

XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Declaração de Direito Autoral

Autores que submetem a esta conferência concordam com os seguintes termos:

- a) Autores mantêm os direitos autorais sobre o trabalho, permitindo à conferência colocá-lo sob uma licença Licença Creative Commons Attribution, que permite livremente a outros acessar, usar e compartilhar o trabalho com o crédito de autoria e apresentação inicial nesta conferência.
- b) Autores podem abrir mão dos termos da licença CC e definir contratos adicionais para a distribuição não-exclusiva e subsequente publicação deste trabalho (ex.: publicar uma versão atualizada em um periódico, disponibilizar em repositório institucional, ou publicá-lo em livro), com o crédito de autoria e apresentação inicial nesta conferência.
- c) Além disso, autores são incentivados a publicar e compartilhar seus trabalhos online (ex.: em repositório institucional ou em sua página pessoal) a qualquer momento antes e depois da conferência.

Fonte:

<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/viewFile/3971/2438>

REFERÊNCIA:

AMARAL, Sueli Angélica do; BRITO, Marcílio de. Estudo de usuários e necessidades de informação em projeto de pesquisa internacional: participação da Universidade de Brasília. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais...** Salvador: ANCIB, 2016. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/viewFile/3971/2438>>. Acesso em 22 dez. 2016.



XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)

GT 4 – Gestão da informação e do conhecimento

ESTUDO DE USUÁRIOS E NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO EM PROJETO DE PESQUISA INTERNACIONAL: PARTICIPAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA/

USERS STUDY AND INFORMATION NEEDS IN INTERNATIONAL RESEARCH PROJECT: THE UNIVERSITY OF BRASILIA PARTICIPATION

Sueli Angélica do Amaral¹ e Marcílio de Brito².

Modalidade da apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Destaca a participação do Grupo de Pesquisa em Marketing da Informação (GPMI) da Universidade de Brasília (UnB) no grupo de pesquisa internacional sobre usuários da informação criado e coordenado pelo pesquisador da Universidad Nacional Autónoma de México, durante a realização do *Seminario de Usuarios de la Información: el fenómeno de las necesidades de información en diferentes comunidades*. Proposto pelo coordenador, o macroprojeto internacional sobre as “Necessidades de Informação dos Alunos de Biblioteconomia no México, Espanha, Brasil e Uruguai” possibilitou a cada país representado no grupo o atendimento de suas especificidades. Relata os principais resultados obtidos no Brasil, pelo projeto “Necessidades de informação dos alunos do primeiro ano de Biblioteconomia da UnB”, desenvolvido na primeira fase do macroprojeto pelos membros do GPMI. Comenta a fundamentação teórica e metodológica da pesquisa internacional desenvolvida pelo método de estudos de casos múltiplos nos quatro países, com ênfase no modelo das necessidades de informação, marco teórico da cooperação internacional, utilizado na elaboração do instrumento de coleta comum para o estudo dos alunos de Biblioteconomia

1 Pesquisadora colaboradora sênior do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da UnB

2 Faculdade de Ciência da Informação.

como usuários da informação. O objetivo desta comunicação é valorizar os esforços acadêmicos no desenvolvimento da Ciência da Informação no Brasil, buscando compreender a complexidade dos fenômenos sociais e humanos da relação das pessoas e grupos de pessoas com a informação. Revela os resultados positivos da participação da UnB para estimular outras universidades brasileiras a participarem da pesquisa da população de alunos de Biblioteconomia no Brasil. Conclui que novas diretrizes da teoria de marketing relacionadas ao estudo dos usuários da informação podem contribuir para a sua fundamentação conceitual e teórica como instrumentos de planejamento e gestão da informação e do conhecimento mais efetivos e adequados aos seus usuários.

Palavras-chave: Estudos de usuários. Necessidades de informação. Projetos de pesquisa internacionais. Universidade de Brasília. Estudantes de Biblioteconomia.

***Abstract:** Highlights the participation of the Research Group in Information Marketing (GPMI) at the University of Brasilia (UnB) in the international research group on information users, created and coordinated by a researcher from Universidad Nacional Autónoma de México, at a meeting held during the Seminario de Usuarios de la Información: el fenómeno de las necesidades de información en diferentes comunidades. Proposed by the group coordinator, the international macro project "Information Needs of Library Science Students in Mexico, Spain, Brazil and Uruguay" enabled each country to meet its specific characteristics. It reports the main results obtained by the Brazilian research branch with the project "Information needs of Library Sciences first year students at UnB", developed in the first phase of the international research macro project by GPMI members. It comments on the theoretical and methodological foundations of international research conducted by the method of multiple case studies developed in the four countries, with emphasis on the information needs model, as a theoretical framework for international cooperation in drawing up the common collection tool for the study of Library Science students as well as information users. The aim of this communication is to emphasize the academic efforts in the development of Information Science in Brazil, trying to understand the complexity of human and social phenomena among people and groups of people relationships with information. It reveals positive results of UnB participation to encourage other Brazilian universities to participate in the study of Library Science students in Brazil. It concludes that new guidelines from marketing theory related to information users study may contribute for its conceptual and theoretical foundations as an effective planning and management tool of information and knowledge more adequate for their users.*

Keywords: Users studies. Information needs. International research project. University of Brasilia. Library Science students.

1 Introdução

Esta comunicação destaca o intercâmbio internacional entre pesquisadores interessados em conhecer as experiências de pesquisas no âmbito da Ciência da Informação (CI) voltadas aos usuários da informação, a partir da participação do Grupo de Pesquisa em Marketing da Informação (GPMI) da Universidade de Brasília (UnB) em grupo de pesquisa internacional. Pesquisadores do GPMI integram o grupo de pesquisa internacional sobre usuários da informação, criado e coordenado por pesquisador da *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM), que se reúne anualmente durante

o *Seminario de Usuarios de la Información: el fenómeno de las necesidades de información en diferentes comunidades*.

Os resultados da participação do GPMI da UnB no macroprojeto de pesquisa internacional proposto pelo coordenador mexicano são apresentados para estimular o desenvolvimento de pesquisas semelhantes em outras universidades brasileiras que ofereçam cursos de graduação em Biblioteconomia, comunidade de alunos escolhida para a pesquisa sobre necessidades de informação.

