

ESTUDOS DE USUÁRIO E O PLANEJAMENTO DOS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO EM BIBLIOTECA

User studies and the information services planning at library

Francisco Carlos Paletta¹
Carina Lima²
Marina Gonzaga Silva³
Marcia Augusto⁴
Vanessa Martins⁵

Resumo: Analisa metodologias utilizadas no planejamento de serviços de informação com objetivo de identificar sua relação com os estudos de usuários e suas necessidades. Apresenta conceitos fundamentais acerca do planejamento dos serviços em unidades de informação e reflete sobre a importância de se considerar os estudos de usuários nesse planejamento. O artigo apresenta pesquisa exploratória qualitativa sobre o tema e avaliação das propostas de planejamento dos serviços de informação. A análise das metodologias de planejamento permitiu constatar a relevância dos estudos de usuários no planejamento dos serviços de informação em Bibliotecas.

Palavras-chave: Estudos de Usuário da Informação. Planejamento de Serviços de Informação. Unidades de Informação. Biblioteca.

Abstract: This article aims to develop reflections on the dimensions of user studies with focus on methodologies for Planning Library Services. The article presents qualitative exploratory research on the topic and assessment of planning proposals of information services units. Analysis of planning methodologies revealed the importance of user studies in the planning of information services in libraries.

Keywords: Information User Studies. Information Services Planning. Information Units. Library.

1 INTRODUÇÃO

Em uma sociedade em rede onde o usuário da informação esta cada vez mais conectado aos recursos computacionais que propiciam busca, acesso e apropriação da informação, justifica-se ampliar a análise do impacto dos modelos de Estudos de Usuário da Informação no Planejamento dos Serviços de Informação disponibilizados pela Biblioteca. O Bibliotecário precisa pensar em inovação nos processos, com foco nas melhorias da qualidade dos serviços oferecidos com objetivo de atender as demandas por acesso e uso da informação por parte de seus usuários.

Com o desenvolvimento tecnológico e facilidade de acesso hoje alcançados, a disponibilidade de informações está em todo lugar, o que implica acesso a informação em tempo real e independente de sua localização física. É necessário inovar nas áreas de atendimento, recursos computacionais, processos operacionais e no desenvolvimento de serviços ao usuário alinhados com suas demandas e relevância.

¹ Professor e Pesquisador da Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, Departamento de Biblioteconomia e Documentação. Atua nas áreas de ciência da informação, administração geração e uso da informação, gestão de dispositivos de informação, e bibliotecas digitais. Acumula experiência profissional e acadêmica de mais de 26 anos em tecnologia da informação, gestão da inovação e inteligência estratégica. E-mail: fcpaletta@gmail.com.

² Departamento de Biblioteconomia e Documentação ECA-USP. E-mail: cari@yahoo.com.br.

³ Departamento de Biblioteconomia e Documentação ECA-USP. E-mail: marina.gsilva@gmail.com.

⁴ Departamento de Biblioteconomia e Documentação ECA-USP. E-mail: marciaaugusto@yahoo.com.br.

⁵ Departamento de Biblioteconomia e Documentação ECA-USP. E-mail: vanessamartins@gmail.com.

No estudo presente, foram analisadas metodologias para planejamento de unidade de informação e as respectivas conexões com os modelos de estudos de usuários.

O trabalho está estruturado na sua primeira parte na apresentação das noções teóricas acerca do planejamento de unidades de informação, com foco no usuário. Em seguida, analisa-se e comparam-se dois estudos de caso para reflexão sobre a importância dos estudos de usuários no planejamento dos serviços de informação.

O primeiro estudo considera o Sistema de Bibliotecas da UFMG. O segundo analisa a aplicabilidade de conceitos e práticas de marketing no planejamento e gestão de bibliotecas dos Centros Educacionais Unificados.

A seguir são apresentados os dados coletados sobre as metodologias de planejamento de serviços de informação aplicadas à Biblioteca do SENAC-Florianópolis e Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí em Santa Catarina, dando-se destaque para as respectivas menções aos usuários nessas propostas. Estes dados são então analisados e interpretados em comparação com os conceitos presentes na teoria dos estudos de usuários, apresentados na primeira parte.

Por fim, apresentam-se as considerações finais sobre a aproximação ou não dos estudos de usuários e as metodologias de planejamento analisadas.

2 PLANEJAMENTO EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO

De acordo com Almeida (2000, p.12), planejamento é “um processo contínuo, permanente e dinâmico, que fixa objetivo, define linhas de ação, detalha as etapas para atingi-los e prevê os recursos necessários à consecução desses objetivos (...) é o oposto da improvisação”.

É a primeira das funções administrativas, antecedendo organização, direção, controle e avaliação, conforme a abordagem clássica da administração, iniciada por Fayol em 1916. O planejamento facilita e melhora a tomada de decisão, e tem como vantagens a redução de custos.

