

Os youtubers da ciência da Informação: uma análise descritiva de três canais no youtube

RESUMO

Jenifer Daiane Grieger
jeniferd.grieger@gmail.com
Universidade Federal do
Paraná – Curitiba, Paraná,
Brasil.

Rodrigo Eduardo Botelho-
Francisco
rodrigobotelho@ufpr.br
Universidade Federal do
Paraná – Curitiba, Paraná,
Brasil.

Neste artigo busca-se analisar três canais no YouTube criados por profissionais de Ciência da Informação e Biblioteconomia e que abordam esta temática nos canais. As categorias de análise foram construídas a partir de conceitos de marketing e empreendedorismo aplicados ao contexto da CI e Biblioteconomia e verificadas em um vídeo selecionado de cada canal da amostra estudada. O objetivo é compreender a percepção dos participantes que interagiram na caixa de comentários deixados logo abaixo de cada vídeo, em uma análise descritiva a partir da Análise de Conteúdo. Dentre os comentários, foram criadas categorias para classificação dos conteúdos abordados neste campo em cada vídeo bem como dos conceitos. Como resultado, o estudo apresenta sua contribuição interdisciplinar ao aproximar as novas práticas comunicacionais do profissional da informação transpostos para ambientes online como o YouTube.

PALAVRAS-CHAVE: YouTube. Biblioteconomia. Ciência da Informação. Marketing. Empreendedorismo. Youtubers.

INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico e o surgimento da Internet foram nascendo novas formas de interagir e de se comunicar. A rede mundial de computadores alterou as dinâmicas comunicativas ao possibilitar a criação de novos espaços de interação humana, a exemplo das Redes Sociais Digitais (RSD) e outras plataformas interativas como o YouTube, por exemplo. Neste contexto, surgem também novas figuras comunicativas, como os influenciadores digitais.

Um influenciador digital pode ser entendido como um indivíduo que exerce impacto acima da média num determinado segmento dentro das RSD. Esta figura comunicativa torna-se capaz de formar um público fiel e engajado com suas publicações, exercendo influência sobre opiniões e atitudes dos seguidores. Uma das características do influenciador digital está em construir fortes marcas e identidade nas redes sociais digitais. Segundo Safko e Brake (2010), a influência é o alicerce sobre o qual todas as relações economicamente viáveis são construídas apesar de, conforme os autores, nem sempre o papel de um influenciador estar diretamente ligado ao consumo, como veremos neste estudo.

O YouTube, assim como outras plataformas e as próprias RSD, possui grande potencial em termos de criação de conteúdo e alcance. Como ferramenta de divulgação científica, por exemplo, pode contribuir na visibilidade de áreas do conhecimento, assim como na divulgação de pesquisas e como um espaço para eventos, como palestras e cursos. Exemplo disto são os influenciadores digitais da plataforma YouTube relacionados à Ciência da Informação, os quais abordaremos neste estudo. Tais influenciadores são denominados pela plataforma como “Youtubers”, numa adaptação do termo influenciador aplicado ao nome da plataforma.

Neste contexto, este artigo se propõe a analisar três canais no YouTube que se dedicam a divulgar, entre outras coisas, a área da Ciência da Informação (CI) e Biblioteconomia. Neste sentido, voltaremos nossas análises numa perspectiva voltada ao profissional da informação a partir de conceitos de Marketing e também Empreendedorismo. Assim, o trabalho busca responder à seguinte questão de pesquisa: quais práticas são comuns nos três canais selecionados à luz dos conceitos de Marketing e Empreendedorismo e qual a percepção dos interagentes quanto aos vídeos analisados? O objetivo é compreender a percepção dos frequentadores de canais do YouTube acerca da influência digital no âmbito da CI.

O estudo se justifica diante do aumento do consumo de conteúdo em vídeo dos últimos anos, bem como pela temática dos canais, que tratam especificamente Ciência da Informação e Biblioteconomia.

METODOLOGIA

Em termos gerais, a metodologia deste estudo pode ser entendida como de abordagem qualitativa em nível exploratório, envolvendo uma breve revisão teórica dos conceitos de Marketing e de Empreendedorismo no contexto da Ciência da Informação e, posteriormente, pela coleta e análise dos dados dos canais do YouTube. Conta também com uma análise de conteúdo a luz de Bardin (2016) em uma análise descritiva dos canais e dos vídeos selecionados a fim de compreender os comentários deixados pelos interagentes.

Os vídeos analisados neste artigo foram selecionados a partir do ranqueamento por popularidade – número de visualizações, curtidas e comentários - com auxílio do site Socialblade. Assim, os cinco primeiros vídeos foram ranqueados pela ordem de popularidade, volume de interações e, posteriormente, dos assuntos abordados. O objetivo da seleção foi destacar e analisar vídeos que tragam informações sobre a profissão, formação e dicas sobre profissionais de CI e de Biblioteconomia.

Após a definição dos vídeos, iniciamos o processo de coleta dos dados utilizando o site Netlytic¹. A coleta aconteceu no dia 2 de maio de 2019, não sendo estabelecido nenhum recorte temporal. Com o resultado, os arquivos com todos os comentários de cada vídeo foram salvos em planilhas e, em seguida, importados para o software NVIVO², onde realizamos a Análise de Conteúdo. Cada vídeo corresponde a um projeto dentro do software e foi analisado separadamente.

Buscando refletir sobre atuação do profissional da informação diante das novas tecnologias e dos ambientes digitais, e mapear estudos com práticas voltadas ao marketing no contexto da CI em contextos digitais, realizamos uma busca preliminar no portal de periódicos Capes combinando os termos “bibliotecár*” OR “profissional de informação” AND “marketing”, não transpostos para outros idiomas, uma vez que a proposta foi identificar estudos no contexto brasileiro. A busca, realizada em 6 de maio de 2020, resultou em 418 documentos recuperados.

Em seguida, filtramos os documentos pela base Scopus. Com a filtragem pela base obtivemos alguns indicadores quanto às publicações e pudemos aprimorar a busca, agregando o conceito de Empreendedorismo. Estabelecemos um recorte temporal cinco anos contemplando o período de 2014 a 2019. Como resultado, a busca retornou 28 documentos que tratam de Marketing ou Empreendedorismo no contexto da Ciência da Informação ou Biblioteconomia.

A partir dos documentos recuperados e dos conceitos de Marketing e Empreendedorismo aplicados ao contexto da CI, bem como da informação no contexto da atuação bibliotecária, estrutura-se o referencial teórico e a Análise de Conteúdo.

Para construção das categorias da AC, combinamos os conceitos abordados no referencial teórico com a leitura prévia dos dados, buscando identificar nesta primeira leitura os assuntos frequentes. À vista disso, as categorias criadas foram: comentários de mediação, discussões entre participantes, dúvidas sobre Ciência da Informação, elogios aos conteúdos do canal e do vídeo, instituições citadas, mercado de trabalho, vida acadêmica e relatos de profissão de profissionais da CI. As categorias criadas são amparadas nos conceitos apresentados no Quadro 1.

Quadro 1- Categorias e conceitos empregados

| CATEGORIA | CONCEITO | | | |
|-------------------------------|----------|------------------------|--------------------|------------------|
| | MKT | MKT. Relacionamento | MKT. Informação | Empreendedorismo |
| Comentários de mediação | x | x | x | |
| Discussões entre interagentes | x | x | x | x |
| Dúvidas CI e Biblio. | | x | | |
| Elogios ao conteúdo | x | x | | x |
| Instituições citadas | x | | x | x |
| Mercado de trabalho | x | x | | x |
| Vida acadêmica | | x | x | x |
| Relatos da profissão | | x | | x |

Fonte: Elaborado a partir dos dados (2019)

Após a construção das categorias, todos os comentários foram lidos e categorizados manualmente com apoio de software NVIVO. Adicionalmente, buscou-se entender o comportamento dos participantes na caixa de comentários. Para tal, utiliza-se a função relatório de Grupos, onde são exibidas as categorias e a interação entre participantes em um grafo.

CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E OS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO

A Ciência da Informação possui uma característica interdisciplinar desde sua concepção. O reconhecimento do Paradigma Informacional e o uso intensivo das TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) gerou o ambiente propício para a formação do que se convencionou chamar de Sociedade da Informação, uma sociedade global, interligada por redes de comunicação eletrônica, onde é possível a troca de informações em tempo real por pessoas localizadas em qualquer parte do globo (SILVA; MORIGI, 2013, p.2). Para Saracevic (1996), esta característica interdisciplinar se justifica por duas razões: uma delas é que os problemas em Ciência da Informação não podem ser solucionados por contribuições de uma única disciplina; a segunda se dá pelas diferenças de formação e das áreas de origem das pessoas que trabalham na CI.

Embora a CI possua relações com a Biblioteconomia e Documentação destacadas por Oddone (2006), ela também se relaciona com áreas como Administração, Economia, Inteligência Competitiva, Gestão do Conhecimento, Gestão da Informação, Economia da Informação, entre outras (BONIFACIO, 2015, p.368). Esta capacidade dinâmica da CI voltada para interdisciplinaridade e marcada pelo uso da tecnologia é, para Serafim et al. (2012 p.4), base paradigmática da sociedade contemporânea, constituindo-se numa “revolução tecnológica” ou “da informação”.

Neste contexto, buscando no campo da Comunicação refletir sobre o paradigma digital e as novas formas de comunicar, Negroponte (1995) comenta que embora a sociedade naquele período já estivesse caminhando para uma era da informação, a maior parte das informações ainda chegava sob forma de átomos: jornais, revistas e livros, e não em bits. Os bits referem-se ao emprego de

tecnologias como computador. Naquele período, o autor também adiantava os comportamentos comunicacionais do futuro, fazendo críticas ao modelo transmissor/receptor, “o que teremos no futuro não será uma coisa ou outra, mas ambas” (NEGROPONTE, 1995, p.26).

As últimas duas décadas não só confirmam a previsões de Negroponte (1995), como têm sido moldadas pelo desenvolvimento tecnológico e o maior acesso a Internet, destacados os computadores e os dispositivos móveis, os *smartphones*, como protagonistas na hibridização comunicacional, apresentando dinâmicas e oportunidades sem precedentes na forma de comunicar. Próprias também deste período, as Redes Sociais Digitais (RDS) se popularizam a partir dos anos 2000, caracterizadas pela interatividade e novas possibilidades de protagonismo dos interagentes em canais como o YouTube, por exemplo.

Sobre as plataformas digitais e, mais precisamente, o emprego delas em conteúdos em vídeo, Donati e Prado (2013) ressaltam que a utilização de vídeos na web em tempo real, com disponibilidade simultânea ao acesso do usuário em sites, pretende propor um novo fenômeno virtual, numa interface diferida, remota, estendendo a percepção e ampliando as ações dos que participam. Assim, mais do que comunicar e promover a interação entre participantes em plataformas digitais é necessário empregar o Marketing e o Empreendedorismo como ferramentas a serviço dos profissionais da informação, visando à construção de relacionamento entre interagentes e o engajamento nestes espaços.

MARKETING E INFORMAÇÃO

Em um cenário altamente competitivo, digitalizado, e interativo, profissionais devem saber atrair atenção. Diante desta realidade, nos apoiamos em conceitos de Marketing como o de Kotler (2003), que afirma que entre as habilidades mais importantes dos profissionais da atualidade estão a capacidade de comunicação e de promoção. Identificamos nesta afirmação a finalidade de comunicar como o próprio ato de promover. Nesta dinâmica, compreende-se o YouTube como ambiente alternativo e adequado não só para a comunicação entre interagentes como também para promoção do campo da Ciência da Informação. Neste sentido, o estudo de Serafim et al. (2012), por exemplo, conclui que a CI, quando aliada ao Marketing, adquire forte relevância social, auxiliando profissionais que lidam com informação a compreender, em seu campo de atuação, as reais necessidades de informação de suas comunidades. Também no enquadramento do Marketing, Rowley (2006) define o Marketing da Informação como próprio para atender dos produtos e serviços que têm a informação como base. Isto se justifica, pois, as necessidades de informação e de conhecimento dos usuários são atendidas por meio de adequada troca pelos recursos de informação e serviços dessas organizações. Amaral (2011) corrobora quando compreende o Marketing da Informação como processo gerencial capaz de contribuir para garantir o futuro da biblioteca e demais unidades de informação, como atividade inovadora e criativa, que envolve o planejamento, execução e controle da concepção, determinação de preço, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços de informação (AMARAL, 2001, p.96).

Serafim et al. (2012) atribuem especialmente às mudanças experimentadas pelas áreas interdisciplinares da Biblioteconomia, Gestão da Informação e Ciência

da Informação, as facilidades no uso de portais de serviços de informação, promovidas pelas TICs, que têm levado as áreas a um crescente interesse em aprender e entender Marketing para implementá-lo nas instituições (SERAFIM et al., 2012, p.7). A abordagem inovadora do Marketing e a aderência dele para com as áreas de informação e, conseqüentemente, o mercado da informação como um todo, refletem tanto a natureza mutável dos serviços de informação como as perspectivas teóricas e práticas do Marketing, principalmente após o surgimento da Internet e da Web.

Buscando aproximar o desenvolvimento do Marketing com os paradigmas da ciência da informação, o estudo de Dos Santos e Lubisco (2018) conclui que a análise das diversas definições sobre Marketing, surgidas ao longo do tempo, abre perspectivas para evidenciar sua capacidade de oferecer teorias e modelos à Ciência da Informação e vice-versa, tendo em vista que ambas têm uma preocupação em comum: a satisfação do usuário e a informação, embora com focos diferentes, mas nem por isso divergentes (SANTOS; LUBISCO, 2018, p.393).

No que tange ao profissional da informação e suas práticas a partir dos novos paradigmas comunicacionais e o surgimento da Internet, é possível observar algumas ações destes profissionais. Segundo Amaral (2011), dentre as mudanças advindas da tecnologia e do acesso à Internet está a capacidade do usuário interagir com os conteúdos disponíveis, acessando o que quiser e quando quiser. Neste cenário, o gestor da unidade de informação precisa contribuir positivamente para que a sociedade perceba o valor de sua atuação na mediação e no acesso à informação de todo tipo, bem como na catalisação do conhecimento em todas as áreas do saber (AMARAL, 2011, p. 94).

O profissional da informação da atualidade deve pautar suas ações voltado não só ao atendimento, como também ao desenvolvimento de relacionamento com os usuários. No que se refere à sua competitividade, o estudo de Vieira Rocha et al. (2014) recorre às perspectivas do marketing pessoal como competência em informação. Nesta perspectiva, o profissional passa a ser seu próprio “produto ou marca”; e esta marca precisa, segundo as autoras, de adequado gerenciamento para que tenha alcance e seja capaz de gerar relacionamento com seu público. Desta forma, cabe ao profissional criar oportunidades e atuar em novos espaços como os ambientes online.

EMPREENDEDORISMO: PRÁTICAS INOVADORAS DO PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO NA INTERNET

Se para Amaral (2011) o Marketing se mostra fundamental para a inovação nas práticas bibliotecárias, o estudo de Alves e Davok (2009) propõe refletir sobre um novo perfil dos profissionais bibliotecários e da informação, à luz do Empreendedorismo. Segundo os autores, para manterem-se competitivos no sistema de mercado, que exige constantes inovações, necessitam saber atuar em ambiente colaborativo na busca e na geração de novas oportunidades de trabalho. Ou seja, precisam ter perfil empreendedor, o que compreende competências relevantes como criatividade e liderança. Neste contexto, as redes sociais parecem atender às demandas da atualidade do profissional da informação.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedor tem que perceber o mercado de forma diferenciada, ver o que os demais não percebem e agir para suprir as lacunas

identificadas. Também segundo o autor, pesquisadores, professores e alunos de universidades apresentam alto potencial para a criação de novos empreendimentos baseados no conhecimento. O artigo de Bezerra (2015) corrobora esta perspectiva ao abordar o empreendedorismo na Biblioteconomia a partir das conexões realizadas no Facebook. Apresenta a página Mural Interativo do Bibliotecário³, como espaço inspirador de ações empreendedoras que levaram à criação da T-SHIRTS MURAL⁴, uma marca de camisetas segmentada para simpatizantes e amantes da Biblioteconomia. Tal qual afirma Dolabela (2008), dentre as motivações de um bom empreendedor estão à busca pela liberdade, a capacidade de ter atitude e tomar decisões, de colaborar, de conhecer seu negócio e de seguir sua visão. Se o sistema não o satisfaz, ele o rejeita para construir o seu (DOLABELA, 2008, p.33).