O objetivo desta comunicação é relatar a participação do GPMI no projeto de pesquisa internacional para valorizar os esforços acadêmicos no desenvolvimento da CI no Brasil, buscando compreender a complexidade dos fenômenos sociais e humanos da relação das pessoas e grupos de pessoas com a informação.

2 Grupo de pesquisa internacional sobre Usuários da Informação

A UnB e a UNAM mantém um acordo de cooperação que proporcionou diversas oportunidades de intercâmbios entre Brasil e México nas áreas de Biblioteconomia e CI. No intercâmbio de pesquisa internacional, o GPMI da UnB vem intensificando a troca de experiência acadêmica, em busca dos pontos de vista dos interesses de pesquisa comuns entre os pesquisadores das duas universidades.

De acordo com os registros do Diretório de Grupos de Pesquisa no Brasil da Plataforma Lattes do CNPq, em 24 de julho de 2016, o GPMI realiza estudos epistemológicos, científicos e práticos sobre os processos de planejamento, gestão e avaliação de marketing e sobre os fatores internos e externos que influenciam o estudo dos usuários da informação desenvolvidos para entender os fenômenos relacionados à gestão da informação e do conhecimento em bibliotecas e demais unidades prestadoras de serviços informativos do setor privado e governamental. A meta do Grupo é atender à demanda interdisciplinar por esses estudos na CI e contribuir para o desenvolvimento e disseminação de metodologias apropriadas à temática de pesquisa na formação de novos pesquisadores e ampliação da massa crítica de estudiosos em marketing da informação.

Nesta linha de atuação, destaca-se o *Seminario de Usuarios de la Información: el fenómeno de las necesidades de información en diferentes comunidades*. Trata-se de um Seminário de Pesquisa Permanente do *Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información* (IIBI) da UNAM criado e coordenado pelo Dr. Juan José Calva González pesquisador da instituição mexicana, para explicar o fenômeno das

necessidades de informação e os acontecimentos relacionados com os usuários da informação em diversos contextos. Na organização do Seminário são realizadas sessões fechadas para o grupo de pesquisadores e convidados especiais discutirem temas específicos e sessões abertas ao público em geral como forma de difusão e intercâmbio no campo de interesse temático. Desde 2008, o Seminário se tornou internacional, ao integrar-se a representação da Espanha, ampliando-se em 2011 com a integração de pesquisadoras representantes do Brasil e do Uruguai. O Brasil é representado no Seminário pela pesquisadora colaboradora e líder do GPMI da UnB.

Nos três seminários internacionais realizados de 2011 a 2013 em diferentes universidades mexicanas, observou-se maior difusão e interesse no desenvolvimento de estudos de usuários referentes ao fenômeno das necessidades de informação nos debates e discussões em reuniões fechadas, com a presença dos pesquisadores dos quatro países representados no Seminário, alunos de pós-graduação *stricto sensu* e de licenciatura bolsistas de projetos de pesquisa em curso na UNAM. Percebeu-se a contribuição para a formação de recursos humanos, quando os alunos participantes continuaram a desenvolver estudos posteriores na temática do Seminário. A intenção de contar com novos quadros desta linha de pesquisa é fundamental para que futuros mestres e doutores consolidem a temática em novos projetos de pesquisa. A ideia é que cada país representado no Seminário possa organizar com professores/pesquisadores e alunos de pós-graduação subprojetos decorrentes de um projeto macro. Isto permite a ampliação do Seminário, a formação de recursos humanos e a difusão da temática relacionada aos usuários da informação na área de Biblioteconomia e CI, além de favorecer o estabelecimento de uma rede de pesquisa temática em nível regional com a organização dos *Seminarios Internacionales de Investigación sobre Usuarios de la Información*.

3 Pesquisa internacional das necessidades de informação dos alunos de Biblioteconomia no México, Espanha, Brasil e Uruguai

Durante o *IX Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información*, em 2014, os pesquisadores decidiram pelos alunos de Biblioteconomia como população a ser pesquisada no desenvolvimento do macroprojeto de “Pesquisa sobre o fenômeno das necessidades de informação dos alunos de Biblioteconomia: Brasil, Espanha, México e

Uruguai”. A pesquisa será desenvolvida pelo método de estudo de casos múltiplos nos quatro países, sob a coordenação mexicana. O macroprojeto e os possíveis subprojetos dele derivados são guiados por uma série de questões de pesquisa: (a) Quais são as necessidades de informação e o comportamento informativo dos alunos de Biblioteconomia sob os aspectos acadêmicos e da vida cotidiana a serem investigados? (b) Quais são os fatores externos (o contexto que rodeia o aluno investigado) que impactam suas necessidades de informação e seu comportamento informativo? (c) Qual é o nível de satisfação das necessidades informativas dos alunos de Biblioteconomia a serem investigados nos quatro países? (d) Quais são as semelhanças e diferenças entre as necessidades de informação, comportamento informativo e satisfação dos alunos de Biblioteconomia a serem investigados entre o primeiro e o último ano do curso nos quatro países?

O objetivo do macroprojeto é detectar as necessidades, o comportamento informativo e a satisfação de informação dos alunos de Biblioteconomia investigados nos quatro países, assim como os fatores externos e o contexto que rodeia o aluno investigado. Os objetivos específicos são: (a) determinar os fatores externos que influenciam o surgimento das necessidades de informação; (b) identificar e analisar as necessidades, o comportamento informativo e a satisfação de informação; (c) comparar entre os quatro países as necessidades, o comportamento informativo e a satisfação de informação dos alunos de Biblioteconomia investigados, assim como os fatores externos no contexto que os rodeia.

Parte-se da hipótese que os fatores externos, contexto que rodeia os alunos de Biblioteconomia dos quatro países investigados em cada instituição e país, influenciam ou impactam o surgimento das necessidades de informação, o comportamento informativo para satisfazê-las, onde podem ser descobertas diferenças e similitudes entre as comunidades de alunos investigadas.

Será utilizado como base o Modelo das Necessidades de Informação (Modelo NEIN), proposto por Calva González (2004) para levar a cabo o marco teórico referencial do projeto, considerando também os estudos e pesquisas prévios em cada país sobre a comunidade de alunos investigados, selecionados entre o primeiro (os dois primeiros semestres de curso) e o último ano (os dois últimos semestres de curso).

