



Faculdade Ciência da Informação - FCI
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCINF

Personalização de serviços de informação oferecidos na web: estudo do Portal de Periódicos da CAPES

Katyusha Madureira Loures de Souza

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Informação da Universidade de Brasília como parte
dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Ciência da
Informação

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sueli Angelica do Amaral

Área de concentração: Transferência da Informação
Linha de pesquisa: Gestão da Informação e do Conhecimento

Brasília
Julho de 2010

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “Personalização dos serviços de informação oferecidos na web: estudo do Portal de Periódicos da CAPES”

Autor (a): Katyusha Madureira Loures de Souza

Área de concentração: Transferência da Informação

Linha de pesquisa: Gestão da Informação e do Conhecimento


Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Departamento de Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre** em Ciência da Informação.

Dissertação aprovada em: 30 de julho de 2010.

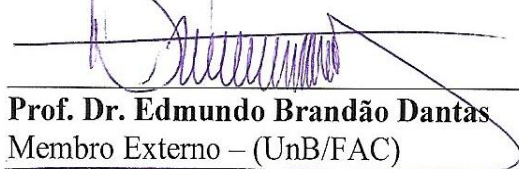
Aprovado por:



Prof.ª Dr.ª Sueli Angélica do Amaral
Presidente – (UnB/PPGCInf)



Prof. Dr. Murilo Bastos da Cunha
Membro Interno – (UnB/PPGCInf)



Prof. Dr. Edmundo Brandão Dantas
Membro Externo – (UnB/FAC)

Prof.ª Dr.ª Ilza Leite de Azevedo Santos Lopes
Suplente – (UnB/FCI)

Dedicatória

Dedico este trabalho a Deus, ao meu irmão, Michel, e à minha mãe, Mariucha, que não me permitem desistir jamais.

Agradecimento

Agradeço à minha família, em especial à minha mãe Mariucha, meu irmão Michel e minha prima Ana Flávia, pelo apoio em momentos de completa desolação e incerteza. É por vocês que hoje me encontro aqui.

Agradeço a minha orientadora, Prof^a Dr^a. Sueli Angélica do Amaral, pela paciência, compreensão e orientação durante toda a jornada no desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço aos amigos e colegas desta jornada que tantas vezes ofereceram ombros e ouvidos, em especial à Lígia Sardinha, Larissa Sampaio, Fernanda Takeda e Tutilla Aragão.

Agradeço à equipe da Coordenação-Geral do Portal de Periódicos da CAPES pela colaboração e incentivo para o desenvolvimento desta pesquisa em especial à Elenara Chaves Edler de Almeida e Marco Antonio Rodrigues, e também a todas as *helpdesks* do Portal e à equipe do Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica do Portal, em especial à Maria de Fátima Diniz Lobo e Fábio Henrique Pereira, sem vocês esta pesquisa não seria possível.

Agradeço a todos os diretores de biblioteca e mediadores das instituições de ensino superior federais pela contribuição. As informações prestadas por vocês serão fundamentais para a melhoria da pesquisa científica brasileira.

E ainda às secretárias Jucilene Gomes e Martha Araújo da Faculdade de Ciência da Informação da UnB pelas informações e serviços prestados

A todos vocês a minha gratidão.

“Seja a mudança que você deseja ver no mundo.”
Mahatma Gandhi

Resumo

A pesquisa teve como objetivo verificar nas bibliotecas das instituições de ensino superior federais participantes do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) o impacto das possibilidades de personalização na prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks* aos usuários finais do Portal nestas instituições. Foi analisada a versão 2009 do Portal de Periódicos com relação à conceituação vista na revisão de literatura sobre portais, o perfil dos mediadores e *helpdesks*, dos serviços prestados por estes profissionais e o impacto da personalização dos serviços oferecidos no Portal pelos mediadores desses serviços que atuam nas bibliotecas pesquisadas. A base metodológica utilizada foi a triangulação de técnicas: análise documental, entrevista estruturada por telefone com as *helpdesks* e questionário online encaminhado aos diretores de biblioteca das 55 instituições federais e às 13 *helpdesks* do Portal. Os diretores identificaram os profissionais mediadores dos serviços oferecidos pelo Portal nas suas instituições para responderem ao questionário online, que ficou disponível para preenchimento durante 20 dias. A literatura revisada abordou a temática da gestão da informação e do conhecimento, marketing da informação, estudos de usuários, portais e personalização de serviços de informação *via web*. Verificou-se que nas bibliotecas pesquisadas, os profissionais que atuam na mediação dos serviços de informação oferecidos no Portal prestam esses serviços aos usuários da instituição em meio a outras atividades desempenhadas geralmente na seção de referência das bibliotecas. A personalização dos serviços de informação oferecidos na versão 2009 do Portal de Periódicos demanda maior compreensão dos conceitos adotados em relação à personalização. O impacto sentido pelos mediadores e *helpdesks* do Portal de Periódicos nas bibliotecas pesquisadas foi relativo à nova postura crítica dos usuários finais do Portal, no sentido do questionamento sobre o uso da ferramenta de metabusca e a possibilidade de obterem as informações no Portal de forma personalizada e a sua contribuição, de modo geral para as pesquisas que forem realizadas.

Palavras-chave: Serviço de Informação, Personalização, Portal de Periódicos da CAPES, Portal, Mediação de serviços, Marketing da Informação.

Abstract

This research aims to verify in the libraries of federal institutes of higher education that participate of Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) of Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) the impact from possibilities of personalization in service delivery of information offer in Portal de Periódicos da CAPES by mediators and helpdesks to final users of the Portal in this institutions. The research analyses the 2009 version of Portal about the conceptualization proposed in the literature about portals and gateway, evaluates the profile of mediators and helpdesks, the services provided by these professionals and the impact caused by 2009 version of the Portal by providing this service. The methodological basis used was a triangulation of techniques: documental analysis, structured interview with the helpdesks by telephone and an electronic survey which the link was forwarded by e-mail to 55 library directors of the selected federal institutions and 13 helpdesks of the Portal studied. This survey was available to fill over 20 days. The literature review was about information and knowledge management, information marketing, users' studies, information services, portals and personalization of web information services. It was verified that in libraries studied the professionals acting as mediators of information services offered by Portal 2009 version have to carry out another activities in reference services in their libraries. The new Portal requires to increase understanding by mediators and helpdesks on the new concepts adopted and new services available related with personalization. The impact felt by mediators and helpdesks of Portal de Periódicos was the new final users' attitude, being more critical about how the data are collected by metasearch tool and asking about possibilities of to find information services personalized by using the Portal and its general contribution for the researches they will be done.

