



associação portuguesa de
bibliotecários, arquivistas e documentalistas

2º encontro
BAD ao sul
| a criar comunidades



10 DE NOVEMBRO DE 2017
São Brás de Alportel

A imagem do profissional da informação e da documentação na região do Algarve: análise de dados

Maria Margarida Vargues^a, Gaspar Matos^b, Maria Armanda Salgado^c, Sónia Negrão^d

^a UAlg - Biblioteca; CIDEHUS-UE/FCT, mvargues@ualg.pt · ^b Biblioteca da Faculdade de Psicologia e Instituto de Educação da Universidade de Lisboa, gaspar.matos@gmail.com,
^c CIDEHUS-UE/FCT, masalgado@uevora.pt, ^d Presidente da Delegação Regional do Sul-BAD; Município de Albufeira, snegraoster@gmail.com

Resumo

Esta comunicação tem como objetivo apresentar os resultados (e sua análise), obtidos com a aplicação de um questionário nos arquivos e bibliotecas do Algarve, que se enquadra no estudo que visa conhecer a imagem que a população tem dos profissionais de informação e documentação.

O questionário utilizado (que incluía questões multicotómicas não-exclusivas, com mais que um nível de resposta e despiste de ambiguidades) foi aplicado em papel, depois de desenhado com base na revisão da literatura e na caracterização da população. A sua aplicação só foi possível devido à colaboração dos colegas da região. A análise descritiva dos dados foi feita recorrendo ao Excel, sendo a análise das variáveis realizada com o SPSS v. 22.0 (ainda a decorrer).

Obtiveram-se cerca de 1000 respostas em 11 concelhos, e em cinco não foi possível a aplicação do questionário (alguns com um número significativo de habitantes). Para o total dos utilizadores de biblioteca e arquivo respondentes há uma apreciação bastante positiva dos serviços prestados e dos seus profissionais. As razões para a não frequência devem-se em parte ao desconhecimento do espaço ou serviço, e ao horário praticado. Há que referir alguma dificuldade no preenchimento dos questionários, em consequência da sua extensão.

Estes resultados mostram que é necessário reafirmar e difundir a boa perceção que os utilizadores têm dos espaços, serviços e seus profissionais, e que é necessário divulgar a existência dos mesmos, junto da população em geral que os não utiliza por desconhecimento.

Palavras-chave: Estudo de *marketing*, Profissionais da Informação e da Documentação, Bibliotecas, Arquivos,

Introdução

Pode-se dizer que bibliotecas e arquivos adotaram o conceito de *marketing* em três momentos distintos: 1º) década de 70, com uma primeira aproximação dos conceitos de *marketing* e um, conseqüente, enfoque nas pesquisas de mercado; 2º) década de 80, dando destaque à promoção dos

serviços e 3º) após anos 90, com a proliferação de estudos de utilizadores, considerados ferramentas essenciais para conhecer a perceção dos benefícios desses estudos para o próprio serviço (Singh, 2005). Atualmente, a tendência é cada vez mais orientada para o utilizador e para o *marketing* relacional (Marques, 2012), motivo, pelo qual a auscultação de utilizadores e não utilizadores é emergente, contrariando um pouco as tendências de recolha de informação apenas junto dos responsáveis de bibliotecas e arquivos. O estudo de *marketing* é, pois um processo necessário para recolher informações de *stakeholders*, com o objetivo de conhecer o grau de satisfação dos mesmos, relativos a serviços, produtos e recursos humanos das unidades de informação. Tal informação permitirá despoletar, por parte dos responsáveis das instituições, a aplicação de estratégias orientadas, para os utilizadores e mesmo não utilizadores. O *marketing*, enquanto conceito, deve ser entendido como um processo permanente, com duas vertentes: como técnica, para organizar e gerir o serviço, e como filosofia, referindo-se à atitude perante o trabalho e o público. Bibliotecas e arquivos devem auscultar os utilizadores, perceber o seu ponto de vista e organizar os serviços a partir desse conhecimento (Klaassen, 1999; Amaral, 2008).

Com o objetivo de conhecer a ótica dos cidadãos quanto ao papel e ação dos profissionais de informação e documentação (ID) foi aplicado, em papel, um inquérito por questionário com questões multicotómicas não-exclusivas, com mais que um nível de resposta e despiste de ambiguidade. Este projeto tem sido desenvolvido no âmbito da Delegação Regional do Sul da BAD- Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas. O universo onde foi aplicado foram os arquivos (17) e bibliotecas (19) dos 16 concelhos da região do Algarve abrangendo uma população de cerca de 450 000 pessoas.

Para além de se querer conhecer a imagem do profissional de ID quis-se obter resposta a objetivos mais específicos:

- a) caracterizar demograficamente os utilizadores e não utilizadores;
- b) identificar os motivos que determinam o facto de não se ser utilizador dos serviços;
- c) avaliar a imagem, qualidade dos serviços;
- d) conhecer as necessidades de informação dos utilizadores;
- e) avaliar a relação com os profissionais ID.