“(...) substitui atividades fragmentadas e não coordenadas por um esforço do grupo, substitui o fluxo desigual de trabalho por um fluxo uniforme, substitui julgamentos bruscos e irrefletidos por decisões premeditadas, traz segurança e favorece a produtividade, faz o tempo trabalhar a seu favor, facilita o controle” (ALMEIDA, 2000, p.12).

O processo de planejamento se divide em três tipos: O planejamento estratégico, o planejamento tático e o planejamento operacional.

- ✓ O planejamento estratégico é um processo no qual a alta administração da instituição define sua missão, objetivos e metas, bem como as estratégias e meios para atingi-los, num período de tempo determinado. Tais decisões são tomadas com base na análise do ambiente externo à organização (SPUDEIT; FUHR, 2011, p.43).
- ✓ O planejamento tático é o desdobramento do planejamento anterior, transformando as decisões estratégicas em planos concretos, que são de curto e médio prazo.
- ✓ O planejamento operacional detalha as tarefas e operações, possui caráter imediatista, é de curto prazo e de abrangência local.

Para Almeida (2000, p.9), o planejamento em uma unidade de informação “deve ser coerente com os objetivos e estratégias de direção da organização e não, como às vezes se observa navegar na direção oposta”. Já para Maciel e Mendonça (2006), o planejamento em unidades de informação implica estudar o contexto externo e interno da unidade. No primeiro caso, são levantados e analisados dados sobre o perfil da entidade que abriga a biblioteca e sobre a existência de bibliotecas do mesmo gênero na mesma região geográfica da unidade, para futuras parcerias. A partir disso, realizam-se os estudos de usuários para definir

o tipo de informação, serviços e produtos demandados pelos diferentes segmentos de usuários. Já no contexto interno, é estudado o esquema de organização, os recursos que a compõe, qualidade dos serviços e produtos, entre outros.

Para realização do planejamento e posteriores revisões, é necessária a coleta de informações, esse procedimento é denominado *avaliação*, que consiste em estabelecer critérios que permitam medir o desempenho, a qualidade dos serviços, a satisfação dos usuários e as razões explicativas para o não-público que não utiliza os serviços. De acordo com Almeida (2000), a avaliação permite ao documentalista promover as mudanças, para isso é necessário que ele conheça todos os aspectos da organização que afetem seu desempenho (ambiente, missão, objetivos, estratégias e políticas, estruturas, etc.), e ter clara compreensão de fluxo de informação na entidade, para integrar a biblioteca a este e para aperfeiçoá-lo. Além disso, a mesma autora coloca que para o alcance da eficácia e eficiências nos serviços prestados, os critérios quantitativos, tais como número de itens catalogados, número de pedidos atendidos, número de acesso à base de dados virtual, etc., não são suficientes para avaliação. Ou seja, é necessário realizar questões qualitativas, como: *“estamos oferecendo serviços e atividades que deveriam ser oferecidos? estamos atingindo metas e objetivos? Como estamos assegurando serviços de alta qualidade?”* (ALMEIDA, 2000, p.18, grifo nosso).

Há a tendência dos bibliotecários em estabelecerem padrões de serviços e produtos desconsiderando as demandas dos usuários, portanto, a autora sugere que para fazer avaliação, o bibliotecário precisa conhecer bem “as fontes de informação na área (para explorar essas fontes e não duplicar esforços); os serviços existentes (para ampliar, descontinuar ou modificar esses serviços); seus usuários (para saber se está conseguindo atingir um bom grau de satisfação desses usuários); os não-usuários (para saber a razão de não utilizarem aqueles serviços)”. Recomenda ainda que a seleção dos critérios para medir e julgar os dados coletados deve se pautar em padrões que sejam gerados através de pesquisas na área, e afirma ainda que os padrões qualitativos sejam mais flexíveis e mais bem fundamentados, servindo para análises mais aprofundadas. Conclui dizendo que um “planejamento eficaz depende da qualidade e quantidade de dados disponíveis e confiáveis” (ALMEIDA, 2000, p.20).

Borges (2007), afirma que é essencial estudar o comportamento do usuário, pois a identificação do por que ele escolhe e como utiliza os serviços de informação, é que determina a elaboração, avaliação e melhoria dos serviços e produtos informacionais. Para estudar como o usuário busca e usa a informação, a autora recomenda a análise por segmentação do mercado, ou seja, a definição do usuário-alvo, um grupo principal de usuário. A partir disso, determina-se o serviço ou produto de informação mais apropriado, mantendo uma avaliação constante do mesmo por meio de pesquisas de opinião ou satisfação.