Keywords: *Information service, personalization, CAPES Portal, Portal, service mediation, Information marketing.*

Lista de figuras

Figura 1: Anéis concêntricos de tipos de informação	20
Figura 2: O contínuo de dado, informação e conhecimento	23
Figura 3: A organização do conhecimento	24
Figura 4: Pirâmide das necessidades de Maslow	37
Figura 5: Ciclo da gestão da informação	39
Figura 6: Ciclo de necessidades de informação.....	40
Figura 7: Dimensões e elementos das necessidades de informação individuais	42
Figura 8: Evolução da Biblioteca	51
Figura 9: Layout do Portal de Periódicos quando lançado em 2000.	90
Figura 10: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em julho de 2001.....	91
Figura 11: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em setembro de 2002	91
Figura 12: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em outubro de 2003	92
Figura 13: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em agosto de 2004	93
Figura 14: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em novembro de 2009	95

Lista de quadros

Quadro 1: Conceituação de dado, informação e conhecimento.....	22
Quadro 2: Comparação entre os conceitos de informação e necessidade de informação na pesquisa tradicional e na alternativa.....	35
Quadro 3: Necessidade e desejo	39
Quadro 4: Gerações dos portais públicos	64
Quadro 5: Gerações dos portais corporativos	66
Quadro 6: Tecnologias de informação para a Gestão do Conhecimento	67
Quadro 7: Requisitos mínimos de um portal corporativo.....	68
Quadro 8: Relação entre objetivos específicos, variáveis, técnica de coleta e fonte	84
Quadro 9: Personalização de serviços de informação percebido pelas <i>helpdesks</i> .	109
Quadro 10: Comentários, sugestões, reclamações e elogios encaminhados pelos mediadores e <i>helpdesks</i>	128
Quadro 11: Interferências sentidas após as mudanças no Portal de Periódicos pelos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais	151
Quadro 12: Repercussão sentida pelos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre os serviços personalizados oferecidos na nova versão do Portal de Periódicos junto aos usuários das IES federais	155

Lista de gráficos

Gráfico 1: Evolução do custo de acesso ao texto completo, às referências e resumos no período de 2001 a 2009.	72
Gráfico 2: Evolução do número de acessos ao Portal de Periódicos - 2001 a 2009.	72
Gráfico 3: Participação das IES federais na coleta de dados por região do Brasil....	87
Gráfico 4: Nível de formação dos mediadores e <i>helpdesks</i> que atendem os usuários	102
Gráfico 5: Área de formação dos mediadores e <i>helpdesks</i> que atendem os usuários	102
Gráfico 6: Cargo ocupado pelos mediadores e <i>helpdesks</i> na instituição ao qual estão vinculados	103
Gráfico 7: Tempo em que os mediadores e <i>helpdesks</i> estão nos cargos em que ocupam atualmente nas instituições aos quais estão vinculados.....	104
Gráfico 8: Uso de serviços de informação na web pelos mediadores e <i>helpdesks</i> .	108
Gráfico 9: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre as recomendações de produtos e serviços e lojas virtuais	112
Gráfico 10: Preferência por forma de visualização de informações de personalização dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais.....	114
Gráfico 11: Características consideradas importantes por mediadores e <i>helpdesks</i> para a personalização de um produto ou serviço.....	115
Gráfico 12: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> sobre a forma de coleta de informação pelos sistemas de personalização	116
Gráfico 13: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> sobre a necessidade de atualização de dados cadastrais	117
Gráfico 14: Serviços preferidos do Portal de Periódicos pelos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais.....	118
Gráfico 15: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre o preenchimento de cadastros com relação à extensão dos cadastros.....	119
Gráfico 16: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre o preenchimento de cadastros com relação ao fornecimento de dados pessoais	120

Gráfico 17: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre a nova funcionalidade do Portal de Periódicos da CAPES: "Meu Espaço"	121
Gráfico 18: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre a atualização da área de Treinamentos do novo Portal de Periódicos da CAPES.....	122
Gráfico 19: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre a atualização da área de Estatísticas do Portal de Periódicos da CAPES	123
Gráfico 20: Opinião dos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais sobre os conteúdos personalizados no novo Portal de Periódicos da CAPES	124
Gráfico 21: Disponibilidade de equipamentos para a prestação de serviços de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e <i>helpdesks</i>	133
Gráfico 22: Tipo de uso dos equipamentos disponíveis para a prestação de serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e <i>helpdesks</i>	134
Gráfico 23: Quantidade de equipamentos disponíveis nas IES federais para a prestação de serviços de informação pelos mediadores e <i>helpdesks</i>	135
Gráfico 24: Forma de atendimento ao serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e <i>helpdesks</i>	136
Gráfico 25: Existência de um <i>site</i> próprio da biblioteca na internet e na intranet da IES federal.....	136
Gráfico 26: Satisfação dos mediadores e <i>helpdesk</i> com relação às instalações e mobiliário disponível para a prestação do serviço nas IES federais.....	138
Gráfico 27: Perfil dos profissionais que integram a equipe de mediadores e <i>helpdesks</i> nas IES federais	139
Gráfico 28: Itens que devem ser considerados no perfil do usuário a ser atendido segundo mediadores e <i>helpdesks</i>	142
Gráfico 29: Formato de divulgação do Portal de Periódicos da CAPES utilizado pelas IES federais.....	144
Gráfico 30: Apoio da direção das IES federais para a prestação de serviços de informação no Portal de Periódicos por mediadores e <i>helpdesks</i>	146
Gráfico 31: Utilização do Portal de Periódicos após a mudança de versão com relação à rotina de prestação de serviço pelos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais	148

Gráfico 32: Alterações na rotina de prestação de serviço pelos mediadores e <i>helpdesks</i> das IES federais após as alterações realizadas no Portal de Periódicos da CAPES	149
--	-----

Lista de siglas

ARPA -	<i>Advanced Research Project Agency</i>
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CGPP	Coordenação-Geral do Portal de Periódicos
GIC	Gestão da Informação e do Conhecimento
HTML	<i>Hypertext Markup Language</i>
IES	Instituições de Ensino Superior
IP	<i>Internet Protocol</i>
PAAP	Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos
PDF	<i>Portable Document Format</i>
RNP	Rede Nacional de Ensino e Pesquisa
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação
WWW	<i>World Wide Web</i>

Sumário

Lista de figuras	viii
Lista de quadros	ix
Lista de gráficos	x
Lista de siglas.....	xiii
1 INTRODUÇÃO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Informação e conhecimento.....	18
2.2 Gestão da informação e do conhecimento	26
2.3 Marketing e gestão da informação.....	28
2.4 Estudos de usuários	34
2.5 Necessidade de informação	37
2.6 Serviços de informação	44
2.7 Evolução das bibliotecas	50
2.8 Internet e web	52
2.9 Portais e personalização de serviços de informação	60
3 PROBLEMA DE PESQUISA E JUSTIFICATIVA.....	70
4 OBJETIVOS	76
5 METODOLOGIA.....	77
5.1 Universo de pesquisa	77
5.2 Coleta de dados.....	79
5.4 Variáveis	83
6 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	87
6.1 Oferta de serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES	88
6.2 Identificação e descrição do perfil dos mediadores e helpdesks que auxiliam os usuários das IES federais no uso dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES.....	101
6.3 Caracterização e descrição da prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e helpdesks nas IES federais em relação às possibilidade de personalização	130

6.4 Análise do impacto das mudanças ocorridas na prestação dos serviços aos usuários finais do Portal nas IES federais em que os mediadores e helpdesks atuam, em relação à personalização desses serviços.....	147
7 CONCLUSÃO.....	158
8 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS	162
Referências	164
Glossário	175
Apêndice A – Carta encaminhada às bibliotecas das universidades federais	177
Apêndice B – Questionário de pesquisa	178
Apêndice C - Roteiro de entrevista com as <i>helpdesks</i> do Portal de Periódicos da CAPES	185
Apêndice D - Roteiro para observação do Portal de Periódicos da CAPES.....	186
Anexo A – Lista de Universidades Federais	187
Anexo B – Lista de <i>helpdesks</i> do Portal de Periódicos	190

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia vem alterando padrões de comportamento e comunicação na interação entre as pessoas e na velocidade com que esta ocorre. O acesso a diversos tipos de mídias que existem nos deixam à mercê de uma grande quantidade de informação que, continuamente, nos afogam. Serão realmente informações ou dados que surgem a cada segundo em diversos pontos do mundo? Como o ser humano pode gerenciar esse volume de informação que cresce tão rapidamente?