Seguindo na busca de identificar ações inovadoras e voltadas ao Marketing e ao Empreendedorismo no campo da Ciência da informação, o artigo de Veleza Farias (2013) trata do estudo de caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul que adotaram as Redes Sociais Digitais em suas rotinas de trabalho. O artigo visa analisar o uso das redes sociais como recurso de disseminação de informação, produtos e serviços nas bibliotecas universitárias, identificar que tipo de informação as bibliotecas vinculam e sua importância no processo de interação biblioteca e usuário. Concluem que embora as bibliotecas analisadas possuam páginas em redes sociais como Facebook e Twitter, ainda existem necessidades de frequentadores que precisam ser atendidas nestes espaços.

No contexto das RSD como espaços de interação pessoal e profissional, o artigo de Wandscheer e Corrêa (2013) volta suas análises sobre o grupo “Bibliotecários do Brasil” na plataforma LinkedIn. Visa refletir sobre o potencial da plataforma e do grupo como ferramenta profissional. De acordo com os autores, o grupo conta com mais de 1.500 participantes e dentre os interesses dos usuários estão à promoção de cursos e eventos, a divulgação de vagas de emprego e discussões pertinentes à profissão. Segundo eles, a busca na plataforma relacionada aos profissionais bibliotecários permitiu identificar, mais quatro grupos destinados a bibliotecários, porém, com número de interagentes menor do que o grupo analisado. Independente disso, a presença de grupos específicos de profissionais da CI e Biblioteconomia no LinkedIn pode ser compreendida como uma prática inovadora de relacionamento entre profissionais.

Por fim, ressaltamos que estas são apenas algumas das ações empreendedoras e inovadoras que podemos observar nos estudos relacionados à atuação dos profissionais de CI e Biblioteconomia. Muito se fala da necessidade de adotar o Marketing para o campo da informação, contudo já é possível identificar nas publicações dos últimos anos não apenas uma mudança de comportamento individual dos profissionais, como também uma mudança quanto percepção do mercado da informação, amplo e diversificado. À vista disto, as práticas aqui citadas demonstram a intenção desses profissionais em promover o campo da CI como um todo, buscando construir pontes de relacionamento entre pares, ou mesmo identificando a área da informação como segmento de mercado e, alicerçado nele, criando oportunidades de negócio.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta sessão serão apresentados os canais, os vídeos selecionados, a Análise de Conteúdo e a discussão dos resultados.

O YouTube e os canais selecionados

O YouTube foi criado em 2005 por Jawed Karim, Chad Herley e Steve Chen, e, logo em 2006, vendido para o Google. Segundo dados da própria plataforma, possui atualmente mais de um bilhão de frequentadores no mundo, tendo como público ativo pessoas com idade entre 18 e 34 anos. Está disponível em mais de 91 países e em 80 idiomas diferentes, sendo, atualmente, o maior site de compartilhamento de conteúdos em vídeos do mundo (YOUTUBE, 2019). Nestes 14 anos de funcionamento, a plataforma evoluiu muito, encontrando formas de monetizar não só com os conteúdos feitos por seus participantes, como também com publicidade e anúncios que são empregados aos vídeos. No Brasil, estima-se que 95% de toda população online utiliza com frequência ou já acessou ao menos uma vez o YouTube (VÍDEO VIWERS, 2018).

Nos últimos anos, o maior acesso à Internet e à dispositivos móveis facilitou a apropriação de plataformas como o YouTube pelos usuários, possibilitando novas oportunidades para geração de conteúdo. Desta forma, muitos participantes passaram a enxergar a RSD como oportunidade para criar divulgar seus conteúdos. Desta dinâmica, alguns Youtubers tornam-se verdadeiras “celebridades” da Internet e, em alguns casos, ganham fama fora dela. Ao encontro destas interações entre os Youtubers e frequentadores, surgem os canais, a segmentação dos assuntos de cada canal e as respectivas pautas.

De acordo com a pesquisa mercadológica Vídeo Viwers, realizada em 2018, no Brasil o consumo de vídeos na web cresceu 135% nos últimos quatro anos. A pesquisa também aponta o YouTube como meio favorito do público brasileiro quando o assunto é conteúdo em vídeo. Dentre as demais opções ranqueadas estavam Netflix, Whatsapp, TV Aberta, Facebook, TV Paga, Instagram, Net Now e Globo Play (VÍDEO VIWERS, 2018). Como justificativa para a preferência da plataforma, os entrevistados acreditam ser fácil buscar e encontrar conteúdos desejados. Podemos entender que esta busca, por sua vez, pode significar uma mudança significativa no que se refere ao comportamento de busca de informações. Também neste sentido, a busca por segmentos (assuntos) faz da plataforma um bom meio para comunicar.

No que se refere ao estudo aqui proposto, trataremos a seguir de três canais que tratam da CI e foram criados por profissionais atuantes na área. Estes canais utilizam o YouTube para criar conteúdos e divulgar o campo da Ciência da Informação e Biblioteconomia.

É o último, juro!

O canal *É o Último, Juro!*⁵ foi criado em 2014 por Gabriela Pedrão, Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista(UNESP), onde também cursou o Mestrado. Segundo ela, o canal nasceu para estimulá-la a ler mais, dividir com outras pessoas resenhas de livros, traçar metas de leituras, e tratar de assuntos bibliotecários. O canal possui mais de 14.000 inscritos, conta com quase 300 vídeos e acumula mais de 500 mil visualizações. As pautas se

dividem em temas como Literatura, Biblioteconomia e vida acadêmica. Dentre os vídeos ranqueados com auxílio do site *Socialblade*⁶, destacam-se em popularidade os vídeos descritos na Tabela 1.

Tabela 1- RANKING POR POPULARIDADE

| É o último, juro! | | | |
|-------------------|---|---------------|-------------|
| Posição | Título do vídeo | Visualizações | Comentários |
| 1º | Fala, bibliotecária: AACR2 X ISBD X RDA... | 6.2K | 37 |
| 2º | Fala, bibliotecária: CDD X CDU | 17.4K | 131 |
| 3º | Fala, bibliotecária: classificação x catalogação... | 14.1K | 63 |
| 4º | Fala, bibliotecária: TABELAS CUTTER e PHA... | 7.1K | 71 |
| 5º | Mestrado, doutorado e como me organizo. | 22.5K | 158 |

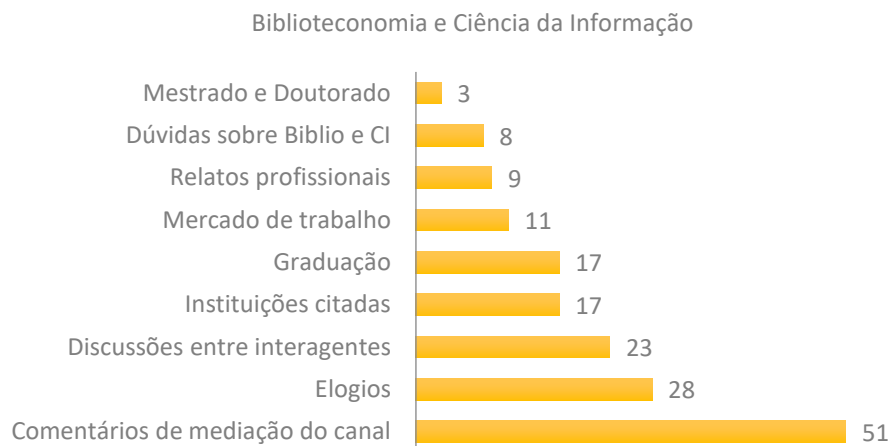
Fonte: Adaptado de Socialblade (2019)

Dentre os conteúdos de maior popularidade, a série *Fala, bibliotecária* aborda principalmente assuntos relacionados à Biblioteconomia e Ciência da Informação. Após o ranqueamento dos vídeos por popularidade, selecionamos para análise neste artigo o vídeo *Fala, bibliotecária: Biblioteconomia X Ciência da Informação*, apresentado por Gabriela Pedrão⁷. O vídeo tem por objetivo gerar reflexões quanto às diferentes formações e grades curriculares sobre os cursos de Biblioteconomia e Ciência da Informação. No que se refere às interações dos participantes, o vídeo registrou 104 comentários, resultando em engajamento tanto em interações que parabenizam o conteúdo do vídeo e elogiam o canal, como em dúvidas dos seguidores, que relacionam a formação profissional e os perfis de formação citados pela apresentadora.