Borges (2007) acrescenta ainda que nos estudos das necessidades, demandas e uso de informação dos usuários, levantam-se dados sobre as “(...) atividades, profissão, faixa etária, nível educacional, bem como tipos de informação ou de recursos informacionais que utilizam e a frequência de uso dos mesmos, dentre outros aspectos”. E devem ser considerados ainda:

“(...) as condutas (rotina de trabalho e hábitos) dos indivíduos no contexto em que estão sendo observados (escola, trabalho, atividades), os contatos que estabelecem no cotidiano e como e porque eles ocorrem; as pré-disposições e interesses relacionados ao contexto no qual estão sendo observada (assuntos relacionados, publicações específicas, etc), motivação para utilizar os vários tipos de serviços ou serviço ou produto de informação propostos pela unidade de informação”. Todas essas questões contrariam a idéia de passividade do usuário, o foco deixa de ser os sistemas e a tecnologia da informação e passa a ser “(...) os usuários como indivíduos em contínua interação com o meio e com outros indivíduos” (BORGES, 2007, p.121).

Assis (2006) propõe as seguintes diretrizes para planejamento e gestão dos serviços de informação:

“(…) levantar as necessidades de informação dos usuários, estabelecerem fontes de informação relevantes – disseminar e divulgar os produtos de informação, definir as tecnologias de informação apropriadas para os produtos e ter uma equipe de profissionais de informação que tenham as competências necessárias para o gerenciamento dos produtos de informação” (apud BORGES, 2007, p.122).

A caracterização das necessidades dos usuários e as definições das fontes relevantes para atendê-los podem se materializar na forma de um protótipo do serviço e produto de informação ou em propostas técnicas. O protótipo seria um esboço inicial do serviço e produto informacional a ser apresentado aos usuários-alvo, para que eles o avaliem em função de suas sugestões e exigências. Já as propostas técnicas, seriam como um roteiro de gestão e um instrumento para captação de recursos. Caracterizado, por definir metas e objetivos para o serviço; enumerar e classificar as questões feitas pelos usuários e os índices de respostas; atentar para as questões não respondidas; procurar saber por que alguns clientes não utilizam os serviços/produtos de informação; aperfeiçoar os métodos de análise de custo/benefício (BORGES; SOUZA, 2003, apud BORGES, 2007, p.122).

A literatura aponta, com certa frequência, a metodologia SWOT para elaboração do planejamento de serviços de informação. O termo *SWOT* é um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*). Essa proposta foi criada no início dos anos 1950 por dois professores de Política de Negócios de Harvard, que incentivaram seus alunos a analisar casos de empresas norte-americanas. Essa metodologia consiste em analisar o ambiente externo e interno da unidade de informação, identificando aspectos pertinentes aos quatro elementos. A) Forças: Referentes às competências, recursos e posição alcançada; B) Oportunidades: Aspectos externos que podem oferecer de algum modo uma vantagem; C) Fraquezas: Aspectos que limitam ou reduzem a capacidade de desenvolvimento e competitividade; D) Ameaças: Aspectos externos que podem impedir ou limitar a implantação de uma estratégia, reduzir mercado/clientes ou rentabilidade (REIS; CARDOSO, 2011).

No mundo atual, há diversas ferramentas de busca de informação, e fatores como excesso de resultados e falta de orientação ao usuário dentro dos serviços de informação, o que frustra um pouco este processo, fazendo com que muitas vezes usuários não usufruam efetivamente e não se apropriam de forma eficiente da informação, o que resulta em uma percepção negativa em relação aos serviços de informação da biblioteca.

Segundo Rabello (1980, p.30, apud ARAÚJO; SEPÚLVEDA, 2012, p. 273) é função social da biblioteca: atender às necessidades dos usuários por conhecimentos, facilitando o acesso a esses. Mas de nada adianta excelência em atendimento e estrutura se esse mesmo usuário não possui noção de como buscar sua informação. Questões como clareza, relevância, intertextualidade e perguntas básicas como o quê, para quê, para quem, quando e como, são elementos que precisam ser pré-definidos no processo de busca da informação.

Segundo Kulthau (1991, p.137, apud CRESPO; CAREGNATO, p.252) o processo de busca da informação é composto por estágios isolados ou lineares, de acordo com o conhecimento e objetivos do usuário e estão relacionados com os conceitos de relevância e pertinência para o Usuário da Informação.

3 IMPORTÂNCIA DOS ESTUDOS DE USUÁRIOS NO PLANEJAMENTO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO

Pretende-se refletir sobre a importância dos estudos de usuário no planejamento dos serviços de informação, a partir da análise e comparação dos resultados de dois estudos de caso.