A necessidade de se manter informado para participar da sociedade, em constante evolução, deve-se também à necessidade de atuar na tomada de decisão e resolução de problemas; questões relacionadas não apenas à vida profissional, mas também acadêmica e pessoal. Nesse sentido, ferramentas que permitam facilitar a criação, armazenamento, busca e uso da informação são extremamente úteis.

Mas, além dessas ferramentas, profissionais que atuam na prestação de serviços de informação ganham novo destaque. A mediação no uso da informação vem cada vez mais ganhando força, principalmente pela quantidade de informação gerada e necessidade de conhecimento para encontrar o que se procura em pouco tempo. Essa situação vem exigindo que os profissionais sejam capazes de gerenciar a informação, para atuar como mediadores na prestação dos serviços de informação para atender usuários cada vez mais conscientes dos seus direitos e exigências como consumidores de informação.

Como afirmou o Professor Murilo Bastos da Cunha ao escrever o prefácio do livro de Amaral (2004, p. 15) “agora a biblioteca precisa deixar de lado sua antiga postura relativamente passiva e identificar, compreender e atrair o seu usuário, promovendo, de forma dinâmica e interativa, seus produtos e serviços.”

Por outro lado, a disponibilidade de serviços e produtos de informação na Internet via web, possibilita a integração de recursos e conteúdos em uma única interface e pode facilitar as atividades cotidianas tanto dos prestadores desses serviços, quanto dos seus usuários.

Trata-se de um canal rápido e de baixo custo de comunicação, que oferece diversas possibilidades de comunicação e prestação de serviços.

Para Hortinha (2001, p. 119), a presença na Internet pode trazer os seguintes benefícios:

- a) melhoria da imagem institucional;
- b) melhoria do serviço aos clientes;
- c) aumento da visibilidade e da marca, produtos e serviços;
- d) expansão para outros mercados;
- e) possibilidade de transações online;
- f) redução dos custos de comunicação.

Contudo, o crescimento da quantidade de informação produzida, a partir da Internet, vem exigindo que os produtos e serviços oferecidos sejam capazes de auxiliar os usuários a localizarem a informação desejada.

Nesse sentido, profissionais e ferramentas de trabalho são necessários para propiciar que essa exigência seja considerada nos estudos no âmbito da gestão da informação.

Assim, nesta dissertação pretende-se estudar as atividades de gestão da informação na *web* referente à personalização dos serviços de informação oferecidos com o auxílio de profissionais que atuam na mediação desses serviços. A pesquisa será desenvolvida por meio de um estudo de caso no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que foi relançado em novembro de 2009 com novos serviços personalizados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a compreensão e desenvolvimento desta pesquisa buscou-se dividir a revisão de literatura em diversos tópicos relacionados à temática de personalização de serviços de informação na web.

Os primeiros tópicos estão relacionados à conceituação de dado, informação e conhecimento e contextualização da explosão da informação para abordar a gestão da informação e do conhecimento.

Os tópicos seguintes apresentam a abordagem do marketing da informação na gestão da informação e a importância dos estudos de usuários para essa temática, ao considerar as necessidades de informação desses usuários.

Nos últimos tópicos são abordadas questões relativas à prestação de serviços de informação e a evolução das bibliotecas no contexto da Internet e da web com destaque para a questão dos portais e a personalização de serviços de informação.

2.1 Informação e conhecimento

E-mails, páginas pessoais, celulares, *faxes*, *blogs*, *fatologs*, *podcasts*, TV, TV digital, rádios, livros, periódicos, jornais, os suportes e meios de comunicação na qual trafega a informação parecem não ter limites.

No entanto, as inovações tecnológicas estão alterando os hábitos e padrões da economia, da política, educação e, principalmente da comunicação. Isso é devido à velocidade com que se desenvolvem e permitem propagar informações e novos hábitos. A convergência, união de formas de comunicação, parece ser a palavra de ordem para os novos tempos que vêm chegando.

O que se vê acontecer é uma nova forma de criar, modificar e disseminar informação. A Internet é a grande vedete dessa alteração. Não é por acaso que grandes empresas começam a disponibilizar serviços e marcar presença na Rede.

A Internet parece apresentar melhores oportunidades de comunicação com seus usuários do que os meios de comunicação tradicionais, uma vez que permite a comunicação bidirecional ou mesmo multidirecional. O acesso à grande rede facilita a comunicação, a transferência de informação e a ampliação do público alvo devido à possibilidade de atingir um público maior pela facilidade de transpassar barreiras geográficas.

Por outro lado, essa possibilidade de produzir conteúdo tão facilmente trouxe outros problemas. Um exemplo é que o número de mensagens indesejáveis em circulação na Internet brasileira atingiu 24.067.454 durante o mês de junho de 2010, segundo estatísticas do Centro de Estudos, Respostas e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (Cert.Br). Podem ser considerados também os dados fornecidos pelo IBOPE/NetRatings ao afirmarem que o tempo de navegação do brasileiro cresceu 17% em relação ao mês de junho de 2009, alcançando 43 horas e 31 minutos, além disso, segundo a agência, o número de pessoas com acesso à Internet em casa ou no trabalho é de 39,9 milhões.

Considerando os dados apresentados pelo IBOPE/NetRatings de que somente no Brasil, cerca de 30,5 milhões de pessoas utilizaram a Internet em suas residências no mês de junho de 2010, sendo que houve um aumento de 16% sobre junho de 2009 e que estes números continuarão crescendo, pode-se ter a noção do problema que há muito tem sido chamado de “explosão da informação”.

Sobre a explosão da informação, Wurman (2005, p. 13) afirma que “se o produto da era digital é a informação, a Internet é seu meio de transporte – o que significa mais desinformação, porque a informação errada pode ser transmitida tão facilmente quanto a certa.”

Wurman (2005, p. 19) levanta a hipótese de que “a grande era da informação é, na verdade, uma explosão da *não-informação*”. Este impasse leva a questionar o que é informação hoje?

Sobre o conceito de informação ainda não há um consenso universalmente aceito. Possivelmente todos os pesquisadores que lidam com a temática adotam um conceito mais adequado ao seu campo de pesquisa ou aceitam uma definição já proposta por outros pesquisadores. O consenso sobre a temática, por enquanto, é a respeito da relação entre dado, informação e conhecimento. Os limites entre dado, informação e conhecimento são tênues e seus conceitos estão intrinsecamente

relacionados. É como se o conceito atribuído a dado fosse o início e evoluísse até tornar-se conhecimento. Ou seja, os dados seriam extraídos da realidade e se tornariam inicialmente informação, a partir da relação atribuída pelo "observador", e posteriormente conhecimento, pela intervenção de dimensões epistemológicas (MICHAUD, 2006, p. 216).

A respeito do conceito de dados, De Sordi (2008, p. 8) esclarece que a definição de dado relaciona-se com a facilidade de estruturação e captura destes permitindo facilidade de armazenamento, transferência e processamento. Le Coadic (2004, p. 8) relaciona dado com uma representação codificada de informação que pode ser submetida a um processamento.