Vale ressaltar que Gabriela procura interagir com os inscritos também no campo de comentários, respondendo dúvidas e mediando discussões entre interagentes. Fato que se reflete quando se analisa quantitativamente as interações, verificado que 40% do total de comentários do vídeo são compostos das interações de Gabriela para com os participantes. Esta dinâmica demonstra a intenção da Youtuber em estabelecer contato e construir relacionamento com os frequentadores e inscritos, visando identificar e suprir as necessidades de informação.

O engajamento das interações pôde ser verificado quantitativamente por meio do gráfico gerado a partir das codificações no software NVIVO. O Gráfico 1 demonstra o número de interações registradas em cada categoria.

Gráfico 1- Análise dos comentários



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os comentários analisados, ilustraremos abaixo algumas das interações com base nas categorias criadas para AC deste estudo. Visando preservar o conteúdo não foram realizadas edições nos textos originais dos comentários.

Do total de interações, 25% se referem a elogios tanto ao conteúdo do vídeo como do canal. Podemos destacar como exemplo as interações abaixo:

Muito boa sua explanação. Eu me formei pela FESPSP e o curso chama-se biblioteconomia e ciência da informação e consegue oferecer aos graduandos boa formação técnica e uma ótima visão da ciência da informação. Vale a pena você olhar o site da Fespsp. Beijos (PARTICIPANTE REF.10);

Gabi... Estou correndo atrás de informações sobre cursos no seguimento da nossa querida Biblioteconomia fora do Brasil! Fica uma dica para falar sobre o tema! Agradeceria muito tua forcinha! Beijinhos querida! Te acompanho direto! (PARTICIPANTE REF.5).

Muito obrigada. Você esclareceu algo que me atormentava. Agora sou sua fã. Fala de forma clara e concisa. Amei (PARTICIPANTE REF.21).

Quanto às dúvidas dos seguidores, destacam-se as interações relacionadas à área de CI e Biblioteconomia, bem como graduação e a vida na pós-graduação (mestrado e doutorado), conforme ilustra a interação abaixo:

Louise você faz Biblio na Ufes? Estava pensando em fazer, mas estou em dúvida entre Arquivologia, Biblioteconomia e Contábeis. Posso te fazer uma pergunta? Quem faz Arquivologia pode trabalhar em bibliotecas? Porque quem faz biblio pode trabalhar com arquivos. Espero que não tenha dito besteira kkk Estou pesquisando sobre as áreas ainda, na internet não encontro muita coisa sobre essas áreas e as dúvidas que tenho (PARTICIPANTE REF.27).

Gabi amei esse vídeo. Seus vídeos me ajudaram muito a decidir a fazer minha segunda graduação. Estou largando a moda depois de 15 anos na área e antes de fazer a faculdade, escolhi fazer um curso técnico em Biblioteconomia. Estou realmente me identificando, apesar de já achar o curso muito mais teoria do que atividades práticas. Quero muito fazer a faculdade, mas ao analisar várias grades, surgiu-me a dúvida. Porque algumas são só três anos e outras levam até cinco anos? As que são de três anos equivalem a um tecnólogo ou são só mais técnicas e as outras, com maior duração, mais teóricas? Agradeço desde já? (PARTICIPANTE REF. 22).

Ainda, 20% das interações são compostas por discussões entre participantes sobre CI e Biblioteconomia, conforme ilustra a interação abaixo:

Achei excelente a sua abordagem! Concordei com tudo! Só pra acrescentar, existe o curso de mestrado em biblioteconomia na Unirio. E um mestrado profissional, e não acadêmico, mas acho q é o único que não tem a "Ciência da Informação" no nome (PARTICIPANTE REF.1);

Mas discussão não é briga. São coisas diferentes e é importante discutir, ampliar a visão e entender pontos. Realmente são áreas correlatas, mas não há porque não discutir sobre ambas (PARTICIPANTE REF. 10).

Por último, 20% está relacionado à relatos de vivências de profissionais sobre o mercado e experiências vividas em instituições na graduação ou na pós-graduação (Mestrado e Doutorado).

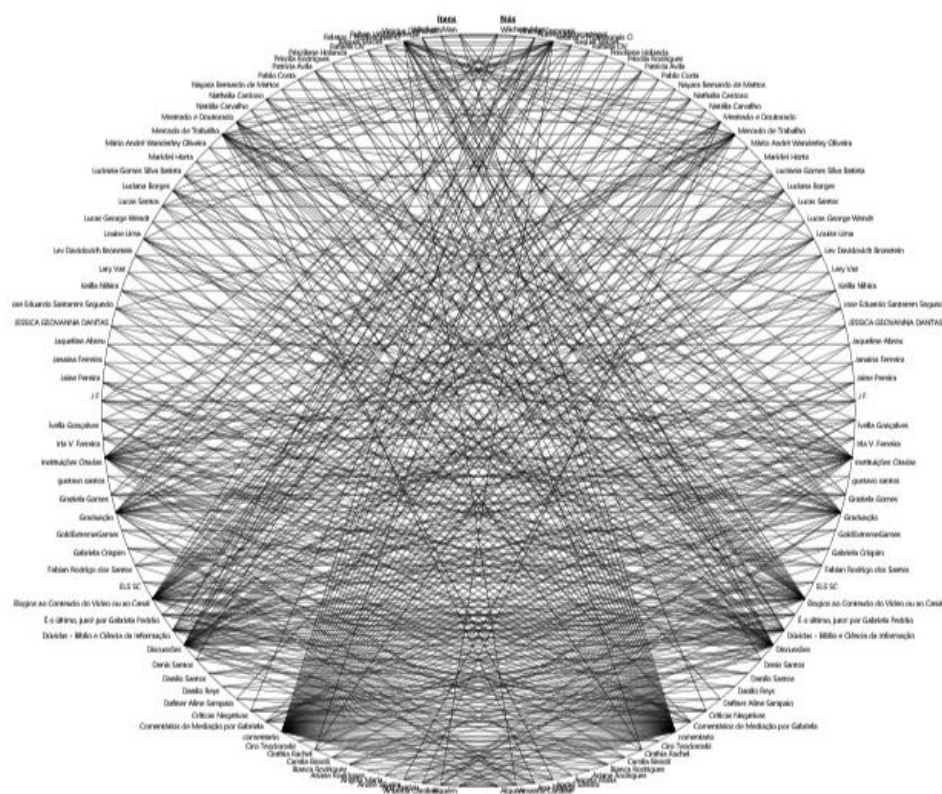
Estudei Biblioteconomia na UFMG, (o nome do curso é Biblioteconomia) a exemplo de sua graduação na USP, pude perceber ao me inserir no mercado de trabalho que meu curso foi mais voltado para a parte teórica e crítica. Não acho que tenha sido ruim, pelo contrário, foi um curso que gostei imensamente, abriu minha mente para muitas perspectivas diferentes, agradeço meus professores por isso, mas infelizmente o mercado de trabalho ainda busca o bibliotecário tradicional, e nesse ponto foi um pouco difícil aprender a técnica que foi falha na graduação. Tenho consciência que é difícil equilibrar a parte teórica e técnica em quatro anos. Mas é um curso que amei fazer é uma profissão que amo e recomendo muito (PARTICIPANTE Ref. 7).