Os procedimentos metodológicos foram definidos em relação aos critérios de seleção das quatro universidades para o desenvolvimento da pesquisa inicial; a fórmula para o cálculo da amostra; a elaboração do instrumento de coleta comum para o estudo

dos alunos de Biblioteconomia como usuários da informação. O coordenador mexicano providenciou a plataforma de comunicação sobre o projeto. O cronograma de desenvolvimento da pesquisa contempla as especificidades do calendário de oferta de disciplinas de cada país participante. Conseqüentemente, na fase inicial, cada país apresentará os resultados ajustados às condições do seu contexto específico, no Seminário a ser realizado no ano seguinte, conforme a metodologia definida e acordada entre todos.

4 Marco teórico da cooperação internacional (Modelo NEIN)

Na opinião de Calva González (2004, p. 68), as necessidades de informação são a carência de conhecimentos e informação que uma pessoa tem sobre um fenômeno, objeto, acontecimento, ação ou feito, produzidas por fatores externos e internos que provocam um estado de insatisfação, mesmo que o sujeito esteja motivado para buscar sua satisfação por meio da manifestação de um comportamento. Para o autor, tanto os fatores internos como os externos entram em combinação, de tal maneira que desencadeiam todo o mecanismo para que exista motivação que leve o sujeito a ter uma necessidade de informação. Os fatores internos estão relacionados diretamente com os sujeitos, tais como: conhecimentos sobre sua atividade, sobre o lugar onde vive, atualização dos conhecimentos acadêmicos, idiomas que domina, especialidades do trabalho ou disciplina; experiência em sua atividade para sobreviver no seu meio ambiente, nos passos que segue para desenvolver uma atividade; habilidades, hábitos e capacidade de leitura, de uso dos recursos informativos, de aprendizagem, de abstração, facilidade de comunicação, motivação, temperamento, caráter, educação, entre outros.

Para Calva González (2004, p. 56-58) os fatores externos são os elementos, coisas ou feitos que se encontram fora do sujeito e que dessa posição influenciam e dão origem às necessidades de informação. São fatores que combinam com os internos de tal maneira que da combinação surgem as necessidades de informação; motivo pelo qual não se pode afirmar que somente os fatores externos promovem o aparecimento das necessidades. Alguns estão listados à atividade que o sujeito desenvolve em seu trabalho e à natureza da sua atividade: pesquisa; docência; facilidades, ferramentas e materiais de

trabalho; recursos informativos disponíveis; custo dos serviços; coleções disponíveis; acessibilidade à informação; rapidez do serviço; orientação para a solução de um problema informativo; tecnologia disponível; tempo suficiente para desenvolver o trabalho; condições físicas para fazer seus trabalhos; meios de comunicação ao seu alcance; entre tantos outros.

O modelo NEIN de Calva González (2004, p. 155) apresenta três fases principais do fenômeno das necessidades de informação (NEIN): o surgimento, a manifestação por meio do comportamento informativo e a satisfação das necessidades. As NEIN traduzem um estado de conhecimento no qual alguém se encontra quando se confronta com a exigência de uma informação que lhe falta e lhe é necessária para prosseguir um trabalho. Elas também não podem estar separadas do contexto, da situação, do ambiente, que são essenciais para o seu diagnóstico.

Segundo Calva González (2004, p. 102), o comportamento para se informar pode ser entendido como a “manifestação das necessidades de informação do sujeito, originadas a partir da insuficiência de informação ou conhecimento acerca de um fenômeno, objeto ou acontecimento”. O termo necessidades de informação, visto como um fenômeno inerente ao homem, leva ao comportamento para se informar como consequência que, por sua vez, precisa ser satisfeito. Por isso, envolve também a satisfação dos usuários.

A manifestação das necessidades de informação que uma pessoa tem será observada no comportamento que apresentar, seja nos seus hábitos, costumes, atitudes, procedimentos, habilidades, ou seus diferentes modos de agir para se informar. Portanto, o comportamento informativo, ou seja, a ação do indivíduo para se informar, está relacionado com o contexto em que a pessoa se situa, sendo esta a razão pela qual os indivíduos familiarizados com a utilização de fontes bibliográficas se comportam de modo diferente daqueles não familiarizados com esses recursos. A detecção da existência de NEIN dos usuários pode ser observada por meio do comportamento informativo que apresentem, como por exemplo: as fontes primárias e secundárias de informação que usam, os serviços que utilizam, os meios mais utilizados para publicar trabalhos, entre outros.

Observar o comportamento do usuário para se informar pode fornecer elementos que identifiquem a presença das NEIN no sujeito. Entretanto, apenas observar o

comportamento manifestado nos usuários não é suficiente para identificar essas necessidades. Deve-se identificá-las também por meio da revisão de outros elementos que intervêm em seu surgimento e manifestação: o ambiente onde se situa o sujeito (fatores externos), as características particulares (fatores internos) e a manifestação das NEIN no seu comportamento informativo para satisfazer a necessidade manifestada. Ao observar esses três aspectos, é possível a identificação completa das NEIN do indivíduo.

Um exemplo rotineiro da manifestação da NEIN de uma pessoa pode ser evidenciado quando ela busca o endereço e o telefone de uma instituição social ou de outra organização qualquer. Um dos possíveis comportamentos pode ser o de buscar essas informações na Internet, em listas disponíveis, ou telefonar para o serviço de informação e solicitar o que precisa. A manifestação das NEIN de uma pessoa pode ser observada no comportamento que esta apresenta, ou seja, seus hábitos, costumes, atitudes, procedimentos, habilidades, modos de agir etc. Porém, o comportamento para se informar está relacionado ao contexto em que a pessoa se situa, sendo esta a razão pela qual os indivíduos familiarizados com a utilização de fontes de informação se comportam de modo diferente daqueles não familiarizados com esses recursos.