Assim, entende-se que a informação é um instrumento modificador do homem e de seu grupo social, mas que varia em relação ao modelo mental de cada um. Ou seja, a definição de informação irá variar de acordo com o meio no qual o indivíduo está inserido, seus interesses, pessoas com as quais convive e conhecimento adquirido. Logo, com relação à informação ao considerar a proposta de Wurman (2005, p. 160) quando afirma que estamos cercados de informações que atuam em variados graus de proximidade, pode-se entender os anéis concêntricos de tipos de informação, conforme dispostos na figura 1:

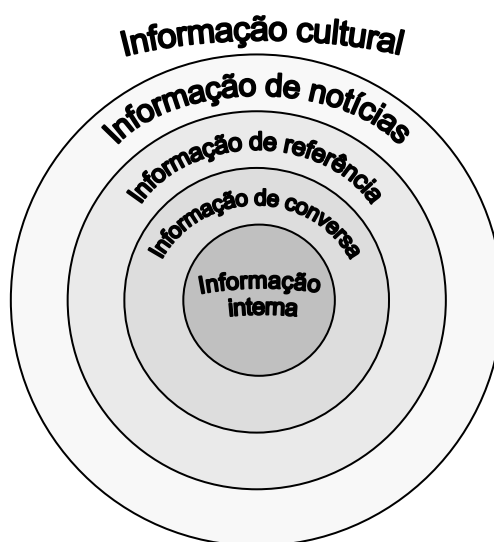


Figura 1: Anéis concêntricos de tipos de informação
Fonte: Wurman, 2003, p. 47

O primeiro anel (informação interna) refere-se às informações enviadas pelo nosso sistema nervoso, que permitem que o nosso corpo funcione. O anel “informação de conversa” refere-se ao intercâmbio que temos com colegas, amigos, parentes, clientes, desconhecidos e é o nível sobre o qual mais temos controle. O terceiro anel (informação de referência) aborda as informações que têm influência sobre nossa vida e de onde tiramos nossas referências como manuais, catálogos, filmes, livros. O anel de notícias abrange os acontecimentos, transmitidos pela mídia, que possivelmente não nos afetam diretamente, mas podem influenciar nossa visão de mundo. O último, menos quantificável, relaciona conhecimentos adquiridos durante a vida. As informações obtidas nos outros anéis são aqui incorporadas e montam o nosso conjunto de atitudes, ideias e natureza. Trata-se da informação cultural.

A partir da figura apresentada por Wurman (2003, p. 47), pode-se propor a conceituação da informação, considerando os seguintes aspectos: processo cognitivo do indivíduo, relações interpessoais deste, pontos de referência utilizados pelo indivíduo, sua interação com o mundo exterior e experiências vivenciadas.

Para a compreensão do termo informação, vale considerar também o trabalho de McGarry (1999, p. 4), quando afirma que a informação pode ser:

- considerada como um quase-sinônimo do termo fato;
- um reforço do que já se conhece;
- a liberdade de escolha ao selecionar uma mensagem;
- a matéria-prima da qual se extrai o conhecimento;
- aquilo que é permutado com o mundo exterior e não apenas recebido passivamente;
- definida em termos de seus efeitos no receptor;
- algo que reduz a incerteza em determinada situação.

Segundo Le Coadic (2004, p. 4), “a informação é um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte”. Amaral (1998, p.17) afirma que a informação

é um fator imprescindível para impulsionar o desenvolvimento da sociedade, constituindo-se em um insumo de fundamental importância de geração de conhecimento que, por sua vez, possibilitará de modo eficiente a satisfação das diversas demandas da população.

Portanto, o conceito de informação está relacionado à redução de incerteza em contrapartida com a tomada de decisão. Está relacionado também a um registro

do conhecimento a partir de uma estrutura comunicável, a uma interpretação subjetiva da realidade, pois depende da relação entre o indivíduo e a informação. Essa relação implica em uma mudança de estado de conhecimento que se estrutura a partir da necessidade, uso e comportamento na busca e utilização da informação.

No entanto, a criação do conhecimento relaciona-se à criação de significado, que segundo Choo (2003, p. 33), é um processo que envolve interpretação, seleção e retenção.

Para Davenport e Prusak (1998, p. 6) o conhecimento é “uma mistura fluida de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, a qual proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações.”

Entretanto, Davenport (1998, p. 18) também afirma que a relação entre os conceitos é nitidamente imprecisa e o conceito de informação parece abarcar os de dado e conhecimento. Essa relação pode ser visualizada a partir do quadro 1:

Quadro 1: Conceituação de dado, informação e conhecimento

Dados	Informação	Conhecimento
Simple observação sobre o estado do mundo	Dados adotados de relevância e propósito	Informação valiosa da mente humana Inclui reflexão, síntese, contexto
<ul style="list-style-type: none"> • Facilmente estruturado • Facilmente obtido por máquinas • Frequentemente quantificado • Facilmente transferível 	<ul style="list-style-type: none"> • Requer unidade de análise • Exige consenso em relação ao significado • Exige necessariamente a mediação humana 	<ul style="list-style-type: none"> • De difícil estruturação • De difícil captura em máquinas • Frequentemente tácito • De difícil transferência

Fonte: Davenport, 1998, p. 18.

No quadro 1, dado é tido como um conceito mais simples ou puro, que pode evoluir para conhecimento, considerado mais completo e ramificado. Embora não haja consenso na Ciência da Informação sobre os conceitos apresentados, esse quadro permite a observação das inter-relações entre os conceitos, principalmente com relação ao sentimento de evolução do termo dado até o termo conhecimento.

Para Tuomi (1999), dados têm normalmente sido vistos como um fato simples que pode ser estruturado para se tornar informação. Informação, por sua vez, se torna conhecimento quando é interpretada ou colocada em um contexto, ou quando significado é adicionado a ela. Esta relação pode ser melhor entendida no gráfico apresentado por Choo, Detlor e Turnbull (2000) onde a continuidade pode ser visualizada.