E sobre o estagio, como você fez? Você trabalhava na época em que você fazia a graduação? (PARTICIPANTE Ref. 20)

Aqui na UnB estão fazendo uma reforma curricular. E só se chama "biblioteconomia". Queriam incluir CI, mas isso deu tanta discussão quanto ao seu último vídeo. Cê é maravilhosa. Adoro teus vídeos e invejo a sua formação social/científica porque me encaixo nessas que querem trabalhar com pesquisa, mas têm um ensino voltado pro mercado de trabalho. Tenho um professor formado pela UNESP incrível que começou a incluir esse lado mais social e de pesquisa e estou amando. Espero que, com a reforma curricular, a gente chegue perto da UFBA. Um beijão :3 (PARTICIPANTE Ref. 31)

Como última análise, utilizamos o software NVIVO para realizar um grafo a partir da interação dos participantes com as categorias estabelecidas. Nele é possível visualizar a dinâmica das discussões entre os participantes, a mediação feita por Gabriela e as categorias mais populares. Percebe-se, pela trama, que alguns participantes destacam-se em comparação aos outros pelas linhas mais acentuadas.

Figura 1 - Mapa de Conexão-Participantes e Categorias



Fonte: Elaborada pelos autores com base nas postagens (2020)

As linhas formam uma trama que é composta pelos participantes e pelos assuntos que foram codificados durante a análise dos comentários. Desta forma, foi possível observar que a maioria dos participantes utilizou do espaço de interação (caixa de comentários) para dialogar com outros interagentes. Neste recurso, das 104 interações, foram identificados 51 participantes, comentando sempre mais de uma vez e tratando de mais de uma categoria de assunto nas interações.

Prateleira de Cima

O canal *Prateleira de Cima*⁸ foi criado por Karin Bezerra de Oliveira em 2011. Ela é graduada em Biblioteconomia e Ciência da Informação pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, FESPSP. Além do canal no YouTube, a bibliotecária também criou o blog *Prateleira de Cima* e atualiza as principais redes

sociais como no Instagram, Twitter e Facebook, integrando os conteúdos tratados no canal e no blog. No YouTube, o canal possui mais de 130 vídeos, acumula mais de 70 mil visualizações em seus conteúdos e conta com pouco mais de 1.800 inscritos. Dentre as pautas abordadas estão contemplados assuntos como dicas voltadas aos profissionais bibliotecários, desafios literários, resenhas de livros, divulgação de feiras e eventos no campo de CI e bibliotecas, além de experiências em viagens feitas por Karin. Dentre os vídeos ranqueados com auxílio do site *Socialblade*, destacam-se em popularidade os vídeos listados na Tabela 2.

Tabela 2 - RANKING POR POPULARIDADE

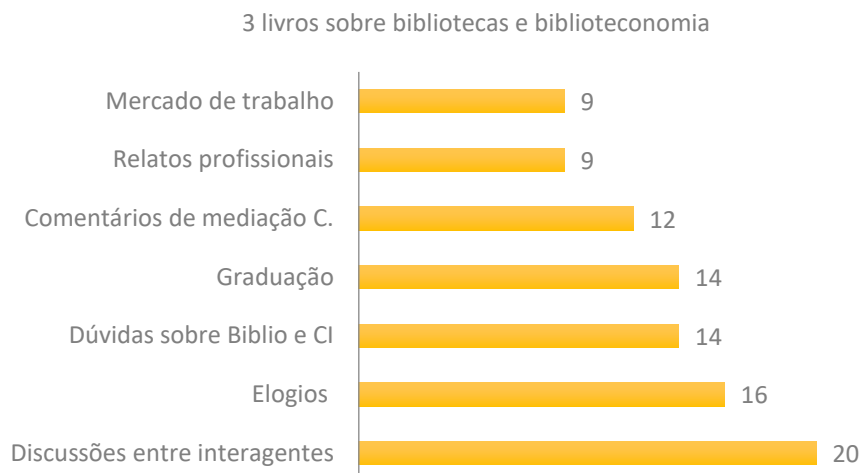
| Prateleira de cima | | | |
|--------------------|---|---------------|-------------|
| Posição | Título do vídeo | Visualizações | Comentários |
| 1º | 3 livros sobre biblioteconomia! | 5.8K | 49 |
| 2º | Resenha tudo nela brilha e queima, dá Ryanne Leão | 1.3K | 5 |
| 3º | Orlando dia 2: conhecendo o hotel | 2.6K | 2 |
| 4º | Resenha: finalmente eu li o senhor dos anéis | 973 | 8 |
| 5º | Unboxing da 20ª festa do livro USP 2018 | 2.3K | 11 |

Fonte: Adaptado de Socialblade (2019)

Dentre os conteúdos com maior popularidade, o vídeo *3 Livros sobre Biblioteconomia e biblioteca!*⁹ é o que possui maior engajamento em termos de visualizações e comentários. Nele, Karin inicia sua exposição falando sobre a atuação bibliotecária nas unidades da informação e também da diversidade de formações e atuações no mercado. Explica também que existe na sociedade uma ideia preconcebida de que o bibliotecário atua apenas guardando livros em estantes, mas que essa perspectiva precisa ser superada. Em seguida, trata da Ciência da Informação como área complementar e que auxilia a formação bibliotecária, destacando exemplos sobre a formação. Por último, a Youtuber recomenda três livros que podem ser utilizados tanto por pessoas interessadas em entender mais sobre a atuação bibliotecária, como para os profissionais da área que podem utilizá-los em suas práticas cotidianas. Neste sentido, selecionamos o vídeo a fim de realizarmos a análise dos comentários e compreender a percepção dos interagentes sobre o vídeo e o canal.

Neste vídeo foram registrados 49 comentários, que foram categorizados e analisados manualmente com o apoio do software NVIVO. O engajamento das interações no campo de comentários também pôde ser verificado quantitativamente, conforme pode ser visto no Gráfico 2, gerado com auxílio do software NVIVO.

Gráfico 2 - Análise dos Comentários



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os 49 comentários registrados, 31% deles são comentários do canal respondendo ou mediando discussões entre os participantes sobre Ciência da Informação e Biblioteconomia. Além disso, 17% se referem a elogios aos conteúdos do vídeo ou do canal, 19% são relatos de vivências de profissionais de Biblioteconomia e CI. Dentre os comentários registrados ilustraremos abaixo algumas das interações com base nas categorias criadas. Visando preservar o conteúdo dos comentários, não foram realizadas alterações nos textos originais.

Como resultado, observa-se o engajamento dos frequentadores, tanto em interações que parabenizam o conteúdo do vídeo e elogiam o canal, como em comentários com questionamentos relacionados ao campo da Biblioteconomia, como dúvidas profissionais e de formação. Analisando as interações é possível observar que Karin, assim como Gabriela, também procura responder as interações dos participantes, buscando ampliar as discussões e integrá-los ao conteúdo proposto.

Do total de interações registradas, 31% referem-se às discussões entre interagentes em relação ao conteúdo do vídeo, conforme os exemplos abaixo:

Qual a diferença da biblioteconomia e arquivologia? E alguém graduado em biblioteconomia pode ser um arquivista? ou não? (PARTICIPANTE REF. 1);

Marcio Gomes São áreas diferentes e os órgãos de cada n se unem, infelizmente. Biblioteca é diferente de arquivo, sugiro você dá uma pesquisada para clarear as ideias (PARTICIPANTE REF. 2, respondendo ao PARTICIPANTE REF. 1).

Karin Paredes amei sua resposta, obrigada por ter se esclarecido. E sobre suas indicações, sou muito fã do Milanese. Um beijo e muito sucesso pra você! (PARTICIPANTE REF. 8)

Ainda, 19% referem-se a elogios tanto ao conteúdo do vídeo como do canal. Podemos destacar como exemplo as interações abaixo:

Excelente! Muito bom saber que temos jovens tão atuantes nessa área! Muito orgulho de você! Ainda comentários com questionamentos: Ref.5: “Como uma profissional que atua na área, acha que o mercado está aquecido? “É uma opção minha ingressar na FESPSP, mas estou insegura” (PARTICIPANTE REF. 2);

Amei seu vídeo colega! Eu também sou formada em Biblioteconomia e amo de paixão a nossa profissão (PARTICIPANTE REF.20);

Amei! Descobri meu curso (e conseqüentemente minha profissão) quando entrei em uma biblioteca pela primeira vez! 3 (PARTICIPANTE REF.1);

Karin você não imagina minha felicidade ao encontrar seu canal e especificamente esse vídeo, vou começar a cursar biblioteconomia no segundo semestre e estou super empolgada. Sério muito obrigada pela ajuda, sucesso! (PARTICIPANTE REF.8)

