

A imagem do profissional da informação e da documentação na atualidade: perspetiva dos utilizadores da região do Algarve

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

^a Presidente da D. R. Sul-BAD; UAlg – Biblioteca; CIDEHUS-UE/FCT; sul@bad.pt

^b Biblioteca da Faculdade de Psicologia e do Instituto de Educação da Universidade de Lisboa; gaspar.matos@gmail.com

^c Campo Arqueológico de Mértola; CIDEHUS-UE/FCT; masalgado@uevora.pt

^d Município de Albufeira; snegraoster@gmail.com

Resumo

Esta apresentação tem como objetivo dar a conhecer o estudo de *marketing* que se encontra a ser desenvolvido no âmbito da Delegação Regional do Sul da BAD – Associação de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas. Apresentam-se os objetivos deste estudo; a metodologia utilizada e o universo em análise: bibliotecas públicas e arquivos da região do Algarve (Portugal). Explicita-se, em concreto, qual o método utilizado para apurar os resultados pretendidos, através da clarificação das dimensões que estiveram na base da redação da ferramenta metodológica: o questionário. Faz-se o ponto de situação actual, em que alguns constrangimentos estão a ser detectados, principalmente no que concerne à recolha de respostas em número representativo, e apresenta-se uma nova calendarização, para suprir as dificuldades mencionadas. Após uma implementação regional, estima-se que este questionário possa ser implementado a nível nacional, com o intuito de obter uma visão mais abrangente sobre o tema em análise, conduzindo a uma reflexão e a uma posterior intervenção, quando viável, nas áreas em observação: qualidade do serviço,

satisfação de utilizadores, necessidades de informação, interação e colaboração com os profissionais e relação com a biblioteca/arquivo.

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

Introdução

Se o papel dos profissionais de Informação e da Documentação (ID) tem vindo a ser alvo de reflexão ao longo dos tempos, este debate impõe-se mais do que nunca nos dias de hoje, devido essencialmente aos contínuos desafios tecnológicos, a par com novas políticas económicas, educativas e sociais que as bibliotecas e os arquivos portugueses têm conhecido e tentado dar resposta. Entre as várias razões que apontam para a forma como estas organizações têm vindo a garantir a sua sustentabilidade consta o facto de reconhecerem que «... a Missão [...] não deve ser determinada aprioristicamente, pois vai ser definida pelo modelo de sociedade em que elas est[ão] inseridas, [modelo] ao qual visa satisfazer, daí, que as funções [das organizações] serão estabelecidas em função dos valores que lhe estão subjacentes» (Marques, 2012). Foi no sentido de conhecer e acompanhar estas mutações que se optou, no estudo que aqui se apresenta, induzir nova reflexão sobre esta temática a partir da ótica do cidadão comum, isto é, através da imagem que este apresenta do profissional ID, relegando a opinião dos diretores dos serviços para segundo plano.

Neste sentido, o projeto que se apresenta encontra-se a ser desenvolvido no âmbito da Delegação Regional Sul da BAD – Associação de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, através da implementação de um estudo de *marketing*. Presidiu o processo de obtenção de dados, a conceção e execução do *design* do estudo, que englobou pesquisas distintas: a pesquisa exploratória (revisão bibliográfica) e pesquisa conclusiva (questionário, processo de amostragem e trabalho de campo).

O universo em estudo centrar-se-á nas bibliotecas e nos arquivos da região do Algarve. Decorrente do objetivo geral, isto é, conhecer a imagem do profissional ID, colocaram-se outros mais específicos, aos quais se espera igualmente dar resposta: 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, e) avaliar a relação com os profissionais ID.

Em termos pragmáticos, este trabalho, por um lado, surgiu da necessidade e também da responsabilidade da BAD em contribuir para a reflexão sobre o tema, e promover uma melhor intervenção na divulgação dos serviços de informação. Por outro lado, em termos

académicos era fundamental investigar esta questão, dada a fraca expressividade de trabalhos a nível nacional sobre o mesmo. Na verdade, embora existam alguns trabalhos académicos, cuja abordagem toca nesta temática direta ou indiretamente (*marketing*, satisfação de utilizadores, necessidades de informação, qualidade, entre outros), a maior parte das vezes centram-se na perspectiva de diretores de serviços (Pinto, 2007). Contudo, já vão existindo algumas investigações que se centraram em auscultar os utilizadores, quer das bibliotecas públicas (Marques, 2012), quer das bibliotecas académicas (Salgado, 2013). É neste sentido, que se estima contribuir para colmatar esta lacuna em termos de investigação, auscultando utilizadores e não utilizadores, colocando o enfoque nas bibliotecas e arquivos da região do Algarve.

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. Os questionários serão distribuídos em suporte de papel não só em bibliotecas e nos arquivos da região do Algarve, mas também em diferentes locais públicos. A amostra tida em consideração será proporcional ao número de habitantes por concelho.

Em termos de trabalho de campo, o mesmo iniciou-se em Abril de 2016, com a distribuição dos questionários. A recolha e o tratamento de dados, com recurso à estatística descritiva, prevê-se que termine até final do primeiro trimestre de 2017, com divulgação de resultados no trimestre subsequente. A recalendarização (os prazos inicialmente estabelecidos apontavam para apresentação de resultados já no momento actual) surge pela necessidade de colmatar a falta de dinâmica na recolha de respostas no terreno. Até à data, 4 concelhos não apresentaram quaisquer resultados, e falta ainda completar a recolha na capital de distrito e em alguns concelhos. Tal não permite, de todo, cumprir com o grau de representatividade exigido, o que se agrava com o facto de ser reduzido o número de respostas ainda obtidas, face às exigidas para validar o estudo.

Conclusões

Neste sentido, a BAD – Sul espera contribuir para a reflexão sobre a profissão e serviços

prestados, através do estudo que será realizado sobre a imagem que os cidadãos apresentam sobre o profissional ID. Este trabalho não só ajudará a desenhar e a perceber a perceção que o público apresenta do profissional ID, mas também possibilitará à Associação colaborar para uma melhor resposta às necessidades sentidas pelo público em geral.

Referências bibliográficas

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

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

MARQUES, Maria Beatriz Pinto de Sá Moscoso (2012) – *A satisfação do cliente de serviços de informação: as bibliotecas públicas da Região Centro*. Coimbra: [s.n.]. Tese de doutoramento.

PINTO, Maria Leonor (2007) – *O marketing nas bibliotecas públicas portuguesas*. Évora; Lisboa: CIDEHUS: Colibri, 178 p. ISBN 978-972-772-698-1.

SALGADO, Maria Armanda Palma (2013) – *Marketing 3.0 nas bibliotecas de Ensino Superior Português: as percepções dos utilizadores e dos profissionais da informação e da documentação*. Évora: universidade de Évora, 371 p. Tese de doutoramento.

SILVÉRIO, Marta (2003) – *Pesquisa de marketing*. Évora: Universidade de Évora.