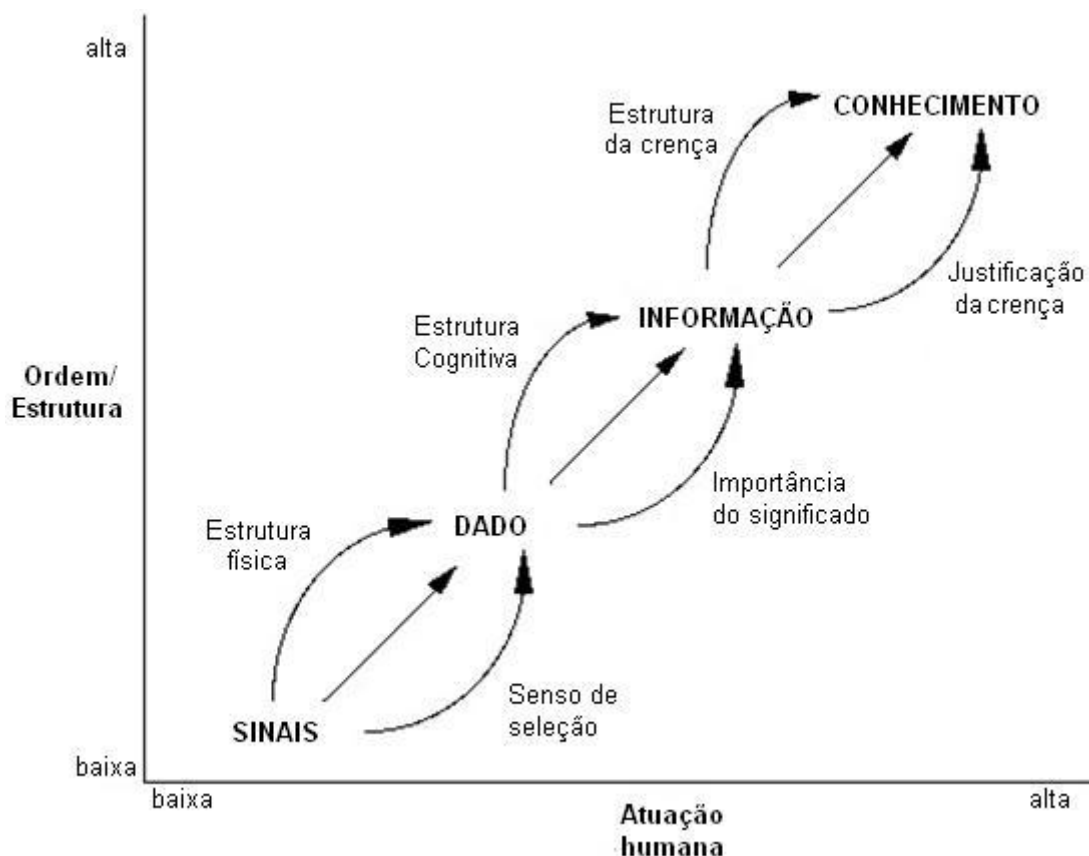


Figura 2: O contínuo de dado, informação e conhecimento
 Fonte: Choo, Detlor, Turnbull, 2000

A informação é a matéria-prima, ou seja, o insumo básico do processo e as tecnologias de informação e comunicação são as estruturas que possibilitam o acesso, a armazenagem, o processamento e a mediação/disseminação. O conhecimento é o resultado desse processo (VALENTIM, 2002).

Existem diversas vertentes, geralmente relacionando informação como dado agregado de valor e conhecimento como informação acrescida de experiência. Para Nonaka e Takeuchi (1997, p. 63-64), o conhecimento está relacionado a “crenças e compromissos”, envolve atitude e perspectiva, e a informação proporciona um novo ponto de vista para interpretação, por isso é considerada um meio para construir o conhecimento.

Choo (2003, p. 29-30) apresenta uma visão de processo de transformação de um elemento para o outro, ou seja, “as três arenas de uso da informação – criar significado, construir conhecimento e tomar decisões – são de fato processos interligados [...]”. Para o autor, a informação é primeiramente percebida e então seu significado é construído socialmente. Pode-se acompanhar essa evolução por meio do seguinte modelo proposto pelo autor:

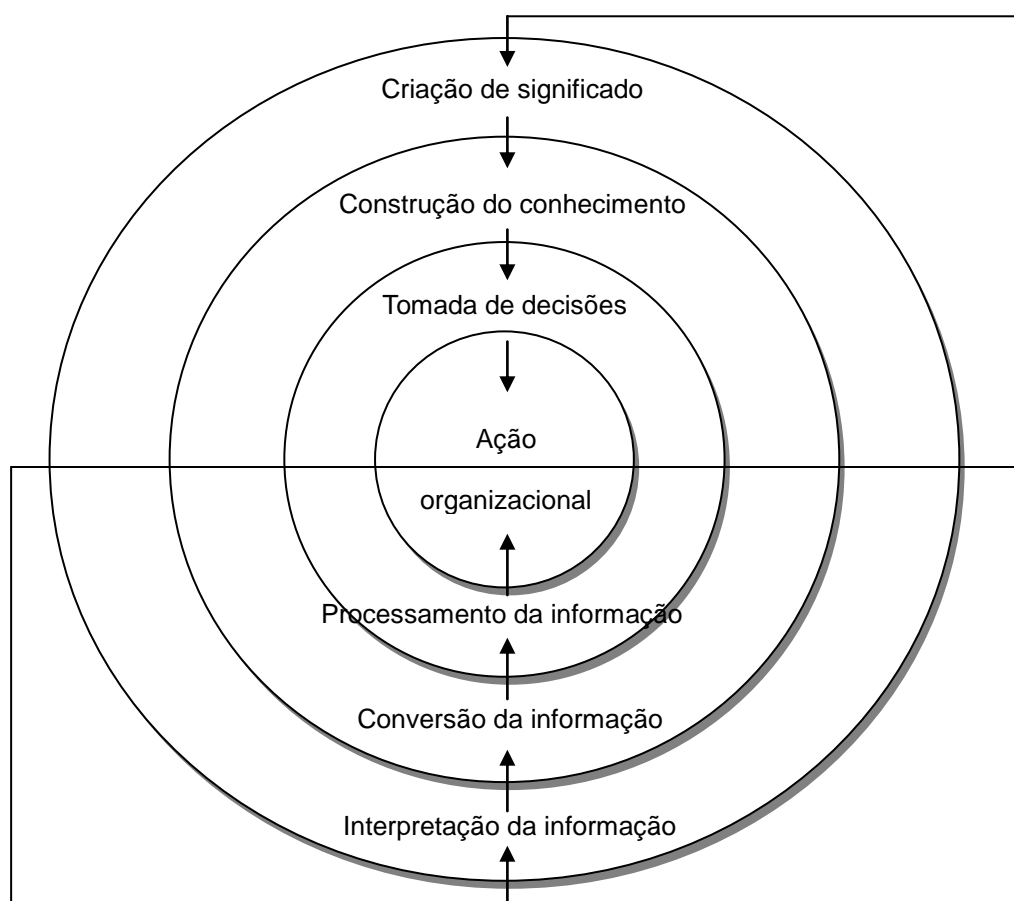


Figura 3: A organização do conhecimento
 Fonte: Choo, 2003, p. 31

Conforme descrito, entende-se que o relacionamento entre dado, informação e conhecimento pode influenciar principalmente o processo de aprendizagem do homem, considerando que os dados nos permitem obter informação a partir de um contexto já conhecido e que a informação permite formular ideias e obter novos conhecimentos, mas tudo isso baseado em conhecimento já adquirido.

Com o desenvolvimento de atividades de construção e transmissão de conhecimento em diversas áreas, incentivou-se o crescimento da geração de informação. O uso crescente de tecnologias para geração e universalização do acesso à informação iniciou-se com o surgimento da prensa móvel de Johannes Guttenberg no século XV, onde o mercado editorial ganhou novo fôlego. A possibilidade de publicar informações tornou-se mais fácil e o quantitativo de títulos disponíveis para leitura cresceu. Entretanto, a invenção do telégrafo no século XVII e a II Guerra Mundial, permitiram que a produção científica aumentasse

expressivamente, principalmente devido à necessidade de desenvolvimento tecnológico e bélico.

As facilidades para divulgação da informação proporcionadas primeiramente pela prensa móvel e posteriormente por outras tecnologias permitiram que a informação pudesse ser produzida, divulgada e acessada pela população em geral de forma mais fácil. Com o avançar das possibilidades de publicar informações, apoiada pelas facilidades tecnológicas, eletrônicas e de telecomunicações, destaca-se a Internet, pois o seu crescimento foi exponencial.