Os estudos das NEIN devem distinguir-se dos estudos de busca da informação ou do comportamento para se informar. A busca de informação se refere ao modo como as pessoas obtêm a informação que necessitam. Portanto, em outras palavras, é uma manifestação da necessidade. A existência desta manifestação é condicionada à força e persistência do sujeito no sentido de ter um comportamento direcionado à satisfação desta necessidade. Considerar as necessidades expressas ou manifestadas por uma pessoa leva a pensar que podem existir necessidades de informação que não são expressas, pois as pessoas podem não manifestá-las por meio de um comportamento. As necessidades de informação fracas, não são suficientemente fortes nem persistentes e não estimulam o comportamento do indivíduo no sentido de satisfazê-las. As demandas individuais constituem, de certo modo, NEIN expressas. Portanto, nem todas as NEIN dos usuários de um serviço são convertidas em demandas. Entretanto, pode-se afirmar que as investigações sobre o comportamento de busca pela informação tendem a mostrar o que as pessoas fazem ao manifestar ou direcionar suas NEIN.

Em suma, as NEIN podem ser observadas por meio do comportamento para se informar que as pessoas manifestam quando necessitam da informação. Porém, não se pode esquecer, que a NEIN é manifestada pelo comportamento de busca pela informação, que deve ser considerado como uma atividade de alguém influenciado por

um ambiente repleto de informação, ou de mensagens para satisfazer a necessidade percebida. Além disso, a forma de comunicação está implícita nas manifestações das NEIN pelas pessoas, porquanto o indivíduo pode comunicar esta necessidade a alguém, seja o bibliotecário, amigos, colegas etc. para tentar satisfazê-la. Isto se realiza quando o indivíduo não pode fazê-lo por meio da experiência acumulada em seu cérebro.

5 Estudo de usuários, necessidades de informação e o GPMI da UnB

Na perspectiva da CI, ainda que na estrutura organizacional de uma instituição possa existir ou não uma unidade prestadora de serviços informativos, de alguma forma, as pessoas que trabalham na organização precisam se informar. Certamente, a diversidade e a individualidade ampliam a complexidade da relação entre indivíduo/grupo e a informação. Além disso, fora do ambiente de trabalho, os indivíduos também precisam estar informados e, por isso, a CI estuda as diversas ações e práticas informacionais e as diferentes formas de interação entre essas pessoas e seus grupos para entender como eles se informam. Portanto, o estudo de usuários da informação é importante para entender a relação de pessoas e grupos de pessoas e suas formas de interagir com a informação no ato de se informarem. Por consequência, este tipo de estudo é de suma importância também para que os prestadores de serviços informativos possam entender as diversas necessidades e interesses dos seus usuários.

Calva González (2004, p. 201) define o estudo de usuários como a “complexa utilização de métodos, técnicas e instrumentos muito diversos, mas todos convergem para o que é pesquisado ou estudado no sujeito chamado usuário, seja ele vinculado ou não a uma unidade de informação”. Embora o vínculo com a unidade de informação possa ser mais comum, ressalta que o usuário da informação pode pertencer a uma comunidade de sujeitos entre os quais existe um fluxo de informação.

Na opinião de Amaral (2014), o estudo de usuários é

um campo interdisciplinar do conhecimento que, no âmbito da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, a partir da aplicação de diferentes métodos e técnicas de pesquisa, possibilita a análise dos fenômenos sociais e humanos relacionados com os diversos aspectos e características da relação do usuário com a informação em suas ações, comportamentos e práticas informativas.

Nesta definição, está implícita a aceitação do termo estudo de usuários da informação, englobando todos os tipos de estudos de necessidades, desejos, demandas, expectativas, atitudes, comportamentos e demais práticas no uso da informação pelo usuário (CUNHA *et al.*, 2015. p. 36).

O interesse de pesquisa do GPMI é consolidar a teoria relativa ao processo de planejamento, gestão e avaliação de marketing por meio da ênfase nos princípios e diálogos teóricos possíveis do marketing da informação para fundamentar a orientação de marketing na gestão de serviços informativos visando satisfazer o usuário da informação.

Os três pilares dos princípios teóricos da orientação de marketing podem ser interpretados em três dimensões: a funcional de troca com base nos princípios de atendimento e relacionamento com o usuário, cliente ou consumidor de modo proativo por meio de oferta que os satisfaça; a filosófica direciona o foco para o usuário com atitude orientada ao gerenciamento que realça a satisfação em todos os níveis, em alinhamento com a gestão do órgão mantenedor; a gerencial é o comprometimento da unidade prestadora de serviços informativos com o seu órgão mantenedor e operacionaliza o marketing de modo que indivíduos e grupos obtenham o que necessitam com a criação, oferta e troca de produtos de valor (AMARAL, 2015).

O modelo NEIN tem a finalidade de explicar o fenômeno das NEIN, assim como discernir sobre a sua constituição, seu surgimento, sua manifestação, sua detecção, sua satisfação e chegar a predizê-lo, com o propósito de que sua compreensão sirva aos prestadores de serviços informativos para o desenvolvimento de coleções, desenho e estabelecimento dos serviços com o conhecimento profundo da comunidade de usuários.

Entre os fundamentos conceituais e teóricos da orientação de marketing na gestão dos serviços informativos propostos por Amaral (2015) e o modelo NEIN para o estudo das necessidades de informação a partir do surgimento da necessidade, o comportamento informativo para satisfação de usuários da informação conforme proposto por Calva González (2004), observa-se total afinidade conceitual teórica no sentido da propriedade do uso do Modelo NEIN para realizar o estudo de usuários a quem os serviços informativos poderão satisfazer as necessidades e interesses. A razão fundamental está no principal princípio da orientação de marketing: conhecer a necessidade do usuário para oferecer a informação que o satisfaça.

De 2000 a 2016, do IV ao XVII Encontro da Associação Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, foram apresentadas 19 pesquisas pela líder do GPPI, sendo 14 em coautoria com membros do Grupo. Dentre as pesquisas, com exceção de cinco delas, todas incluíram estudo de usuários da informação realizados na maior parte com gestores e também com universitários, usuários de *websites* e de serviços informativos. Entre as diversas técnicas de coleta de dados utilizadas na maior parte dessas pesquisas, nos estudos de usuários foram aplicadas entrevistas e questionários distribuídos de variadas formas, embora outras técnicas como a análise da tarefa e a de contexto de uso e a observação também tivessem sido aplicadas aos sujeitos pesquisados.

