscrição em avaliações - exames

Preenchimento de Inquéritos Pedagógicos

Candidatura a Mobilidade

Candidatura a Estágios de Verão

Diário

Tutorias

Acesso à UC Student

Balcão Académico - Documentos

Balcão Académico - Entrega de Dissertações/Teses

Consultar Menores

Balcão Académico - Propinas e Emolumentos

Balcão Académico - Normas e Procedimentos

Balcão Académico - Requerimentos

Alumni UC - O meu perfil

Alumni UC - Associação de Estudantes

Com que frequência consulta as notificações que lhe são enviadas via Inforestudante? *

- Regularmente
- Raramente
- Nunca

Onde acede e lê as notificações do Inforestudante? *

- Email
- InforEstudante
- Email e InforEstudante
- Não consulto as notificações

Quais as maiores dificuldades que sente no que diz respeito às notificações que recebe? *

- Dificuldades na interpretação do conteúdo de algumas notificações
- Receber notificações com texto longo
- Receber notificações com conteúdo que não respeita ao ciclo de estudos que frequenta
- Receber uma grande quantidade de notificações
- Não considera/o essencial a sua consulta
- Receber notificações sobre eventos científicos em que não tem interesse
- Não conseguir distinguir as notificações dos docentes ou da direção do curso das notificações dos serviç...
- Outra

Na sua opinião, que conteúdos deveriam constar nas notificações essenciais a receber, ao longo do seu percurso académico? *

- Informação sobre aulas de unidades curriculares / seminários
- Informação sobre trabalhos e avaliação de unidades curriculares
- Informação sobre inscrições em cursos, ano letivo e/ou unidades curriculares
- Informação sobre o lançamento de notas
- Informação sobre todos os eventos da Faculdade e da Universidade
- Informação apenas sobre os eventos da Faculdade de Letras
- Informação sobre todas as palestras, congressos ou outros eventos científicos da Universidade
- Informação apenas sobre palestras, congressos ou outros eventos científicos da Faculdade de Letras
- Informação apenas sobre palestras, congressos ou outros eventos científicos do seu curso
- Informação com conteúdo associativo
- Informação sobre Bolsas e Prémios
- Informação sobre Mobilidade
- Informação sobre estágios
- Outra

Plataforma UC Student

Description (optional)

No último ano utilizou a plataforma UC Student? *

Sim

Não

Com que finalidade usou a plataforma? *

Assistir a aulas

Fazer avaliações

Reunir com docentes

Consultar sumários

Consultar mensagens dos docentes

Registrar a presença em aulas

Outra

Classifique a importância que atribui ao uso desta plataforma no seu percurso académico, no último ano letivo:

1 2 3 4 5

Redes Sociais

Description (optional)

Em que redes sociais tem perfil pessoal ou inscrição/conta? *

Facebook

Instagram

Twitter

Youtube

TikTok

Pinterest

LinkedIn

Goodreads

Outra

Tem conhecimento que a FLUC está presente nas redes sociais Facebook, Instagram e Youtube? *

- Sim, em todas
- Sim, apenas no Facebook
- Sim, apenas no Instagram
- Sim, apenas no Youtube
- Sim, no Facebook e Instagram
- Sim, no Facebook e Youtube
- Sim, no Instagram e Youtube
- Não

Facebook

Description (optional)

Das seguintes opções, que página(s) segue no Facebook? *

- Facebook da FLUC
- Facebook do NEFLUC/AAC
- Ambas
- Nenhuma

O que consulta na(s) página(s) de Facebook que segue? *

- Publicações na cronologia com informação académica (informação sobre cursos, inscrições, estágios, et...)
- Eventos
- Fotos
- Vídeos
- Publicações nas Histórias / Stories
- Sigo a página mas não vejo regularmente as publicações

Instagram

Description (optional)

Das seguintes opções, que página(s) segue no Instagram? *

- Instagram FLUC
- Instagram NEFLUC/AAC
- Ambas
- Nenhuma

Como acompanha a informação disponibilizada na(s) página(s) de Instagram que segue - Instagram FLUC e/ou Instagram NEFLUC/AAC? *