Método

Em termos de metodologia, procedeu-se a uma revisão da literatura nesta área, revisão que se revelou fundamental para desenhar o questionário, segundo as três etapas sublinhadas por Malhotra (1996) e Churchill (1998), isto é, 1) formulação de perguntas, 2) redação e 3) organização, acabando por assumir contornos quantitativos. A aplicação do questionário foi, assim, a ferramenta encontrada para recolher dados sobre um universo relativamente abrangente e disperso geograficamente. Esta ferramenta de recolha de informação encontra-se organizada por 4 (quatro) domínios: 1) caracterização demográfica; 2) perceção da biblioteca/arquivo: imagem, qualidade e necessidades de informação; 3) colaboração com profissionais ID; 4) relação com a biblioteca/arquivo. Optou-se por colocar questões multicotómicas não exclusivas e com mais do que um nível de resposta, com o intuito de despistar possíveis ambiguidades.

A distribuição e recolha dos questionários, foi antecedida de uma fase de teste (2015) e aplicado durante um período mais prolongado do que inicialmente previsto (2016 e 1º semestre de 2017), com a colaboração de todos os colegas da região, a quem se agradece. O questionário foi aplicado a utilizadores e não utilizadores de bibliotecas e arquivos da região, de acordo com a distribuição populacional.

Os dados recolhidos foram analisados recorrendo para a estatística descritiva ao programa Excel, da Microsoft Office, e ao SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) que ainda está a decorrer, cujos resultados serão divulgados em 2018.

Resultados e discussão

A nível nacional os estudos já realizados nesta área não são frequentes e em especial sobre o Algarve são inexistentes. Assim, este estudo poderá servir para incentivar outros noutras regiões do País.

A análise dos dados através da estatística descritiva mostrou que entre os inquiridos que frequentam arquivos e bibliotecas (303 como total das respostas) na sua grande maioria têm uma opinião muito positiva:

- ✓ 97% consideram que os serviços correspondem às expetativas;
- ✓ 90% estão satisfeitos, ou muito satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados pelos funcionários;
- ✓ 90% é o grau de competência técnica reconhecida pelos funcionários;
- ✓ 87% consideram que são serviços fundamentais à comunidade;
- ✓ 83% é o grau de competência humana reconhecido aos funcionários;
- ✓ 67% concordam, ou concordam totalmente que são serviços inovadores;
- ✓ 54% deslocam-se aos mesmos diariamente/semanalmente e 24% mensalmente;
- ✓ 50% consideram que são serviços fundamentais à comunidade.

A avaliação muito positiva dos utilizadores de arquivos e bibliotecas mostra que quando a comunidade conhece os serviços e deles usufrui encontra uma resposta muito adequada que contribui para a perspetiva que existe.

O mesmo tipo de análise foi aplicado ao total de respostas recolhidas de pessoas não utilizadores de arquivos e bibliotecas (381) que justificaram o seu distanciamento, selecionando uma das respostas que tinham à escolha, com a opção outros no final.

- ✓ 25% porque não conhecem nem o espaço nem o serviço;
- ✓ 10% devido ao horário;
- ✓ 8% não usam devido à distância;
- ✓ 4,72% acham que o arquivo e a biblioteca não dão resposta às suas necessidades;
- ✓ 1,3% não reconhece competências aos profissionais que nelas trabalham;
- ✓ 50,98% responderam outro motivo.

Estes dados mostram que apesar de o grau de satisfação dos utilizadores ser muito elevado ainda há uma parte significativa da população que não conhece os espaços dos arquivos e bibliotecas, e provavelmente não reconhecem que possam beneficiar dos serviços oferecidos. A questão do horário e da distância também devem ser considerados, quando se pretender melhorar a resposta às necessidades da comunidade que se serve.

A análise dos dados com o software SPSS irá permitir cruzar variáveis que darão resposta a questões como: que escalões etários, qual o sexo, que grau de escolaridade e que situação face ao emprego caracterizam os não utilizadores de arquivos e bibliotecas. Para os utilizadores será também possível conhecer melhor a sua opinião relativa à qualidade dos serviços e dos profissionais relacionadas com as suas características.

Conclusões

O estudo planeado realizou-se na região do Algarve, com base nas respostas ao questionário aplicado e recolhido nos 16 concelhos algarvios, com o contributo de todos os profissionais de informação e documentação, que se empenharam para melhor conhecer a região, em geral, e o respetivo concelho em particular. Apresenta-se, assim, como um instrumento que servirá como base para ações futuras

Os resultados mostraram quais as áreas que arquivos e bibliotecas poderão melhorar e desenvolver e que melhor respondam às necessidades das suas comunidades.

Referências bibliográficas

AMARAL, Sueli (2008) – Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. *Informação & Sociedade: estudos*. João Pessoa, 18(1), 31-44.

CHURCHILL, Gilbert (1996) - *Marketing research*. 3rd ed. EUA: The Dryden Press.

KLAASSEN, Ute (1999) – *Gestión de la calidad y marketing en las Bibliotecas Públicas*, Barcelona: Fundación Bertelsmann. ISBN 84-930934-1-6.

MALHOTRA, Naresh (1996) - *Marketing research: an applied orientation*. 3rd ed. New Jersey: Prentice Hall.

MARQUES, Alzira (2012) – *Marketing relacional: como transformar a fidelização de clientes numa vantagem competitiva*. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-673-1.

SINGH, Rajesh (2005) – *Marketing culture of Finnish research libraries: an analysis of marketing attitude, knowledge and behaviour*. Tese de doutoramento, Abo Akademi; University, Abo, Finlândia.