No se refere às interações sobre a atuação bibliotecária e relatos profissionais dos inscritos, estas interações corroboram em grande parte as falas de Karin em relação à formação bibliotecária e à formação destes profissionais, conforme os exemplos abaixo:

Olá, Karin! Tudo bem? Achei ótimo o vídeo e as três preciosas dicas. Também sou formado em Biblioteconomia; conclui há pouco tempo e posso dizer que é uma área muito instigante, principalmente para quem gosta de livros e de ler. A biblioteconomia realmente é uma área ainda em crescimento; muitos não tem o devido conhecimento sobre com o que ela trabalha. É comum achar que o bibliotecário é apenas um empilhador de livros em estantes; quando seu papel é tão diversificado que é até difícil acreditar como ainda existem pessoas formadas nessa área sem o seu merecido espaço no mercado de trabalho. Mas isso é apenas um reflexo do desconhecimento do papel desse profissional. Creio que essa realidade também se difere de estado para estado. As dicas foram excelentes! Para quem conclui um curso acadêmico o esforço maior vem logo em seguida, com a profissionalização; e é sempre bom ter os conhecimentos necessários para isso. Parabéns pela iniciativa. Abraço (PARTICIPANTE REF.37);

Adorei! Se alguém que cursar biblioteconomia, pode trabalhar em editoras? Tem vagas para essa área? Obrigada desde já linda (PARTICIPANTE REF.19);

Sobre a formação bibliotecária em nível de graduação e pós-graduação, ilustram-se as interações abaixo:

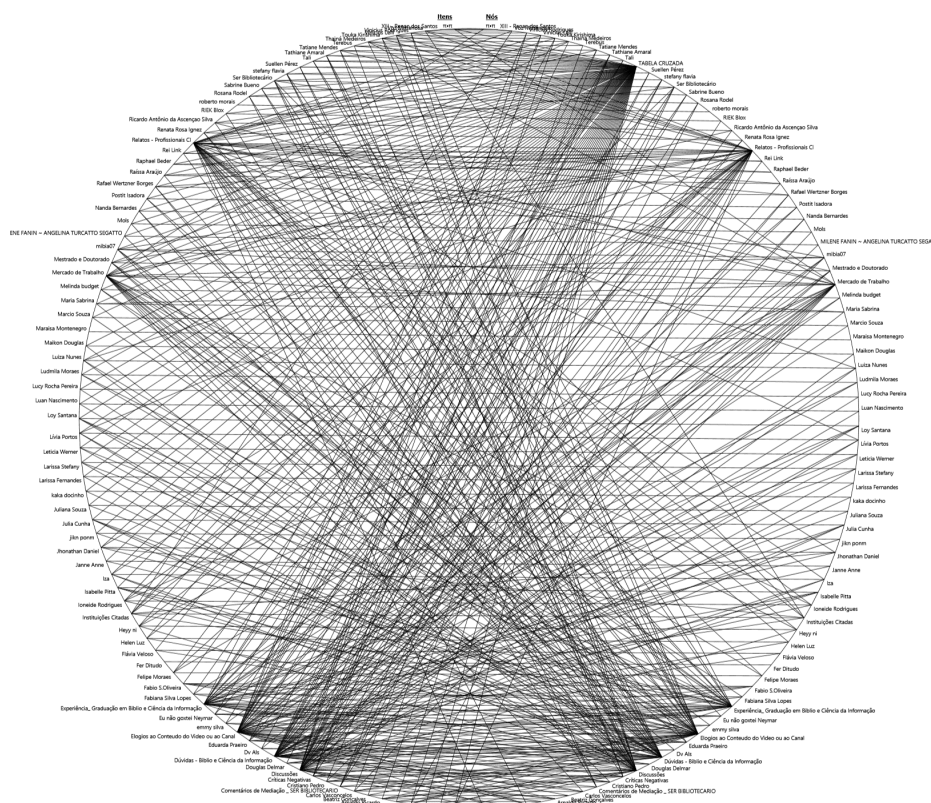
Bom dia! Karin estou interessado em fazer Biblioteconomia, para trabalhar com Restauração de Documentos e gostaria de saber mais sobre as matérias, uma delas Ciência da computação, espero que não seja para criar algum programa (pois na área de programação, não me identifico)... mas para entender como manusear o sistema (PARTICIPANTE REF.25).

Obrigada Karin. Gostei das dicas. Estava meio perdido sobre o que ler. Estou cursando o técnico em biblioteconomia e já atuo em biblioteca. Abraços! (PARTICIPANTE REF.3)

Adorei o vídeo. Eu acabei de passar pra Biblioteconomia e gestão de unidades de informação e estou super eufórica. É um curso que eu sonho em fazer a muito tempo e o vídeo me animou ainda mais (PARTICIPANTE REF.12).

Como última análise, utilizamos o software NVIVO para realizar um grafo a partir da interação dos frequentadores com as categorias estabelecidas. Nela é possível visualizar a dinâmica das discussões feitas entre interagentes, a mediação feita por Gabriela e as categorias mais populares. Percebe-se, pela trama, que alguns participantes destacam-se em comparação aos outros pelas linhas mais acentuadas.

Figura 2 - Mapa de Conexão-Participantes e Categorias



Fonte: Elaborada pela autora com base nas postagens (2019)

Como resultado, podem-se visualizar as interações e a dinâmica dos frequentadores neste espaço de interação. Desta forma, identifica-se 38 participantes e 10 categorias que foram observadas a partir das interações, mostrando mais uma vez que os participantes costumam interagir mais de uma vez, contribuindo em discussões entre os participantes.

Ser Bibliotecário

O canal *Ser Bibliotecário*¹⁰ teve início em 2017 e foi criado pelas bibliotecárias e amigas Andreza Santos dos Reis e Samara Gomes Pinheiro, ambas da área de Ciência da Informação e Biblioteconomia. Andreza é graduada em Biblioteconomia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e estuda Gestão da Inovação no Centro Universitário Internacional (UNINTER). Além do canal, ela se dedica ao blog que criou em 2015, chamado “Doce Biblioteca”. Já Samara Gomes Pinheiro é graduada em Biblioteconomia e Gestão de unidades da informação pela UFRJ e especialista em UX Design, Arquitetura da Informação e Usabilidade pelo instituto INFNET. Os vídeos de maior popularidade produzidos pela dupla podem ver visualizados na Tabela 3.

Tabela 3 - RANKING DOS VÍDEOS POR POPULARIDADE

| Ser Bibliotecário | | | |
|-------------------|--|---------------|-------------|
| Posição | Título do vídeo | Visualizações | Comentários |
| 1º | Afinal, o que é Biblioteconomia? | 16.5K | 111 |
| 2º | Em primeiro lugar, bibliotecárias! | 1.2K | 53 |
| 3º | Arquitetura da Informação para bibliotecárias! | 557 | 10 |
| 4º | RPG em biblioteca escolar | 263 | 4 |
| 5º | Biblioteca escolar: o evento escola SESC de Biblioteca | 359 | 11 |

Fonte: Adaptado de Socialblade (2019)

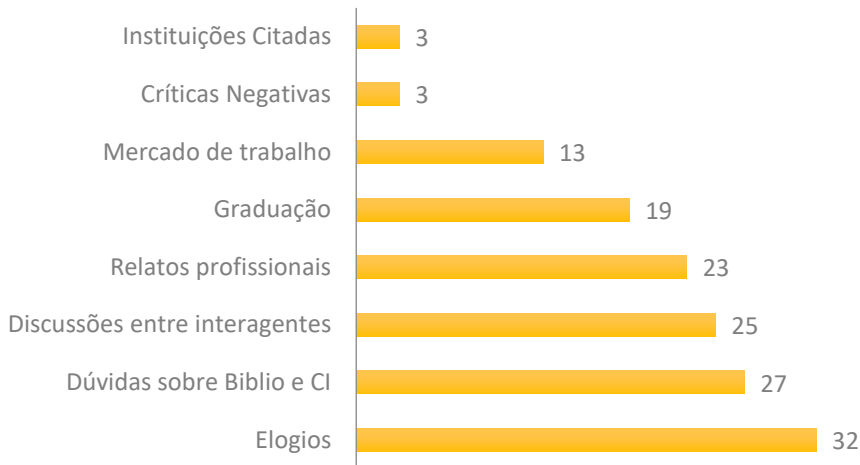
Ser Bibliotecário possui mais de 800 inscritos, nove vídeos e mais 19.405 visualizações. Os conteúdos tratam de assuntos como Arquitetura da Informação, Biblioteca escolar, Biblioteconomia e futuro bibliotecário, por exemplo. Dentre os mais populares está o vídeo *Afinal, o que é biblioteconomia?*¹¹

O vídeo é apresentado por Andreza e Samara e visa tratar das vivências da profissão bibliotecária e do campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação. Para analisarmos a percepção dos frequentadores em relação aos conteúdos do canal, o selecionamos para realizar uma análise descritiva dos comentários. Como feito anteriormente, o objetivo é verificar a percepção dos inscritos por meio do conteúdo dos comentários.