O primeiro deles é de autoria de Sepúlveda e Araújo (2012), que analisaram o Sistema de Bibliotecas da UFMG (SB/UFMG), composto por 26 bibliotecas presentes nas diversas unidades acadêmicas da UFMG e relacionadas com as diversas áreas do conhecimento. As pesquisadoras fizeram um estudo de campo nas bibliotecas, entrevistando as responsáveis por cada unidade de informação. Diante da inferioridade

numérica das bibliotecas que fizeram estudo de usuários, foram realizadas perguntas que identificaram se o estudo de usuário foi feito e as conseqüências deste estudo para os serviços da biblioteca.

Um assunto abordado foi sobre a possibilidade de sugestões obtidas para aquisição de material bibliográfico, uma vez que todas as bibliotecas afirmaram receber sugestões dos usuários. No entanto, quando houve o questionamento sobre a forma como isso acontece, seis bibliotecas responderam que as sugestões advêm do contato direto com o usuário, sendo que esse contato é verbal e por iniciativa do próprio usuário. Uma entrevistada, ainda, contou que a caixa de sugestões é uma maneira de realizar esse contato com o usuário.

Sobre a orientação dada aos usuários, por meio do controle e supervisão do fluxo de usuários na biblioteca, cinco bibliotecárias compreenderam a pergunta como contagem do número de usuários que utilizam a biblioteca, sendo que uma notou que o fluxo de usuários aumentou muito nos últimos quatro anos, fato justificado, segundo ela, pelo aumento da qualidade do acervo.

Perguntas relacionadas à Disseminação Seletiva da Informação (DSI) também foram feitas; o teor foi saber se a biblioteca antecipa-se ao atendimento às necessidades de informação de seus usuários e, principalmente, entende como é traçado o perfil dos mesmos. Nenhuma das 26 bibliotecas pesquisadas promove a DSI. Quando perguntado como é traçado o perfil do usuário para o atendimento de suas expectativas e necessidades de informação, quatro bibliotecários-chefes de um universo de 26 bibliotecas, responderam que não existe processo para detectar as necessidades de informação dos usuários; uma delas acrescentou que fará um projeto no curso de especialização em que está matriculada com esse objetivo; duas disseram que atendem às reivindicações e sugestões dos alunos; e a outra respondeu que os usuários se antecipam em relação às suas necessidades de informação que, no caso dessa biblioteca, não mudam muito.

A pergunta sobre o estudo de usuários, ou sua ausência, também foi realizada. Disso, houve respostas de três bibliotecários-chefes que não realizam estudo de usuários. Destas, uma mencionou que esses estudos deveriam ser feitos e que as bibliotecas deveriam utilizar mais ferramentas de marketing e outra disse que o estudo de usuários é um serviço do setor de referência e que tem previsão de acontecer em breve, pois o setor será reestruturado.

Nesse caso, não há um método que seja qualificado como estudo de usuários, as entrevistadas afirmaram conhecer os usuários da biblioteca, apontando que esse “conhecer” é fruto da observação e da experiência. Portanto, entende-se que, na prática, prevalece o uso de senso comum, pois ao contrário da teoria, que determina o emprego de métodos específicos para o estudo de usuários, não é utilizado qualquer método para esse fim. Isso complementa outro dado, que um planejamento não é feito para atender às necessidades específicas do usuário.

No artigo “A aplicação de conceitos e práticas de marketing: um estudo de caso do sistema de bibliotecas dos Centros Educacionais Unificados” com autoria de Aguiar, Oliveira e Matos (2012), sugerem-se melhorias dos serviços de informação para os usuários, baseadas em conceitos e técnicas do marketing, aludindo à idéia de que o gestor da informação possui papel de administrador e seus usuários, os clientes.

Mostra também que há um desconhecimento ou confusão por parte de alguns profissionais da área de biblioteconomia entre o conceito de marketing e propaganda, o que leva a desperdiçar uma riquíssima ferramenta para melhorias e aperfeiçoamento nas unidades de informação.

De acordo Aguiar, Oliveira e Matos (2012), marketing é o equilíbrio entre a oferta e procura, ou seja, a reciprocidade entre a necessidade do usuário e os serviços prestados pelas unidades de informação. Seu objetivo não é apenas de “vender” um produto ou serviço. A venda é algo em curto prazo para a obtenção de lucro rápido e a fidelização desses compradores transforma-se em clientes. No caso das bibliotecas o processo de fidelização tem a ver com o valor percebido pelo usuário em relação aos serviços de informação oferecidos.

Consideram também que é preciso pensar em como administrar os recursos financeiros, humanos e materiais com foco nas reais necessidades desse cliente / usuário, sempre buscando sua satisfação. Esse

processo não é estático, mas sim dinâmico. A importância de um canal de comunicação com os usuários, atualização profissional e de tecnologia são elementos fundamentais neste processo de planejamento dos serviços de informação com foco no usuário.