O pesquisador do GPPI que coordenou a coleta de dados do projeto de pesquisa na UnB orientou quatro Trabalhos de Conclusão de Curso de Graduação em Biblioteconomia, uma tese de Doutorado em Ciência da Informação, uma Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação e um Projeto de pesquisa de Iniciação Científica, que incluíram o estudo de usuários para pesquisar gestores, educadores, arquitetos, bibliotecários e universitários como usuários da informação. Com exceção de uma pesquisa com aplicação de questionário, a entrevista foi a técnica de coleta de dados na realização do estudo de usuários em todas as demais pesquisas.

6 Necessidades de informação dos alunos do primeiro ano de Biblioteconomia da UnB

A fundamentação metodológica e teórica do projeto de pesquisa sobre as “Necessidades de informação dos alunos do primeiro ano de Biblioteconomia da UnB” teve como base os procedimentos relativos ao macroprojeto conforme descritos nesta comunicação. A limitação aos alunos do primeiro ano na primeira fase justificou-se pela impossibilidade de identificação dos alunos do último ano, matriculados no sétimo e oitavo semestres, no tempo destinado à conclusão do estudo e apresentação dos resultados no Seminário do ano seguinte no México. Os alunos se repartem em disciplinas escolhidas voluntariamente; alguns estão realizando seus trabalhos de conclusão de curso com seus respectivos orientadores; outros estão matriculados em disciplinas optativas ou de módulo livre, externas ao local em que funciona o Curso de Biblioteconomia da UnB.

A pesquisa no contexto brasileiro teve como objetivo realizar o estudo dos alunos do primeiro ano do Curso de Biblioteconomia na UnB para detectar suas necessidades, seu comportamento informativo e sua satisfação como usuários da informação. Os resultados e a conclusão foram divulgados no X Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información, realizado na Universidad Autónoma del Carmen, cidade de Carmen, no México, em 2015 e são divulgados nesta comunicação.

A população do estudo compreende os alunos de início da formação do curso de Biblioteconomia da UnB, que goza do regime particular de gestão de seus cursos divididos em semestres. Entende-se por “alunos de primeiro ano”, os matriculados no primeiro e segundo semestres do curso em 2015, considerando o ingresso semestral de 40 alunos, perfazendo o total de 80 alunos/ano³ no curso. A amostra ficou composta por 66 alunos, a partir do cálculo utilizando a fórmula adotada no estudo internacional com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%. Destes, 88% eram do primeiro semestre e 12% do segundo.

O questionário aplicado no Brasil para a coleta de dados corresponde estritamente ao elaborado pelos membros do grupo internacional do macroprojeto, composto por 21 perguntas, traduzidas do espanhol para o português. Como a UnB mantém um programa de quotas para minorias, interessa à equipe brasileira, saber sobre a possível influência da matrícula de alunos por meio da reserva de vagas por quota no segmento da população estudada. Para atender esta situação específica, optou-se pela inclusão da Questão 0 para tratar o assunto sem alterar a numeração das perguntas do questionário.

O questionário impresso foi aplicado em sala de aula aos alunos do primeiro semestre. Escolheu-se a turma da disciplina de Introdução à Biblioteconomia e Ciência da Informação (IBCI), único caso em que os iniciantes do curso são obrigados a frequentar compulsoriamente no primeiro semestre. Para os alunos do segundo semestre, adotou-se a estratégia do formulário *on-line*. A garantia de que somente os alunos do curso respondessem foi obtida ao adotar a plataforma Moodle para elaborar e disponibilizar o formulário ao seu público específico, a partir da noção de disciplina na sua difusão e promoção. A secretaria administrativa do curso forneceu os nomes dos alunos inscritos na turma de Ensino à Distância (EAD) chamada “Pesquisas em

3 UnB em números. Cursos de Graduação.

http://www.dpo.unb.br/cursos_graduacao.php. Acesso em fevereiro de 2015

Biblioteconomia”. À imagem do questionário impresso, o universo de alunos foi controlado e inscrito em ambiente acadêmico. Os alunos foram contatados pelo *e-mail* da disciplina e convidados a responderem o formulário que, por imposição do código de ética da UnB, deve ser anônimo. Esta opção proporcionou maior controle dos respondentes. Se por um lado o formulário *online* não permite identificar quem participou da pesquisa, por outro ele garante que cada aluno responda a um único questionário.

Os dados coletados foram reunidos em planilhas Excel para compilação, tratamento, apresentação gráfica e análise. Os resultados obtidos descrevem o perfil da população estudada de acordo com a idade, sexo, formação e atividades acadêmicas, nível de instrução dos pais, acesso a Internet, conhecimento de idiomas, necessidades de informação, comportamento informativo (uso de fontes e recursos de informação, redes sociais) e satisfação com a informação.

7 Principais resultados da primeira fase da pesquisa internacional no Brasil sobre os alunos do primeiro ano de Biblioteconomia da UnB

A população estudada compõe-se em sua maioria (88%) de alunos do primeiro semestre do curso de Biblioteconomia da UnB, Brasil. Sobre o perfil desses alunos, o público masculino representa 36% da população e 64% o feminino. Nota-se o lento crescimento da população do sexo masculino, embora há 50 anos, a primeira turma do curso tivesse apenas um representante deste gênero. Apenas 28% ingressaram por quotas etnoraciais.

De acordo com o Anuário Estatístico da UnB (2014, p. 73)⁴, 37,5% dos ingressantes na Universidade possuem até 18 anos de idade, enquanto 45,7% estão na faixa de 19-24 anos. Os alunos de Biblioteconomia correspondem a esta regra, pois 74% dos ingressantes estão entre 17 e 21 anos. O aluno típico (77%) não desempenha qualquer atividade profissional, 94% dizem não realizar estágio extracurricular remunerado, e apenas 3% confirmaram exercer atividade de estágio extracurricular. Sabendo-se que o estágio remunerado somente é autorizado a partir do terceiro semestre, a explicação para as respostas positivas (3%) pode estar relacionada aos indivíduos cursando outros cursos na UnB, ou em outras instituições.

4 Universidade de Brasília. Anuário estatístico 2014. Disponível em: http://www.dpo.unb.br/documentos/anuario/Anuario_2014.pdf . Acesso em fevereiro de 2015.