Com o desenvolvimento do fenômeno da explosão da informação, sentiu-se necessidade de desenvolver estudos que possibilitassem conhecer o direcionamento no acesso e exposição do usuário às diversas fontes oferecidas ou buscadas.

Dentre diversos estudos apresentados, a gestão foi utilizada como ferramenta estratégica para gerenciar a quantidade de informações recebidas, selecionar aquelas de interesse e possibilitar a tomada de decisão. Essa atitude abre espaço para outros estudos sobre *recuperação da informação*, *gestão da informação* e *gestão do conhecimento*, que tentam resolver problemas como:

- descrição da informação (este problema relaciona-se ao planejamento de métodos e normas que serão utilizados no processo de indexação, catalogação e classificação da informação, ou seja, quais serão os metadados e como estarão organizados);
- especificação de buscas intelectuais (este se relaciona à forma como as informações que já foram processadas no sistema serão recuperadas, quais serão as estratégias de busca utilizadas, assim como operadores booleanos e possibilidades de truncagem);
- técnicas e tecnologias que devem ser utilizadas (este se relaciona ao planejamento das tecnologias que serão adotadas no sistema de informação que será utilizado, como protocolos de transferência de dados: MARC ou Z3950).

A compreensão dos problemas listados pode ser obtida de forma mais clara, se for considerado o ciclo da informação proposto por Le Coadic (2004, p. 10) e objeto da figura 4:

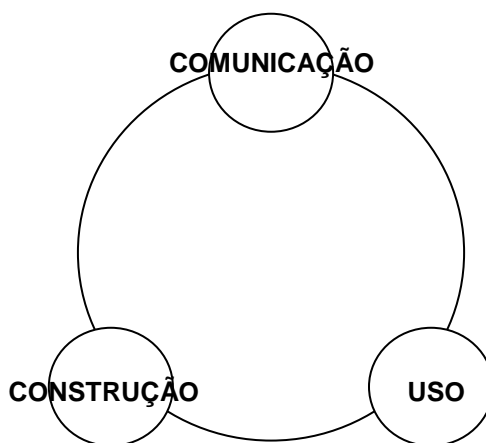


Figura 4: O ciclo da informação
Fonte: Le Coadic, 2004, p. 10

Nesta figura 4, as etapas de comunicação, uso e construção seguem um ciclo infinito. Uma mudança em qualquer etapa resulta em impacto em todas as outras. Assim, o planejamento e a gestão da informação devem considerar todas as etapas do ciclo.

2.2 Gestão da informação e do conhecimento

A necessidade de lidar com o fluxo crescente de informação tornou-se um desafio. A facilidade de se comunicar, além de facilitar a criação de diversos tipos de registro de informação, permitiu também maior agilidade da criação de informação. Para Molina (2008, p. 72), “bancos de dados, se adequadamente estruturados, fornecem informações relevantes para quem o está acessando e, portanto, auxiliam na construção do conhecimento por parte do usuário.” A autora defende a importância de se gerenciar a informação digital de forma eficiente para propiciar acesso e recuperação de dados e informação consistentes. Principalmente para que seu uso possa gerar conhecimento.

Segundo Choo (2003, p. 57), a gestão de informação é um processo ou um ciclo contínuo de seis atividades estreitamente ligadas:

- a) identificação das necessidades de informação: com o objetivo de compreender a situação e encontrarem a informação necessária para a tomada de decisão e resolução de problemas;
- b) aquisição de informação: ativada pela necessidade de informação, envolve planejamento para aquisição da informação, avaliação das

fontes de informação disponíveis e adequação das fontes às necessidades;

- c) organização e armazenamento de informação: criação de uma memória organizacional que englobe o conhecimento e perícia da organização;
- d) desenvolvimento de produtos e serviços de informação: com o objetivo de agregar valor, realçar qualidade da informação, adequando da melhor forma a informação à necessidade dos usuários;
- e) distribuição de informação: aumentar o compartilhamento com o objetivo de ampliar a visão e conhecimento sobre a situação ou problema enfrentado pela organização;
- f) utilização de informação: relacionado à criação e aplicação do conhecimento por meio da interpretação e tomada de decisão.

Seu objetivo principal é aproveitar recursos de informação de modo que a organização aprenda e se adapte ao seu meio ambiente em mudança.

A conversão da informação em conhecimento, todavia, não é simples, pois a criação de conhecimento envolve reflexão, síntese, estruturação baseada em experiências e contextualização. Teixeira Filho (2000, p. 21) ressalta que o conhecimento vem sendo utilizado há muito tempo nas organizações, mas seu reconhecimento de que é um recurso que precisa ser gerenciado, por ser fator decisivo no ambiente competitivo de uma economia cada vez maior de serviços, é novo. Além disso, os gestores enfrentam novos desafios introduzidos pela mudança que a “Economia da Informação” vem trazendo para a noção de trabalho como modo de produção de riqueza.

O modelo processual de gestão da informação deve abarcar toda a cadeia de valor da informação, começando pela identificação das necessidades de informação, passando pela aquisição, organização e armazenamento, produtos e serviços, distribuição de informação e fechando o ciclo com a utilização da informação (DAVENPORT, 1993). Nas estruturas da gestão da informação nem sempre se incluem a identificação das necessidades e a utilização da informação.

Para transformar dados em informações, as pessoas precisam de ferramentas, mas para transformar informação em conhecimento precisam de tempo. Conhecimento não é nem dado nem informação, mas está relacionado a

ambos. Pode-se pensar em informação como sendo dado que faz sentido, que faz diferença. Mas o conhecimento seria então um conjunto formado por experiências, valores, informação de contexto e – por que não? – criatividade aplicada e avaliação de novas experiências e informações. (TEIXEIRA FILHO, 2000, p. 21). A importância de se manter conhecimento nas organizações, que é o que permite sua competitividade no mercado, tem gerado maior preocupação com o indivíduo, visto que o conhecimento é inerente ao ser humano.

Sobre o conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997, p. 65) preocupam-se com a questão referente à conversão do conhecimento. Para isso, os autores (NONAKA, TAKEUCHI, 1997, p. 65) baseiam-se em Polanyi (1966, p. 4) quando afirma: “Podemos saber mais do que podemos dizer”. Sobre essa questão, Nonaka e Takeuchi (1997, p. 65) destacam que existem dois tipos de conhecimento: o conhecimento tácito, pessoal, situacional e de transferência mais dificultada; e o conhecimento explícito, conhecimento que pode ser transmitido em linguagem formal.

Neste sentido, a gestão do conhecimento pode permitir que informações e conhecimentos não se percam na alta rotatividade que esse novo mercado tem gerado, incitado principalmente por grandes possibilidades e ênfase na competência humana. Sua utilização está ligada, principalmente, à necessidade de se preparar para mudanças constantes, obter vantagem competitiva a partir de processos criativos em um mercado dinâmico que privilegia a alta produtividade e inovação. Entretanto, pode-se observar a preocupação com tecnologias, considerando questões de gerenciamento relativas a armazenamento e distribuição, para a preocupação com o contexto e o indivíduo, considerando a forma de geração e uso do conhecimento.

2.3 Marketing e gestão da informação

De acordo com a *American Marketing Association* (2009)

Marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos para criar, comunicar e entregar valor aos clientes e ao

gerenciamento de relacionamento com clientes de modo a beneficiar as organizações e seus *stakeholders*.

Kotler e Keller (2006, p. 4) consideram que “O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, podem dizer que ele ‘supre necessidade lucrativamente’.”