- Consulta as Histórias / Stories
- Consulta as publicações na cronologia
- Diretos
- Vídeos do Reels
- Vídeos no IGTV
- Sigo a página mas não vejo regularmente publicações

YouTube

Description (optional)

Das seguintes opções, que páginas segue no Youtube? *

- Youtube FLUC
- Youtube NEFLUC/AAC
- Ambas
- Nenhuma
- Não subscrevo o(s) canal/canais - Não sou seguidor
- Não subscrevo o(s) canal/canais - Não sou seguidor mas já o consultei

O que consulta ou já consultou no canal YouTube da FLUC, do NEFLUC/AAC ou de ambos? *

- Apresentação da FLUC
- Mensagens da Direção da FLUC (Boas Festas, Encerramento do Ano Letivo)
- Apresentação de Unidades Curriculares de Iniciação
- Testemunhos de estudantes sobre os respetivos cursos
- Workshops - NEFLUC/AAC
- Apresentação de Projetos de Investigação por docentes/Investigadores
- Vídeos de atividades científicas (Aulas Abertas, Colóquios, Congressos, Conferências, Mesas Redondas, S...
- Apresentação de unidades de investigação da FLUC
- Apresentação de projetos de tese (MATLIT)
- Curso de Férias de Língua e Cultura Portuguesas (Informações; Visita guiada à FLUC; Programa Cultural)
- Sugestões de Leitura
- Newsletter "Vive as Letras"
- Sistema de requisição de livros da Biblioteca Central da FLUC
- Atividades da Associação Cultural Thiasos

Página Web da FLUC

Description (optional)

Com que frequência utiliza a página Web da FLUC? *

- Regularmente
- Raramente
- Nunca

Dos seguintes conteúdos, disponíveis na página web da FLUC, indique os que já consultou? *

- Calendário Escolar
- Horários das unidades curriculares e localização das salas de aula
- Calendário de Exames
- Informação sobre a inscrição em turmas
- Informação sobre Erasmus e outras Mobilidades
- Informação sobre Prémios e Bolsas
- Informação sobre Programas de Voluntariado
- Informação sobre o Provedor do Estudante
- Informação sobre o NEFLUC/AAC
- Informação sobre estágios curriculares e extracurriculares
- Informação sobre os Departamentos
- Informação sobre os Cursos
- Informação sobre docentes
- Informação sobre os Serviços de Biblioteca e Documentação
- Informação direcionada à investigação (Centros, Associações, Revista Biblos)
- Informação sobre os Serviços da Faculdade (ex. Gabinetes e Secretaria de Assuntos Académicos)
- Informação sobre contactos (email, telefone)
- Disponibilização dos Estatutos da Faculdade e de Regulamentos (ex. Regulamento de Avaliação)
- Disponibilização de Normas Internas (ex. Normas para apresentação de dissertações, relatórios e trabalh...
- Informação sobre o Governo da Faculdade, Planos e Relatórios de Atividade, Orçamentos e Relatórios de ...
- Informação sobre a Formação de Professores
- Informação sobre Oportunidades de Estágio e Emprego
- Informação sobre Português para Estrangeiros (cursos anuais, semestrais e intensivos, formação avança...
- Nenhum dos conteúdos indicado

Section 19 of 19

Perfil

Description (optional)

Idade *

18 - 21

22 - 24

25 - 27

28 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 59

=> 60

Género *

Feminino

Masculino

Sem resposta

Anexo 1 – Formulário @AcadémicosUC e Inforestudante



Informações e Serviços Académicos

Este formulário é dirigido a Candidatos/as, Estudantes, Antigos/as Estudantes da UC e outros requerentes com situações específicas. Está orientado para prestar informações sobre assuntos académicos, da candidatura a UC até à emissão do diploma, ou para deixar sugestões e oportunidades de melhoria.

Basta preencher o formulário e escolher a opção mais adequada. Após submeter o seu pedido vai receber uma mensagem automática com o número do registo atribuído ao mesmo.

Se é Candidato/a, Estudante da UC ou Antigo/a Estudante utilize o [InforEstudante](#) para submeter requerimentos ou solicitar certidões. Se considera ter uma situação ou condição excepcional não incluída nos requerimentos ou documentos aí disponibilizados, seleccione neste formulário o tipo de pedido "Não incluído no InforEstudante".