Ressalta-se que o curso de Biblioteconomia oferece duas disciplinas de estágio supervisionado obrigatório e não remunerado, frequentemente entre o quinto e o sétimo semestres. A minoria de alunos (24%) informa possuir outra formação acadêmica. Em geral, os alunos dispõem de conexão Internet em suas residências (94%) e possuem dispositivo eletrônico para acessar a Internet (98%), caracterizados em dois grupos de Laptop + Celular (42%) e Laptop + Celular + Tablet (30%), revelando uma utilização maciça (89%) da telefonia móvel (celular). Evidencia-se dessa forma que os alunos não encontram barreiras materiais para o acesso à informação via Internet.

Em complemento, todos (100%) afirmam dispor de um acesso à Internet na UnB, quer seja via provedor da Faculdade (15%), do Campus (Eduroam 22%), ou via acessos privados (11%). As respostas mostram que, embora 95% declarem ter acesso à Internet via uma conexão *wifi*, apenas 48% sabem identificar seu provedor de acesso. O Serviço Eduroam (*education roaming*) de acesso *wireless* seguro está disponível para a comunidade universitária da Universidade desde 2013. A iniciativa permite que os estudantes, os pesquisadores e as equipes das instituições participantes obtenham conectividade à Internet. Além da segurança, o Eduroam tem como benefícios a sua integração à Comunidade Acadêmica Federada (CAFe), a mobilidade e a facilidade de uso. Com essas características, o serviço de acesso no *Campus* se tornou facilitado. Todavia, deve-se observar que o prédio da Biblioteca Central, onde se localiza o curso de Biblioteconomia, apresenta características arquitetônicas que dificultam o acesso *wifi* via Eduroam. Como a Faculdade de Ciência da Informação dispõe também de servidores de acesso Internet (fci e fci2), os alunos se conectam indiferentemente aos diferentes provedores de acesso (Eduroam, fci ou fci2), além dos serviços oferecidos por empresas particulares.

Os alunos contemplados pelo ingresso via quotas etnoraciais assumem valores similares aos dos alunos de ingresso universal. Se a questão sobre os recursos informacionais utilizados são relativamente os mesmos usados pelos alunos que ingressam pelo sistema universal e pelo sistema de quotas, a questão sobre o uso de fontes poderá levar a outros questionamentos quando for realizada a análise dos dados obtidos dos alunos de último ano letivo. A questão é procurar evidências sobre a possível influência no uso de fontes devido aos hábitos familiares, por sua vez ligados ao nível de instrução dos pais, em relação ao sistema de ingresso na UnB.

Nesta fase do projeto, os resultados obtidos sobre o nível de instrução dos pais não apresentou qualquer evidência de influência nas necessidades de informação dos

alunos. De forma equilibrada, os familiares com maior grau de instrução distribuem-se respectivamente em 32% para nível elementar, 30% nível médio e 35% com formação universitária.

O alto índice de uso dos dispositivos de acesso à Internet evoca forte tendência na população estudada. Movimento de massa ou não, possuir um recurso móvel de acesso à Internet é um comportamento social generalizado.

O conhecimento de outros idiomas se multiplica, principalmente como ferramenta de abertura às comunidades sociais da *web*. Os alunos de primeiro ano de curso declaram em respostas múltiplas compreender com maior frequência, além do português, a língua inglesa (77%), seguida de perto pelo espanhol (52%) e o francês (9%).

Questões abertas sobre as necessidades de informação na vida cotidiana e acadêmica deixam os jovens iniciantes por vezes desatentos ao que se indaga. O índice de respostas em branco para estas questões aproxima-se de 50% dos casos. Enquanto isso, outros alunos estendem-se em longas listas sobre suas NEIN, Nesses casos, procedeu-se à dissociação dos objetos de respostas para obter uma representação mais clara e quantitativa dessas necessidades. Com frequência, observou-se nas respostas, o emprego de uma palavra pela outra, do continente pelo conteúdo, da parte pelo todo, o recurso pela fonte, e assim por diante. Por exemplo, alguns usaram Internet e computador como resposta para esta questão, desconhecendo que esses termos não representam necessidades de informação e sim os canais (continentes) pelos quais veiculam os conteúdos, as informações necessitadas.

O fato de apenas quatro respondentes citarem as redes sociais como necessidades de informação para a vida cotidiana denota, provavelmente, uma tendência que mostra a ilusão de um ideal supostamente correto, em lugar da realidade. O comportamento comumente observado durante as aulas, acentuadamente em laboratórios de informática aplicada, é a conexão quase unânime dos alunos aos seus *e-mails* (nenhuma ocorrência nas respostas) ou às suas páginas de Facebook (quatro ocorrências somente, sob o termo redes sociais). Em se tratando de necessidades de informação para vida cotidiana, o resultado mais expressivo nesses dois itens foi o oposto. Nessa mesma ordem de preocupação, encontram-se as ocorrências de livros como expressão de necessidade de informação. O paradoxo está nos depoimentos dos professores do curso relatando que o nível de leitura dos alunos vem declinando sistematicamente. Esta questão também merece estudos mais aprofundados.

O conceito de fonte de informação não é compreendido pelos alunos no início do curso. As respostas não se materializam com a precisão desejada e podem ser tendenciosas. Para a interpretação das expressões necessidades de informação dos alunos, adotou-se a expressão livre das respostas. A partir daí, procurou-se os recortes convergentes com as necessidades da vida cotidiana mais dispersas. Em seguida, procuraram-se relações com a frequência do uso de fontes de informação.

As respostas sobre as necessidades de informação para a vida cotidiana apontam uma lista de 46 termos. Os elementos de maior incidência são: Internet; livros. Quase ao final da lista encontram-se as bibliotecas (3%), um paradoxo para alunos que escolheram cursar Biblioteconomia.

Ressalta-se outra vez a preocupação de verificação aprofundada sobre os livros, uma vez que os professores do curso advertem em reuniões de colegiado a ausência de hábito de leitura formal dos alunos. Um fenômeno de autojulgamento sobre a realidade idealizada poderia ser responsável por esses resultados elevados. Por exemplo, questiona-se sobre a inversão direta entre os resultados obtidos para livros (15%) e televisão (6%). O esperado nos padrões de comportamento da sociedade brasileira seria o inverso com ênfase em televisão, contrariamente ao constatado.