Para Kotler e Keller a definição do conceito é social e atende ao objetivo de considerar o marketing um processo social pelo qual “indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos e serviços de valor com outros.”

Entretanto, para Las Casas, o conceito de marketing está mais relacionado à questão de mercado, ou seja, sua ação neste ambiente.

O termo *marketing* significa ação no mercado. Originário do inglês, a conotação mercadológica é bastante ampla. É usado não apenas para ajudar as empresas a vender mais, mas também para coordenar qualquer processo de troca. As empresas podem aplicar marketing para corrigir mercados, aumentar o nível de conscientização dos consumidores a respeito de determinado produto, além de uma série de outras alternativas. (LAS CASAS, 2006, p. 3)

Las Casas (2006, p. 3) apresenta várias possibilidades para o uso do marketing como:

- (1) atuação na demanda negativa: a partir da análise de insatisfações permite o redesenho do produto ou reorganização de atividades relativas ao serviço ou produto;
- (2) atuação na demanda inexistente: quando não há interesse por parte do consumidor, o marketing permite encontrar formas de conectá-lo aos benefícios do produto/serviço;
- (3) atuação na demanda latente: identificação das necessidades dos consumidores a serem atendidas;
- (4) atuação na demanda declinante: permite que as empresas atuem quando verificam declínio nas demandas vindas dos consumidores;
- (5) atuação na demanda irregular: a tarefa do marketing seria ajustar e promover a melhor distribuição desta demanda;

(6) atuação na demanda plena: para atender a essa demanda, sempre constante, é preciso acompanhar as tendências de mercado e fazer os ajustes necessários;

(7) atuação na demanda excessiva: o marketing atua no ajuste da oferta à demanda utilizando-se de técnicas para desestimular a demanda ou, quando possível, aumentando a oferta. Dependendo do caso pode-se utilizar o *demarketing*¹;

(8) atuação na demanda indesejada: quando há proibição de consumo devido à legislação, ou por desejo da comunidade, a tarefa do marketing é reduzir o consumo;

Assim, considerando que marketing é uma abordagem do processo gerencial e também social, conseqüentemente pode dialogar com a Ciência da Informação, no que diz respeito à gestão da informação e do conhecimento. Este argumento permite novas abordagens e pesquisas nesta área do conhecimento, pois o marketing relaciona-se com: a disseminação seletiva da informação; o relacionamento do prestador de serviço de informação com o usuário; a comunicação organizacional em bibliotecas; os estudos de usuários, dentre outras temáticas.

Segundo Amaral (2008, p.32),

o escopo de atuação para o estudo do marketing da informação refere-se às organizações e aos sistemas envolvidos com os processos de gestão da informação relativos às diversas etapas do ciclo da informação como a coleta, tratamento, disseminação e uso da informação.

Essa autora (AMARAL, 2008) também destaca a diferença entre promoção e marketing, técnicas utilizadas em comunicação de marketing e marketing integrado, e descreve a promoção/comunicação da informação a partir do levantamento histórico da evolução das técnicas de marketing e do levantamento bibliográfico sobre obras relacionadas à temática dentro da área de Ciência da Informação no Brasil além de ressaltar a importância da comunicação integrada de marketing dentro das organizações.

Importante lembrar a rejeição ao marketing por parte dos profissionais e principalmente pelos bibliotecários, também destacada por Amaral (2008, p. 33). A

¹ Kotler e e Levy (1971, p. 76), definem *demarketing* como o aspecto do marketing que lida com o desencorajamento de clientes, em geral, ou de uma certa classe de clientes, em particular, seja de forma temporária ou permanente.

autora atribui a limitação do uso do marketing à promoção, considerada a parte visível de todo o processo do marketing (AMARAL, 2001). Porém, ela relembra a possibilidade encontrada por Kotler e Keller (2006, p. 4) da adoção das técnicas mercadológicas em organizações sem fins lucrativos, como é o caso das bibliotecas, a definição de Borko (1968) sobre a Ciência da Informação e a da *American Marketing Association* (2004) sobre o marketing. Considerando que a definição de Borko sobre a Ciência da Informação admite que trata-se de uma ciência interdisciplinar, que se relaciona, dentre outros campos, com o da gestão e que a definição de marketing proposta pela *American Marketing Association* considera também sua abordagem gerencial, Amaral (2008, p. 32) afirma que “seu estudo está, conseqüentemente, relacionado com a Ciência da Informação, no que diz respeito à gestão da informação e do conhecimento”. Para ela, esta relação torna possível considerar o marketing da informação.

Amaral (2004, p. 60) afirma que

Marketing da informação pode ser visto como o processo gerencial de todo tipo de informação (tecnológica, científica, comunitária, utilitária, arquivística, organizacional, ou para negócios) em uma organização, um sistema, um produto ou um serviço sob a ótica de marketing, para alcançar a satisfação dos diversos públicos da organização, sistema, produto, ou serviço, quando são utilizadas técnicas na realização e valorização das trocas de valores, beneficiando todos os elementos, que interagem na troca, para garantir a sobrevivência da organização, sistema, produto ou serviço no seu mercado de negócio.

Ao compreender a definição de marketing da informação, percebe-se em sua abordagem que é preciso considerar a importância de visualizar a unidade de informação como um “negócio”, quando se trata da gestão da informação e do conhecimento, isso porque, a informação é o ativo desta unidade organizacional, que tem relevância estratégica dentro do ambiente que a unidade de informação está inserida. Neste ponto, a característica da informação, como fonte reutilizável e que não se deteriora, reforça a adoção do marketing da informação e a importância de ver os usuários como clientes ou consumidores de informação. São os usuários que dizem o que é importante e necessário ou não. Assim, a importância de considerar a informação como um ativo estratégico pela alta administração da organização em que a biblioteca se insere, contribuirá para que isso seja possível.

A partir destas possibilidades, com a adoção das técnicas de marketing pelas bibliotecas e unidades de informação, pode-se determinar as necessidades e desejos do mercado-alvo e adequar produtos e serviços oferecidos.

Amaral (2008) considera que a aplicação do conceito de marketing nas unidades de informação nem sempre é abrangente, limitando-se de modo geral às ações promocionais. A promoção refere-se à comunicação com o propósito de fazer uso ou adotar um produto, ideia, comportamento ou serviço. Envolve objetivos relacionados a:

- (a) tornar serviços e produtos conhecidos;
- (b) tornar o ambiente da organização e seus produtos e serviços atraentes;
- (c) mostrar como usar os produtos e serviços oferecidos;
- (d) evidenciar benefícios destes e
- (e) manter os usuários constantemente informados sobre a organização e seus produtos e serviços (AMARAL, 2004, p. 34)

No levantamento de literatura realizado por Amaral em 2008, foi verificada a escassez de trabalhos desenvolvidos sobre a adoção de técnicas de marketing para a divulgação de publicações e serviços oferecidos pelas bibliotecas. Por outro lado, na literatura da área de marketing, obras mais recentes destacam o surgimento de novos termos e modalidades de promoção afetados pelos novos acontecimentos tecnológicos, sociais, econômicos e políticos. Essa evolução possibilita a comunicação personalizada e interativa, portanto, favorece o relacionamento com o cliente.