O marketing em unidades de informação pode ser entendido como uma ação integrada e sistemática para atender mútua e satisfatoriamente às necessidades do usuário e aos objetivos da organização. Essas atividades consistem no equilíbrio entre o interesse do mercado e o que a biblioteca pode oferecer. (SANTOS e LUBISCO, 2011 apud AGUIAR; OLIVEIRA; MATOS, 2012, p. 21).

No artigo dos estudos de caso das bibliotecas dos Centros Educacionais Unificados, o foco foi criar estratégias para melhorias das unidades de informação como um todo e elucidar as diferenças entre aos conceitos de marketing e promoção. Podemos perceber também que o planejamento não é feito de forma alinhada com as outras áreas na unidade escolhida. Já no artigo da UFMG, a proposta foi baseada nos estudos de usuários, avaliação dos serviços nas unidades de informação e mensuração da satisfação, mas na realidade estes processos ainda são feitos de forma isolada e estática.

4 MÉTODOS PARA PLANEJAMENTO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Neste estudo, analisamos duas propostas de planejamento em serviços de informação: Metodologia de Planejamento aplicada à Biblioteca do SENAC-Florianópolis e Metodologia para Planejamento Estratégico e Gestão em Unidades de Informação (METUNI) – Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí em Santa Catarina.

4.1 Metodologia de Planejamento - Biblioteca do SENAC-Florianópolis

Dados sobre a unidade de informação⁶

A Biblioteca do SENAC Florianópolis foi criada em 29 de outubro de 2000, e está subordinada ao Núcleo de Educação Superior, órgão suplementar da Faculdade SENAC Florianópolis. Esta unidade de informação tem como missão “Disponibilizar, de maneira ética, eficiente e eficaz, as informações especializadas nos mais diversos suportes para a comunidade acadêmica da Faculdade SENAC Florianópolis.” Ela tem como visão “Ser um centro de excelência em informação especializada em comércio e serviços” (SPUDEIT; FÜHR; 2011).

Em seu quadro pessoal, a unidade possui um bibliotecário e quatro auxiliares que se revezam num amplo horário de atendimento, pois a biblioteca é aberta a toda a comunidade para consulta local ao acervo e participação dos eventos oferecidos, porém os clientes (discentes, docentes e corpo técnico-administrativo) da instituição têm acesso a outros serviços diferenciados, como oficinas de capacitação, empréstimos domiciliares, etc.

Dados sobre o planejamento e estudo de usuários

- ✓ Coleta dados sobre os usuários para elaboração do planejamento
Foi feita uma pesquisa com os usuários da Biblioteca por meio de um questionário. Foi selecionado um grupo específico de usuários: alunos dos cursos de nível superior (tecnólogos). Não especifica como fazer essa coleta, se por meio de questionários, entrevistas, ou outro método.
- ✓ Tipos de dados coletados sobre os usuários e justificativa

⁶SPUDEIT, Daniela F. A. O.; FÜHR, Fabiane. Planejamento em unidades de informação: qualidade em operações de serviço na Biblioteca do SENAC Florianópolis. **Bibl. Univ.**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p. 41-49, jan./jun. 2011.

A abordagem utilizada nessa pesquisa é predominantemente qualitativa, teve como objetivos avaliar o *acervo* e os *serviços* da Biblioteca. Questionou-se se o usuário conhecia (sim ou não), se utilizava (sim ou não), se estava satisfeito (sim ou não), e em caso de resposta negativa, era solicitado que o usuário se justificasse. Não foi informado no artigo se houve utilização de alguma referência para estabelecer essa metodologia. O trabalho trata mais sobre o que coletar de informações, do que sobre o como coletar.

✓ Modelo de coleta de dados e justificativa

Não foi informado no artigo se houve utilização de algum modelo específico para coleta de dados. Só são citadas metodologias para a análise situacional da Biblioteca (Análise *SWOT* e Cinco Forças de Porter).

Para as autoras do caso da biblioteca do SENAC Florianópolis, conhecer o usuário resulta em um planejamento adequado para atender as demandas e necessidades destes nos serviços de informação que são oferecidos.

Faz-se necessário conhecer as necessidades dos usuários da unidade de informação para tornar a análise mais completa e revelar possíveis falhas ou melhorias na gestão dos serviços e qualidade dos processos não percebidos ou não identificados pela equipe de funcionários, ou pelo próprio gestor da unidade de informação, ao fazer a avaliação do ambiente.

Após esta análise buscou-se ouvir a opinião dos clientes internos por meio da aplicação de uma pesquisa de usuário que avaliou dois critérios: *acervo* e *serviços*. Com esta pesquisa pode-se identificar se o cliente conhecia, utilizava e se estava satisfeito ou não com o *acervo* e *serviços* oferecidos.

Numa pesquisa de usuários, sobre o *acervo* e os *serviços*, buscou-se melhorar o *acervo* e os *serviços* oferecidos pela Biblioteca do SENAC Florianópolis a curto, médio e longo prazo, de acordo com os recursos e interesses da instituição, impactando na gestão e, principalmente, na qualidade dos *serviços* oferecidos pela unidade de informação.