Relembra-se que 74% dos ingressantes pertencem à faixa etária dos 17-21 anos, esta característica vai se refletir nas questões relativas à escolha e uso de fontes de informação, principalmente devido à ausência de experiência profissional. Quando perguntados sobre a frequência de uso de determinadas fontes de informação, os alunos revelam que os colegas constituem sua principal fonte de informação (52%), seguidos pelos vídeos/filmes (33%), professores (30%), periódicos científicos (18%) e assim por diante. Entretanto, observa-se que os periódicos científicos são mais utilizados do que os jornais. O excesso de atualidades circulando via redes sociais praticamente destituiu, para os jovens, o jornal na divulgação de notícias.

A confrontação das NEIN com as fontes consultadas informadas revelou contradições importantes nas respostas dos alunos. Por exemplo, enquanto fontes que informam sobre profissões são muito consultadas, NEIN para a vida cotidiana ou acadêmica são insignificantes. Este mesmo comportamento é observado para colegas, professores, wikipedia, bibliografias para citar apenas as contradições mais eloquentes.

O conceito de recursos de informação parece ser mais facilmente compreendido pelos alunos iniciantes, uma vez que todas as questões a eles relacionadas foram respondidas. Observa-se que a biblioteca universitária aparece como utilizada algumas

vezes, apesar da sua frequência de uso muito baixa em relação às necessidades de informação para a vida cotidiana e acadêmica; enquanto a Internet mantém sua frequência de uso coerente em relação à mesma frequência referente às necessidades de informação. O recurso de informação mais frequentemente utilizado é a Internet e o buscador mais aclamado é o Google, que aparece em todas as respostas, mesmo quando associado a outras ferramentas do mesmo gênero.

O tema rede social motiva os alunos, mas também revela o desconhecimento dos conceitos básicos sobre os sistemas de informação. Observa-se que a noção de redes sociais é imprecisa. Considerar elementos do tipo, Scielo, vídeos, *gmail*, ou mesmo *sites* em geral como sendo redes sociais, denota o nível rudimentar de conhecimentos sobre o assunto. De fato, as questões abertas revelam que os chamados nativos digitais fazem uso inapropriados de conceitos e noções, termos e definições sem realmente dominar o conceito subjacente.

Os alunos indicam consultar as bases LISA, LISTA ou Scielo de periódicos científicos. Esta resposta nos interpela sobre as razões que levaram os alunos a assinalarem esses *sites* como fontes de consulta. É possível que Scielo, LISA, LISTA *etc* tenham aparecido como os *sites* mais utilizados, simplesmente porque foram citados como exemplo no enunciado da questão.

As opiniões sobre o grau de satisfação de fontes de informação revelam que, em média, os alunos estão satisfeitos ou indecisos, não havendo nem fontes de total satisfação como também não há fontes de total insatisfação. A média das opiniões indica as fontes favoritas dos alunos e se descobre inversões de valores consideráveis. Desse ponto de vista, observa-se que Livros foram indicados como a fonte mais utilizada enquanto que sua satisfação encontra-se em quinto lugar (escala de 17 itens); Colegas ocupavam o segundo lugar em utilização, passa para o sétimo lugar em satisfação; Vídeos ocupavam o quarto lugar em utilização, passam para a décima quarta posição em satisfação; Periódicos científicos, Bibliografias e Enciclopédias também caem de alguns pontos em satisfação. Em geral, a correspondência entre a utilização ou satisfação de fontes e as necessidades de informações acadêmicas é fraca por não haver justificativas aparentes para classificação obtida nas questões sobre necessidades informacionais.

Por fim, procurou-se saber se o grau de satisfação em fontes de informação estabeleceria alguma relação com a variável formação profissional. Os resultados obtidos mostram que os dois comportamentos são semelhantes e que não se pode afirmar com segurança que, exercer ou não outra atividade profissional, altera o nível de

percepção de satisfação dos alunos. O que se nota é uma avaliação ligeiramente mais severa e crítica por parte dos que possuem outra atividade profissional. Considerando-se a natureza das fontes como materiais/impressas e digitais/eletrônicas, constata-se que o público que possui outra atividade profissional confia mais e experimenta maior satisfação com as fontes impressas do que os alunos que não possuem este atributo. Inversamente os alunos sem outra atividade profissional demonstram maior satisfação com as fontes virtuais e eletrônicas do que aqueles que possuem este atributo. Globalmente, ambos os grupos preferem as fontes eletrônicas no lugar das impressas.

Em termos de estratégias de marketing, fica claro que para o público iniciante no curso de Biblioteconomia, as políticas institucionais merecem ser revistas, enquanto fontes de informação. A credibilidade ou a satisfação das fontes materiais perde gradativamente terreno para as fontes eletrônicas sem as devidas garantias. Embora o Livro seja uma fonte credível e desejada na opinião do público estudado, o livro eletrônico ou *e-book* não aparece no cenário das expressões de necessidades ou de satisfação dessa população. Uma vez que a percepção do grau de satisfação não permite inferir diretamente sobre o grau de credibilidade da fonte, não é possível, por exemplo, julgar sobre a adoção de novas fontes de informação nesse momento de transição do impresso para o eletrônico. Se as fontes impressas tradicionais mostraram sua credibilidade, a mudança de suporte não significa uma troca entre fontes equivalentes.

O elevado índice de indecisão nas questões com julgamentos de valores, ou a grande incidência de respostas em branco nas questões abertas evidenciam um comportamento esperado e os estudos posteriores, com os alunos de último ano de curso, mostrarão o quanto esta lacuna pode ser preenchida ao longo dos oito semestres de formação.