Categorização *

Selecione uma opção

Termos e condições gerais de utilização deste formulário

- Este formulário é para utilização de Candidatos/as, Estudantes e Antigos/as Estudantes da Universidade de Coimbra (UC), podendo ainda ser utilizado por Outros Titulares de Grau ou Título que tenham sido concedidos pela UC ou que pretendam requerer essa concessão (agregação, reconhecimento de grau estrangeiro, apresentação de tese em regime especial).
- Ao submeter o pedido, o/a Requerente autoriza a recolha e utilização dos dados identificados pela UC como necessários, nos termos da lei, para o tratamento deste pedido, e toma conhecimento que as comunicações no âmbito do mesmo serão realizadas por e-mail, podendo adicionalmente ser utilizados outros contactos. Toma ainda conhecimento que os dados pessoais aqui fornecidos estão protegidos pela lei de proteção de dados, são estritamente necessários para o identificarem e são armazenados na base de dados da UC, que garante a respetiva confidencialidade, e que como titular do pedido tem livre acesso aos dados pessoais, podendo proceder à correção ou eliminação dos dados incorretamente recolhidos, através do InforEstudante ou de opção específica neste formulário.
- O/A requerente deverá identificar-se e preencher adequadamente os campos do formulário, sendo o pedido encerrado no caso de não ser possível realizar a sua adequada identificação e catalogação.
- Os pedidos são atendidos pela ordem do seu registo, podendo ser atribuída maior prioridade a tipos de assuntos específicos em determinados períodos do ano letivo.
- A comunicação posterior a este contacto ocorrerá via email, para o endereço especificado no formulário.

Precisa de ajuda?

[Clique aqui para obter mais esclarecimentos sobre a utilização deste formulário.](#)

Submeter

Fonte: <https://apps.uc.pt/forms/view/sga>

Anexo 2 – Inforestudante

Fonte: <https://inforestudante.uc.pt/nonio/security/login.do>

Anexo 3 – UC Student

UC Student

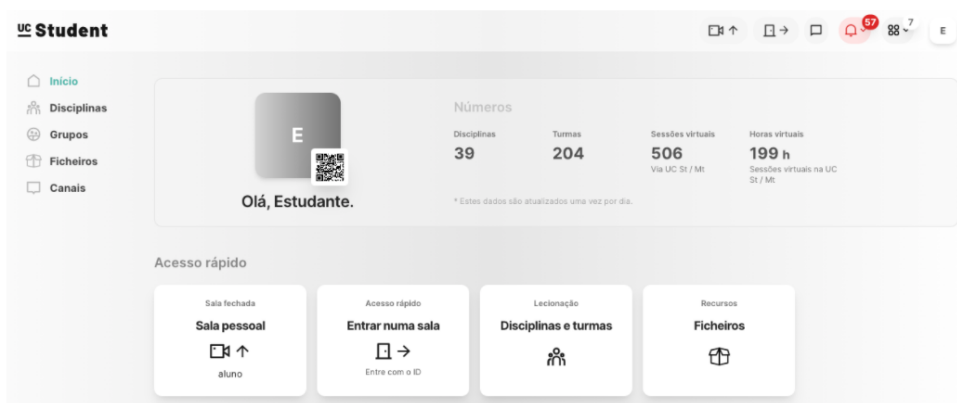
O link de acesso à plataforma UC Student é: ucstudent.uc.pt/login. Depois, basta preencher os campos "E-mail Institucional" e "Password".

8 outubro, 2020



Fonte: <https://www.uc.pt/fluc/article?key=a-8029558a52>

Daquilo que resulta de um processo de integração de funcionalidades existentes, até à data, em exclusivo no Nónio, em setembro/2021, a UC Student trouxe muitas novidades. A disponibilização da v1.0.0 apresenta alterações significativas no que diz respeito às funcionalidades disponíveis e relativamente ao próprio layout da plataforma.



(UC Student- v1.0.0 - disponibilizada a 08/09/2021)

Fonte: <https://ucpages.uc.pt/ucframework/apps/ucstudent/>