Segundo as autoras, uma vez estabelecido o tipo de planejamento, os processos não devem ser aplicados de forma setORIZADA, fragmentada, mas sim internalizados em todas as áreas que constituem a unidade de informação de forma coesa, alinhada com os valores, filosofia e missão da instituição.

4.2 Metodologia para Planejamento Estratégico e Gestão em Unidades de Informação (METUNI)⁷

De acordo Floriano e Vital (2009), a METUNI é implementada em quatro etapas: Diretrizes Operacionais, Diagnóstico, Definição de Estratégias, Controle e Avaliação.

A metodologia proposta foi aplicada em uma biblioteca universitária do Vale do Itajaí em Santa Catarina.

A primeira etapa da metodologia - Diretrizes Operacionais da Unidade de Informação - refere-se à sua caracterização geral, onde uma série de elementos é identificada em oito etapas subseqüentes:

- ✓ o tipo de mercado que a organização irá atuar
- ✓ o público-alvo e a localização da unidade
- ✓ a missão e o objetivo
- ✓ a função da unidade de informação
- ✓ a competência essencial da organização
- ✓ o ciclo de serviço - cadeia de eventos que o cliente/usuário atravessa quando utiliza o serviço

⁷ FLORIANI, Vivian Mengarda; VITAL, Luciane Paula. M. Metodologia para planejamento estratégico e gestão de serviços em unidades de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.6 n. 2 p. 24-44, jan./jun. 2009.

- ✓ o pacote de serviços - o conjunto de bens e serviços oferecidos
- ✓ o fluxo do processo de serviços - FPS

A segunda etapa – Diagnóstico - visa determinar a posição da organização, como e onde ela está em relação ao ambiente interno e externo. Adota como modelo as Forças de Porter (1992), a Análise SWOT, e duas estratégias de mapeamento para o Processo de Compra e os Sistemas de Tecnologias de Informação.

Segundo as autoras, as Forças de Porter (1992) são as cinco forças competitivas que atuam sobre o grau de concorrência da empresa: Fornecedores, Produtos e Serviços Substitutos, Novos Entrantes, Clientes e Concorrentes. Já a análise SWOT, seria a análise do contexto interno da unidade, por determinação de seus pontos fortes e fracos, e a análise de sua posição em relação aos concorrentes, identificando oportunidades e riscos. O Processo de Compra, de acordo com Kopler (2000, apud FLORIANI; VITAL, 2009) se inicia antes mesmo da compra real e envolve várias pessoas, portanto, o mapeamento desse processo possibilita conhecer como o usuário toma sua decisão de compra. A última sub-etapa, Sistemas e Tecnologias de Informação, seria o mapeamento dos processos automatizados e grau de interação com os usuários.

A terceira etapa – Definição de Estratégias - envolve a seleção das ações ou dos melhores caminhos a serem seguidos para garantir o alcance dos objetivos, metas e projetos pré-estabelecidos (OLIVEIRA, 1995 apud FLORIANI; VITAL, 2009). Tem como foco a gestão de pessoas, as ações de marketing, segmentação de mercado e os determinantes da qualidade.

A quarta e última etapa - Controle e Avaliação - consiste em formas de avaliar e controlar as atividades, a fim de verificar se estão atendendo os resultados esperados. Envolve os processos de avaliação de desempenho, por exemplo, comparação do desempenho real com os objetivos, metas e propostas, e critérios de avaliação - que devem ser claros - selecionar indicadores pertinentes, e identificar as técnicas mais apropriadas para medição.

5 AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

Destacamos a seguir avaliações relevantes do estudo, que devem ser considerados no processo de Planejamento de Serviços de Informação com Foco no Usuário:

- Estudo do ambiente interno e externo da unidade de informação

- ✓ no contexto interno, observamos que são consideradas mais as informações sobre a própria unidade de informação em si, não se vê menção clara à organização que abriga a unidade. Almeida (2000) afirma que no planejamento é importante conhecer todos os aspectos da organização que afetem seu desempenho (ambiente, missão, objetivos, estratégias e políticas, estruturas). Apesar disso, mencionam a análise SWOT e as Forças de Porter que também são referenciadas na teoria.
- ✓ Spudeit e Führ (2011) consideram que o planejamento começa com a definição de metas e missão da organização, e necessita da análise do ambiente interno e externo, que exerce influência sobre a unidade. Recomendam seguir para tal análise, o método SWOT, que no caso define pontos fortes e fracos da unidade de informação, e as Forças de Porter para estudo sobre a concorrência. Acrescentam ainda, que é importante considerar na análise desse ambiente, os conhecimentos sobre os usuários. Floriani e Vital (2009), procuram contemplar o máximo de aspectos possíveis, tanto do ambiente interno quanto externo, que permitem verificar o que pode afetar o desempenho e determinar a qualidade dos serviços e produtos de uma unidade de informação. Colaboram ainda mais com a teoria, ao considerar importante incluir os estudos dos usuários nessa etapa de análise situacional.