Uma análise quantitativa dos comentários pode ser visualizada no Gráfico 3, gerado a partir da codificação manual dos comentários realizada no software NVIVO.

Gráfico 3 - Análise dos Comentários

Afinal, o que é Biblioteconomia?



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Como resultado foram registrados 111 comentários, dos quais 22% se referem a elogios aos conteúdos do vídeo ou do canal, 19% são interações com dúvidas e questionamentos quanto ao campo da CI; 16% são relatos de vivências de profissionais de Biblioteconomia e CI; e 13% interações sobre graduação e quanto ao mercado de trabalho. Dentre os comentários analisados, ilustraremos abaixo algumas das interações com base nas categorias criadas. Visando preservar o conteúdo dos comentários não foram realizadas alterações nos textos originais. Além disso, sobre as interações, há registros de participantes que chegaram ao vídeo após buscarem informações sobre o curso de Biblioteconomia no YouTube:

Estou pensando em cursar biblioteconomia também! Esse vídeo me ajudou bastante na escolha porque assumo que depois de eu pesquisar melhor fiquei surpreso com a interdisciplinaridade do curso, não sabia que era tão abrangente a área, gostaria de saber mais sobre o mercado de trabalho do ponto de vista de vocês assim como os aspectos positivos e negativos. Parabéns pelo vídeo, ótimo conteúdo! ♥”; Ainda, comentários que elogiam o conteúdo do canal: Ref.29: “Muito bom. Temos que defender e valorizar nossa profissão linda sempre. E eu amo ser bibliotecária que trabalha em BIBLIOTECA. Nela um mundo de informações (PARTICIPANTE REF.16)

Do total de interações, 22% se referem a elogios tanto ao conteúdo do vídeo como ao canal. Podemos destacar como exemplo as interações abaixo:

Amei o vídeo! Bem explicativo! Façam outro sobre as áreas de atuação! Seria ótimo! Obrigada meninas! (PARTICIPANTE REF.11);

Tenho 13 anos e meio e me interessei por essa linda área que admiro muito. Quero muito ser uma bibliotecária, sempre amei essa profissão, mas nunca parei para estudá-la corretamente. Agora tenho uma visão melhor que antes ♥ (PARTICIPANTE REF.21);

Parabéns meninas por esclarecem sobre nosso curso de biblioteconomia. Força! (PARTICIPANTE REF.12);

Amei a introdução! fiz curso técnico de biblioteconomia e essas questões na introdução foi tudo o que eu ouvi!! 😊😊😊😊 (PARTICIPANTE REF.50);

Quanto às dúvidas dos seguidores, destacam-se as interações relacionadas à área da Biblioteconomia, bem como à graduação, conforme ilustra a interação abaixo:

Se bibliotecário é formado para tratar qualquer unidade de informação? O que faz o museólogo e o Arquivista? A biblioteconomia tomou a função dessas duas áreas? (PARTICIPANTE REF.8);

Até o comecinho desse ano eu não fazia ideia da faculdade que queria cursar, mas, foi então que uma amiga me falou sobre biblioteconomia e vi nisso uma chance de unir o útil ao agradável, sou um devorador de livros nato e a possibilidade de poder trabalhar com eles me deixa muito empolgado... Estou pesquisando cada dia mais sobre o curso e espero poder cursa-lo logo e me tornar um bibliotecário. (PARTICIPANTE REF.33);

Nossa! Dia 12 é dia do bibliotecário, justamente o dia que começarei a estudar na UNIRIO, o curso já sabem; Biblioteconomia... 😊 (PARTICIPANTE REF.39);

Por último, ressaltam-se 20% de relatos de vivências de profissionais sobre o mercado e formação acadêmica:

O mercado de trabalho e bom para essa área? (PARTICIPANTE REF.15);

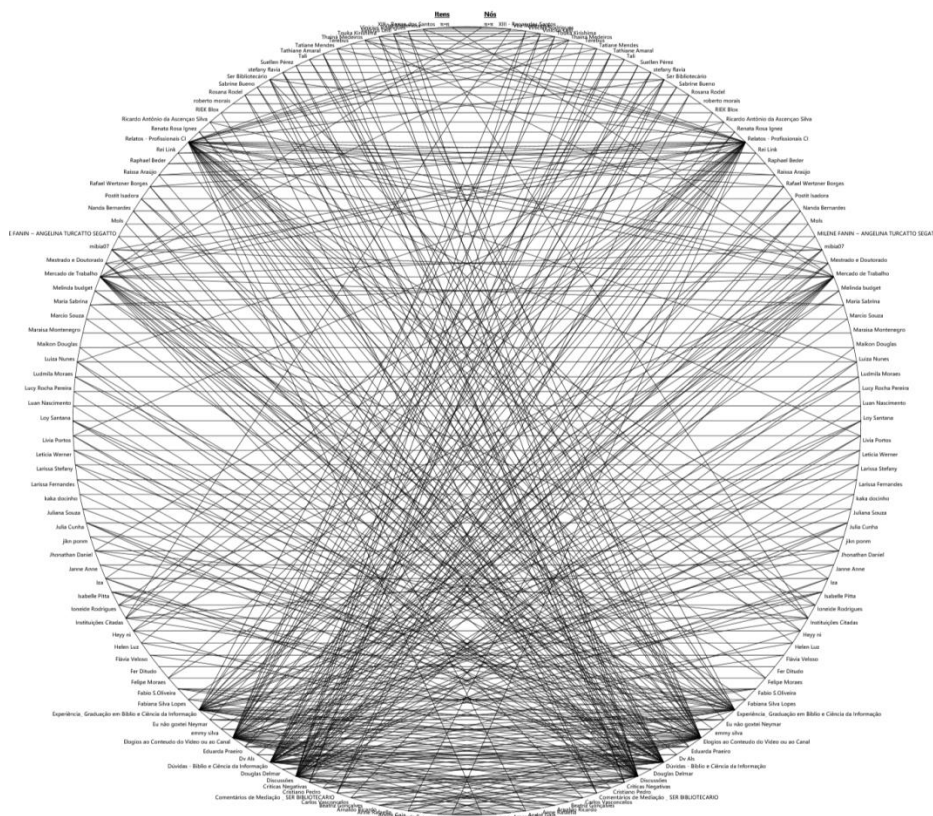
Quanto tempo dura o curso? Vale a pena a remuneração? (PARTICIPANTE REF.40);

O mesmo acontece em acharem que o bibliotecário não possa empreender (PARTICIPANTE REF.63);

Oi Iza, tudo bem? Esse vai ser um dos temas que vamos abordar aqui no canal. Como empreender com Biblioteconomia. Fica ligada que em breve iremos conversar sobre este assunto. Um beijo (SER BIBLIOTECÁRIO em resposta ao PARTICIPANTE REF.63);

Como anteriormente, utilizamos o software NVIVO para realizar uma teia de interações. Nesta é possível analisar de forma visual a dinâmica das discussões feitas entre participantes.

Figura 3 - Mapa de Conexão-Participantes e Categorias



Fonte: Elaborado pela autora com base nas postagens (2019)

Neste grafo foi possível visualizar as mediações feitas no canal, mostrando os assuntos que foram abordados, conforme a codificação realizada dentro do software. Foram identificados 73 participantes nos comentários e suas respectivas interações e os assuntos abordados.