Há dúvidas sobre possíveis interferências do efeito do comportamento de aparência sobre os resultados desta fase da pesquisa. Este fenômeno encontrado nas redes sociais, representado por um aparente ideal que não corresponde à realidade esconde, sob a artificialidade da resposta, o verdadeiro fenômeno que se pretende retratar através do questionário de pesquisa. Dessa forma, os resultados podem mostrar somente aquilo que se julga ser o comportamento adequado e não o verdadeiro fenômeno. A esse respeito observou-se que existe uma expressão sempre presente em torno do Livro, enquanto todos os outros indicadores apontam para o uso predominante de mídias eletrônicas, sem fazer alusão ao livro eletrônico. O livro, nesse caso,

representaria o ideal dos alunos, em termos de satisfação e necessidade ou uso, mas não sobre a realidade subjacente desses comportamentos.

Se a língua inglesa é estudada por 77% dos respondentes, a escolha de fontes e recursos de informação assim como a expressão das necessidades informacionais permanecem circunscritas majoritariamente aos círculos nacionais ou lusófonos. Contrastando com os depoimentos informais dos professores do curso, os alunos não somente não leem em outras línguas como também leem pouco de forma geral. A coerência entre as fontes declaradas (questões fechadas) e a expressão das necessidades informacionais acadêmicas e cotidianas (questões abertas) merece ser estudada.

As estatísticas sobre o uso de equipamentos *wifi* do tipo telefone celular ou *tablet*, mostram que a preferência dos alunos está na portabilidade com conectividade. Isto denota a necessidade de acesso à Internet com interesses em redes sociais, embora esses dispositivos se prestem mal à leitura, estudo ou elaboração de trabalhos acadêmicos.

O nível de instrução dos pais não parece influenciar significativamente outras variáveis tais como os dispositivos de acesso e conectividade, as necessidades informacionais ou as fontes mais utilizadas. De fato, a população estudada mantém-se homogênea nesses aspectos, o comportamento social tende à uniformidade independente do grau de instrução familiar. Todavia, há necessidade de verificação desse modelo de comportamento junto a outros grupos estudantis.

Considerados nativos digitais, os alunos do curso de Biblioteconomia apresentam grande adesão aos meios de comunicação e informação digital disponíveis no *Campus*. Os resultados desta pesquisa corroboram os propósitos de Nicholas Carr em sua obra “Geração superficial”, no sentido de que há uma verdadeira corrida para o digital sem necessariamente se ter as devidas garantias de sua qualidade. Fenômeno de massa, moda, marketing comercial, ou evolução tecnológica, pouco se sabe, não obstante este comportamento esteja presente na comunidade de alunos do curso de Biblioteconomia da UnB em 2015.

8 Considerações finais sobre a participação da UnB na pesquisa internacional

Concluída a primeira fase do macroprojeto de pesquisa internacional no contexto brasileiro referente ao projeto sobre as “Necessidades de informação dos alunos do primeiro ano do curso de Biblioteconomia da UnB” e divulgados os resultados obtidos,

os benefícios da participação da UnB são visíveis: maior divulgação das pesquisas realizadas no âmbito do GPMI, ampliadas as oportunidades de troca de experiências entre os pesquisadores dos países representados no grupo de pesquisa internacional sobre usuários da informação.

Outros aspectos sobre a contribuição efetiva na evolução da pesquisa nesta temática podem gerar informações de valor sobre possíveis indicadores para o planejamento dos conteúdos das disciplinas do curso que venham contribuir para o Programa Pedagógico do Curso de Biblioteconomia, além de estimular futuras pesquisas relacionadas ao projeto de pesquisa em questão.

Os alunos do Curso de Biblioteconomia podem ser estimulados a concorrerem a bolsas de pesquisa de iniciação científica para desenvolverem estudos sobre usuários da informação. Alunos da Pós-graduação em CI também podem ser incentivados a realizarem, participarem e apresentarem propostas de estudos e pesquisas relacionadas à temática.

A fundamentação teórica da pesquisa internacional, com ênfase no modelo NEIN, marco teórico da cooperação internacional, enriqueceu o intercâmbio entre os pesquisadores dos quatro países que participam do grupo de pesquisa internacional sobre usuários da informação. Espera-se contribuir para compreender a complexidade dos fenômenos sociais e humanos da relação das pessoas e grupos de pessoas com a informação.

Dando continuidade ao macroprojeto, os pesquisadores da UnB devem estimular outras universidades brasileiras a participarem da pesquisa sobre a população de alunos de Biblioteconomia no Brasil.

Conclui-se que novas diretrizes da teoria de marketing relacionadas ao estudo dos usuários da informação são bem-vindas. Possíveis contribuições para a fundamentação conceitual e teórica das práticas de marketing em busca da consolidação desta teoria na realização do estudo dos usuários da informação conduzirão ao seu aprimoramento como instrumento de planejamento e gestão da informação e do conhecimento e poderão contribuir efetivamente para aperfeiçoar a oferta de serviços informativos mais adequados à demanda e necessidades de informação de seus usuários.

Referências

AMARAL, S. A. Fundamentos teóricos da orientação de marketing na gestão de serviços informativos. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação,

2015, João Pessoa. *Anais do XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*. João Pessoa: PPGCI - UFPB, 2015. v. 1. p. 1-20.

AMARAL, S. A. *Marketing da informação na Internet: ações de promoção*. Campo Grande: Editora da Uniderp, 2004.

AMARAL, S. A. *Mercadotecnia y estudios de usuarios para identificar y satisfacer las necesidades de información*. Conferência proferida no IX Seminario de Investigación sobre usuarios de la información, Tuxtla Gutiérrez, Universidad Autónoma de Chiapas, México, 10 a 14 de março 2014. Documento inédito (No prelo)

AMARAL, S.A.; BRITO, M. *Necesidades de información de los alumnos del primer año del curso de Biblioteconomía de la Universidad de Brasilia, Brasil*. X Seminario de Investigación sobre usuarios de la información, Ciudad del Carmen, Universidad de Chihuahua, 17 a 20 de marzo de 2015. Documento inédito.

CALVA GONZÁLEZ, J.J. *Las necesidades de información: fundamentos teóricos y métodos*. México: UNAM, 2004.

CARR, N. G. *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Editorial Taurus, 2011.

CUNHA, M B.; AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. *Manual de estudo de usuários da informação*. São Paulo : Atlas, 2015.

UNIVERSIDADE DE BRASILIA. *Anuário estatístico 2014*. Disponível em http://www.dpo.unb.br/documentos/anuario/Anuario_2014.pdf Acesso em fevereiro de 2015.