- Estudo das necessidades, comportamento de busca e aquisição da informação

- ✓ Não diferenciam demanda e necessidade, conforme a teoria, nem os meios de coleta dos dados e quais tipos de informações seriam úteis. Borges (2007) lembra que nos estudos das necessidades, demandas e usos da informação pelos usuários são considerados dados sobre a vida educacional e profissional dos usuários, tipos de informações e recursos informacionais que usam e a frequência; quais as condutas desses usuários no contexto de trabalho, escola, atividades e outros; contatos estabelecidos no cotidiano, motivações entre outros.
- ✓ Os estudos dos usuários foram colocados em prática por meio de pesquisas com perguntas ao público, procurando obter dados não apenas sobre os serviços, mas também sobre o acervo, considerado um item importante para definição das fontes de informação relevantes.
- ✓ As perguntas que nortearam a avaliação dos usuários e integram o instrumento de pesquisa, apresentaram um caráter mais qualitativo e menos quantitativo - outra noção presente na teoria dos estudos de usuários. Almeida (2000, p.18) sugere como questões qualitativas: "estamos oferecendo serviços e atividade que deveriam ser oferecidos? estamos atingindo metas e objetivos? Como estamos assegurando serviços de alta qualidade?"
- ✓ Spudeit e Führ (2011) sugerem: Quem são eles? Como podem ser alcançados? Como estão usando determinado serviço? Que necessidades são mal atendidas? Qual o nível de fidelidade deles?

A Biblioteca do SENAC identificou os sujeitos-chave da pesquisa (alunos dos cursos de nível superior - tecnólogos). Houve, portanto, a seleção de um grupo principal de usuário, com o objetivo de facilitar a criação do produto ou serviço mais adequado. A Biblioteca do Vale do Itajaí também segmentou os seus usuários, identificando seu público-alvo. Mas esse processo tinha como objetivo as ações de marketing e não o estudo de usuários propriamente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo discutir as teorias e revisar a bibliografia que envolve o planejamento em unidades de informação e sua relação com os estudos de usuários. Apresentou análise de estudos de casos relacionados a este tema, com foco na identificação da importância do usuário no processo de planejamento de serviços de informação.

Podemos afirmar que o tema estudos de usuários apesar de discutido nas últimas décadas demanda novas abordagens frente ao universo digital e as competências informacionais dos usuários dos serviços de informação. Identificamos a necessidade de realizar estudo de usuários com base em metodologias específicas para este fim. Tal fato foi amplamente tratado na análise do estudo de caso do Sistema de Bibliotecas da UFMG. A abordagem das Bibliotecas dos Centros de Ensino Universitários evidenciou a questão do marketing em Bibliotecas, uma ferramenta poderosa que precisa ser mais bem aproveitada pelos bibliotecários. O marketing na biblioteca deve ter como objetivo a satisfação do usuário, a definição de métricas de qualidade e ocupa papel relevante no planejamento de serviços de informação.

Com relação à análise das metodologias de planejamento da Biblioteca do SENAC Florianópolis e da Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí constatamos que em ambas as bibliotecas, temos a aplicação de metodologias para estabelecer o planejamento. Na Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí temos a

utilização do METUNI e de duas estratégias de mapeamento, o Processo de Compra e os Sistemas e Tecnologias de Informação, e em ambas há a utilização da Análise SWOT e das Forças de Porter. Ambas realizam uma avaliação do ambiente interno e externo da instituição, tendo como base as metodologias citadas. Esta análise é encarada pelos dois estudos como fundamental para o estabelecimento de estratégias e para definição do planejamento.

Na biblioteca do SENAC, buscam-se contemplar o máximo dos aspectos que possam afetar a satisfação os usuários. O uso de um questionário qualitativo é um ponto importante, na medida em que são mais flexíveis, permitindo uma análise mais aprofundada. No estudo da Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí, há uma visão de mercado com relação ao usuário e também à instituição, embora o texto afirme que o planejamento deve se adequar às necessidades da unidade de informação. O usuário é enxergado muito mais como um “cliente” e a utilização da unidade de informação pelo usuário é relacionada a um “processo de compra”. O estudo, embora ressalte a importância de estudar o usuário, se refere a este processo muitas vezes de forma geral, não especificando de que modo realizará as ações que propõe, ou seja, disponibilizar com eficácia e eficiência as informações solicitadas por seus usuários, levando em conta suas necessidades e expectativas, personalizando seus serviços, oferecendo a seus usuários valor aos serviços prestados. E estratégia de planejar os serviços de informação em uma biblioteca deve ir ao encontro das necessidades e desejos de seus usuários.