Como resultado, podem-se visualizar as interações e a dinâmica dos participantes neste espaço de interação. Desta forma, identifica-se 73 participantes e oito categorias que foram observadas a partir das interações registradas, mostrando mais uma vez que os participantes costumam interagir mais de uma vez, contribuindo em discussões e estabelecendo relacionamento entre pares, por exemplo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muito se fala da necessidade de incorporar o Marketing nas bibliotecas e nas práticas bibliotecárias. Nesta perspectiva, ao buscar estudos neste contexto, é possível identificar páginas voltadas ao campo da informação e da Biblioteconomia nas Redes Sociais Digitais mais populares da atualidade, sendo inclusive retratadas em estudos da área. Isso pode indicar a existência de uma nova cultura dentre os profissionais na sociedade contemporânea, permitindo inferir, inclusive, que esta nova cultura surge como fruto do movimento que ressalta a importância do Marketing para a informação. Além disso, é um movimento que indica que esta

nova cultura pode revelar não só que o Marketing tenha sido apropriado pelas práticas cotidianas destes profissionais nos últimos anos, como também que suas ações partem em direção ao Empreendedorismo no campo da informação.

Ao levar a Ciência da Informação e a Biblioteconomia para espaços online como o YouTube, as profissionais inovam em suas práticas cotidianas, dando visibilidade e ampliando suas atividades em nível estratégico, contribuindo diretamente para a construção de um ambiente voltado ao crescimento, competitividade e inovação. Desta forma, podemos compreender a existência dos canais como práticas empreendedoras no campo da informação. Observa-se, com isso, a existência de um nicho de mercado próprio destes espaços, que reúne pessoas interessadas em conteúdos sobre CI e Biblioteconomia, indicando uma demanda latente que não pode ser ignorada. Esta demanda confirma-se ao observarmos o número de inscritos nos canais, bem como por meio das interações geradas por eles, que demonstram interesse e incentivo em relação os conteúdos.

Nos três canais analisados foi possível identificar ações voltadas ao Marketing e Empreendedorismo, ficando evidente a intenção das influenciadoras em divulgar o campo da CI e Biblioteconomia, buscando interagir e construir relacionamento próximo com os frequentadores seja respondendo dúvidas, ou contribuindo nas discussões e reflexões deixadas no campo de comentários. Reflexão esta que vai ao encontro do que firma Kotler (2013), quando se refere aos profissionais da atualidade que, para se sobressaírem, precisam ter capacidade de saber comunicar e promover. Neste sentido, as Youtubers observadas neste artigo informam, comunicam e promovem suas respectivas áreas de atuação.

No que se refere ao comportamento dos seguidores que interagiram na caixa de comentários, é possível identificar que uma parte expressiva das interações foi gerada por pares, ou seja, por profissionais da informação. Ainda, observa-se nas interações a busca na plataforma YouTube por informações sobre a profissão bibliotecária e a formação acadêmica como um todo, indicando interesse pela área. De forma geral, os três vídeos analisados são voltados a tratar da profissão bibliotecária e da identidade deste profissional, buscando ampliar a compreensão sobre eles, evidenciando a atuação do bibliotecário em uma área ampla e interdisciplinar da CI e Biblioteconomia.

Como resultado, esta pesquisa, de caráter interdisciplinar, indica por meio dos casos observados como o Marketing e o Empreendedorismo estão sendo apropriados pelos profissionais da informação em suas práticas cotidianas nos contextos digitais, sugerindo que uma nova cultura no campo da informação está sendo construída e que os esforços em estudos sobre Marketing no campo da CI já apresentam resultados observáveis, com atenção para a oportunidade em estudos futuros neste caminho, sobre o campo da CI em perspectivas interdisciplinares.

The youtubers of information science: a descriptive analysis of three channels on youtube

ABSTRACT

This article aims to analyze three YouTube channels created by Information Science and Librarianship professionals who address this theme in the channels. The analysis categories were built from concepts of marketing and entrepreneurship applied to the context of CI and Library Science. A video from each channel is selected as a sample. The goal is to understand the perception of users who interacted in the comments box left just below each video, a place of interaction between channel and users, in a descriptive analysis according to Bardin. Among the comments, categories were created to classify the content covered in this field in each video as well as the concepts. As a result, the study presents its interdisciplinary contribution in bringing the new communication practices of the information professional closer to online environments such as YouTube.

KEYWORDS: YouTube. Librarianship. Information Science. Marketing. Entrepreneurship. Youtubers.

NOTAS

- ¹ O Netlytic é um analisador de redes sociais e de texto baseado em nuvem. Disponível em: <https://netlytic.org/index.php>.
- ² Software voltado para pesquisas qualitativas. Disponível em: <http://www.qsrinternational.com/nvivo>.
- ³ A Página Mural Interativo do bibliotecário busca promover uma experiência profissional de construção coletiva a partir da troca de opiniões entre bibliotecários. Disponível em: <https://www.facebook.com/MuralInterativoDoBibliotecario/>.
- ⁴ Loja online especializada em t-shirts segmentada para simpatizantes e amantes da Biblioteconomia e áreas afins. Disponível em: <https://www.t-shirtsmural.com.br/>.
- ⁵ Canal É o Último, Juro! por Gabriela Pedrão. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/oultimojuro>.
- ⁶ Socialblade é um site gratuito que presta o serviço de rastreamento de estatísticas e análises de mídias sociais. Disponível em: <https://socialblade.com/>.
- ⁷ Vídeo do canal É o Último, Juro! analisado neste artigo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TfkZyqIKjFQ&t=602s>.
- ⁸ Canal Prateleira de Cima. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/prateleiradecima>.
- ⁹ Vídeo do canal Prateleira de Cima analisado neste artigo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0e6EuswUFSA&t=149s>.
- ¹⁰ Canal Ser Bibliotecário. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCim-POVLEKo-LSqGvfcwOJg>.
- ¹¹ Vídeo do canal Ser Bibliotecário analisado neste artigo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xo62kOuWVic>.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L.; DAVOK, D. Empreendedorismo na área de biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC entrepreneurship in the librarian science's area: analysis the professional activities of librarian graduated at UDESC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 14, n. 1, p. 313–330, 2009.
- AMARAL, S. A. DO. Aula_1_MAng, S. (2011). Aula_1_Marketing_da_informao. 85–98. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 40, p. 85–98, 2011.
- BEZERRA, F. M. P. Empreendedorismo na biblioteconomia em tempos de conexões digitais: o caso da marca t-shirts mural. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 151, n. 2005, p. 10–17, 2015.
- BONIFACIO, E. L. Ciência da informação e marketing: Uma interdisciplinaridade possível. **Ciencia da Informacao**, v. 44, n. 3, p. 366–380, 2015.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 2008.

ROWLEY, J. 2. **Marketing- Informationen**. 2006.

DOS SANTOS, J. F.; LUBISCO, N. M. L. O DESENVOLVIMENTO DO MARKETING E SUA APROXIMAÇÃO COM OS PARADIGMAS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciencia da Informacao**, v. 16, n. 2, p. 380–396, 2018.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações¹. **Perspectivas em Ciência da Informação - UFMG**, v. 1, n. Ci, p. 41–62, 1996.

SERAFIM, L.; REQUENA, I.; SILVA, A.; et al. Marketing em Bibliotecas Universitárias: uma revisão da literatura. , p. 1–15, 2012.

SILVA, M. L. DA; MORIGI, V. J. Representações das práticas e da identidade profissional dos bibliotecários no. , p. 1–16, 2013.

VELEDA FARIAS, M. O uso das Redes Sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. , 2013.

VIEIRA ROCHA, M. M.; RODRIGUES FERNANDES, F. H.; CLEMENTINO SIMOES, A. Marketing pessoal como competência em informação dos bibliotecários do SISTEMOTECA da Universidade Federal da Paraíba - Campus I. **Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação (25:2013)**, 2014.

WANDSCHEER, G.; CORRÊA, E. C. D. Grupo Bibliotecários Do Brasil : Análise Das Relações Informacionais Na. , p. 926–948, 2013.

Recebido: 11/05/2020

Aprovado: 30/07/2020

DOI: 10.3895/rts.v16n45.12262

Como citar: GRIEGER, J.D.; BOTELHO-FRANCISCO, R.E. Os youtubers da ciência da informação: uma análise descritiva de três canais no youtube. **Rev. Technol. Soc.**, Curitiba, v. 16, n. 45, p. 313-336, out./dez., 2020. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/12262>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