O estudo de usuário realizado na Biblioteca do SENAC está bem estabelecido com relação ao objetivo de conhecer a opinião do usuário sobre o acervo e os serviços da biblioteca. Com ele, foi possível fazer um diagnóstico abrangente dos pontos fortes e fracos da instituição pela perspectiva do usuário. Há, entretanto, uma ausência de dados pessoais do usuário e informações relacionadas à sua rotina de trabalho, estudo, atividades, hábitos, comportamento de busca e acesso a informação, que aparecem na literatura como informações que devem ser coletadas num estudo de usuários. O estudo da Biblioteca Universitária do Vale do Itajaí também não aborda essas questões. O texto aborda a importância de se estudar o comportamento do cliente, mas relaciona essa preocupação mais às ações de marketing que ao estudo de usuários em si.

As mudanças ocasionadas pela tecnologia usada para gerar, disseminar, acessar e usar a informação demandam por habilidades e competências relacionadas ao acesso, uso e disseminação da informação. É neste ponto que surge um novo usuário da informação com novas demandas por recursos computacionais e novas capacidades em produzir novos conhecimentos. Resulta desse procedimento que hoje em dia se conhece muita coisa sobre planejamento, aquisição, organização, controle e desenvolvimento de coleções, mas muito pouco sobre como as pessoas fazem uso dos sistemas ou para que fins e como a informação, que é a matéria-prima do sistema, está sendo utilizada.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Francisco Lopes; OLIVEIRA, Emerson Soares; MATOS, Denilson Santos. A aplicação de conceitos e práticas de marketing: um estudo de caso do sistema de bibliotecas dos Centros Educacionais Unificados – C.E.U.s. Trabalho de Conclusão de Curso - FAINC - Faculdades Integradas Coração de Jesus, São Paulo, 2012. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 17-32, dez. 2012. Disponível em: <http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/96/96> . Acesso em: 20 jan.2016.

ALMEIDA, Maria Cristina Barbosa. **Planejamento de bibliotecas e serviços**. Brasília: Briquet de Lemos, 2000, p.1-29.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila; SEPÚLVEDA, Maria Inês Moreira. Realização de Estudos de Usuários na prática bibliotecária: Estudo de Campo de Bibliotecas da UFMG. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v.17, n.2, p.269-287, jul.-dez., 2012.

BORGES, Mônica Erichsen Nassif. O essencial para gestão de produtos e serviços de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.5, n. 1, p. 115-128, jul/dez. 2007.

COSTA, Luciana Ferreira da; RAMALHO, Francisco Arruda. A usabilidade nos estudos de uso da informação: em cena usuários e sistemas interativos de informação. **Perspectivas em ciência da informação**, v.15, n.1, p.92-117, jan./abr. 2010.

CRESPO, Isabel Merlo; CAREGNATO, Sônia Elisa. Comportamento de Busca e de Informação: uma comparação de dois modelos. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9 , n . 2, p . 271-281, jul. /dez. 2003.

FLORIANI, Vivian Mengarda; VITAL, Luciane Paula. Metodologia para planejamento estratégico e gestão de serviços em unidades de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.6 n. 2 p. 24-44, jan./jun. 2009. Disponível em:<<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/403>>. Acesso em: 20 jan. 2016.

MACIEL, Alba Costa; MENDONÇA, Marília Alvarenga Rocha. **Bibliotecas como organizações**. Rio de Janeiro: Interciência, 2006. p. 42-53.

NASSIF, Mônica Erichsen; VENÂNCIO, Ludmila Salomão; HENRIQUE, Luiz Cláudio Junqueira. Sujeito, contexto e tarefa na busca de informação: uma análise sob a ótica da cognição situada. **Data Grama Zero – Revista de Ciência da Informação**, v.8, n.5, out/07, artigo 04, 2007.

ROLIM, Elizabeth Almeida; CENDÓN, Beatriz Valadares. Modelos teóricos de estudos de usuários na ciência da informação. **Data Grama Zero - Revista de Ciência da Informação**, v.14, n.2 , abr/13, artigo 06, 2013.

SPUDEIT, Daniela F. A. O.; FÜHR, Fabiane. Planejamento em unidades de informação: qualidade em operações de serviços na Biblioteca do SENAC Florianópolis. **Bibl. Univ.**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p. 41-49, jan./jun. 2011. Disponível em : <https://www.bu.ufmg.br/rbu/index.php/localhost/article/view/16/18> Acesso em: 20 jan. 20163.

VALENTIM, Marta. **Planejamento estratégico**. Marília: UNESP, 2013.

Recebido em: 17-04-2015

Aceito em: 29-01-2016