Amaral (2008, p. 38) identificou que a evolução do processo de comunicação gera modificações nos processos de gestão da informação e do conhecimento e, por conseqüência, “a promoção e a comunicação da informação nas organizações pode se realizar de diferentes maneiras”. A autora propõe a integração da promoção e da comunicação com o objetivo de desenvolver um bom produto e torná-lo acessível, com preço atraente, se for o caso. Segundo a autora, isso pode ser feito por meio de um estudo do processo de promoção/comunicação da informação como atividade de marketing em unidades de informação com o objetivo de estimular a adoção de técnicas mercadológicas pelas bibliotecas e demais unidades de informação.

A ótica mercadológica trazida pelo marketing da informação permite melhor conhecimento da informação como um “negócio” no escopo da Ciência da

Informação. Afinal, nas unidades de informação também é uma questão fundamental de todas as áreas do conhecimento é saber sobre o seu negócio, a importância estratégica do marketing como processo ou filosofia. Além disso, o marketing da informação permite que o planejamento dos produtos e serviços de informação nessas unidades seja mais condizente com as necessidades de informação de seus usuários, que são o motivo principal de sua existência. Essa abordagem de planejamento e gestão é importante para o relacionamento com os seus clientes/consumidores da informação.

A discussão conceitual e teórica sobre experiências das unidades de informação na adoção do marketing deveria estar incluída entre os assuntos de interesse da área de Ciência da Informação. O desenvolvimento de estudos e pesquisas nessa temática também deveria ser incentivado, pois a aplicação do marketing na área de informação pode trazer vantagens na verificação da satisfação dos usuários, o que é coerente com o princípio básico do processo gerencial das unidades de informação na ótica de marketing, com a preocupação de identificar os interesses e necessidades dos usuários para satisfazê-los.

Conforme observado por Amaral (2008, p. 33), pode haver relação entre a falta de interesse dos profissionais de Ciência da Informação em trabalhar com as técnicas de marketing e a falta de planejamento estratégico nas bibliotecas. Sobre a atuação do profissional bibliotecário, a adoção da visão mercadológica favorece a promoção da profissão de bibliotecário. Isso porque, profissionais com visão estratégica e técnica apurada podem atuar em diversas áreas que vêm surgindo com a evolução do conhecimento e impulsionar a carreira, mudando assim a visão antiquada que possa existir sobre este profissional.

O uso desses conceitos permite realizar uma análise de similaridade entre os consumidores de um modo geral e os usuários da informação, considerando estes como consumidores de informação, e planejar diferentes atividades de marketing. Este novo conceito de usuário (AMARAL, 1996) envolve outras formas de estudo para ampliar o contato da biblioteca com eles.

Portanto, o estudo sobre o marketing da informação também se relaciona com os estudos de usuários, a partir da adoção da técnica de análise do consumidor, conforme proposta de Amaral (1996) para realizar estudos de usuários de informação.

2.4 Estudos de usuários

Em estudo de caso para apresentar o estudo de usuário como estratégia para gestão da informação e do conhecimento, Lucas *et al.* (2008, p. 3) relembram a definição de Silva (1990, p. 80), quando afirma que “o estudo de usuários é uma investigação feita para identificar e caracterizar os interesses, as necessidades e os hábitos de uso de informação dos usuários reais e/ou potenciais de um sistema de informação.”

É a partir desta investigação que se pode determinar as diretrizes para o desenvolvimento de produtos e serviços de informação que atendam às necessidades informacionais, considerando que essa investigação deve ser feita periodicamente, pois as necessidades mudam com o passar do tempo.

Pode-se considerar que o estudo de usuários é uma investigação realizada com o objetivo de caracterizar o perfil, interesses, necessidades e hábitos de uso da informação dos usuários de um sistema de informação. Esse estudo permite abrir um canal de comunicação entre a biblioteca e sua comunidade para planejar os serviços e produtos a serem oferecidos. Além disso, podem prever uma possível demanda ou mudança desta.

Assim, a partir do estudo de uso e de usuários é possível determinar e planejar como serão prestados os serviços de informação e oferecidos produtos relacionados. No planejamento destes devem ser considerados diversos critérios como: a atualização periódica; a necessidade de solucionar um problema momentâneo; a necessidade de realizar um levantamento retrospectivo ou revisar um conhecimento existente; verificar informações existentes em outras áreas e facilidade de uso, considerado como critério mais importante do que o valor em potencial da informação.

Segundo Miranda (2006, p. 100), os estudos de usuários podem ser de dois tipos. Estes tipos são apresentados por ela no quadro a seguir.

Quadro 2: Comparação entre os conceitos de informação e necessidade de informação na pesquisa tradicional e na alternativa

Pesquisa tradicional	Pesquisa alternativa
Informação: propriedade da matéria, mensagem, documento ou recurso informacional, qualquer material simbólico publicamente disponível	Informação: o que é capaz de transformar estruturas de imagem, estímulo que altera a estrutura cognitiva do receptor.
Necessidade de informação: estado de necessidade de algo que o pesquisador chama de informação, focada no que sistema possui, e não no que o usuário precisa.	Necessidade de informação: quando a pessoa reconhece que existe algo errado em seu estado de conhecimento e deseja resolver essa anomalia, estado de conhecimento abaixo do necessário, estado de conhecimento insuficiente para lidar com incerteza, conflito e lacunas em uma área de estudo ou trabalho.

Fonte: Miranda, 2006, p. 100

A abordagem tradicionalmente aceita sobre os estudos de usuários refere-se a investigações sobre sistemas baseados em documentos impressos, catálogos, arquivos de computadores com o objetivo de armazenamento, acessibilidade e disseminação. Além disso, o usuário é visto como mero informante, não como objeto de estudo, ou seja, o usuário é passivo, deve se adaptar ao mecanismo.

Para Figueiredo (1994, p. 8), a pesquisa considerada tradicional limita-se aos serviços oferecidos pela biblioteca e à coleção que esta possui e coloca à disposição dos usuários. Seus objetivos são voltados para a determinação de: documentos requeridos pelos usuários, hábitos dos usuários para obter a informação nas fontes disponíveis, aceitação de microformas, uso dos documentos, maneiras de obter acesso aos documentos e demoras toleráveis.

A pesquisa alternativa considera para os estudos questões relacionadas ao usuário, ou seja, a identificação de seu perfil e do seu comportamento. Seus objetivos voltam-se para as necessidades de informação do usuário, como ele supre essa necessidade e o ambiente de estudo e trabalho onde o usuário desenvolve suas atividades e onde essas necessidades têm origem.

O desenvolvimento da linha de pesquisa alternativa, que aborda questões relativas ao perfil do usuário e seu comportamento, considera a afirmação de Freitas, Quintanilla e Nogueira (2004, p. 3):

O paradigma reducionista baseava-se na previsibilidade, certeza, estabilidade, ordem, preocupação com as partes e no entendimento dos problemas isoladamente. O panorama atual revela imprevisibilidade, incerteza e instabilidade de eventos, visto que o

momento é de profundas transformações, em grande velocidade. [...] substituição do pensamento linear e do raciocínio seqüencial pelo pensamento não-linear ou cíclico [...] razão e objetividade estão sendo substituídas por subjetividade, criatividade e inovação no processo de pensar um problema.

A abordagem alternativa parte da perspectiva cognitiva, que interpreta as necessidades de informação intelectuais e sociológicas do usuário. Esta abordagem começou a ser aceita na década de 1980, com a adoção de um novo conceito, considerando que a informação só tem sentido quando dentro de um contexto.

Neste contexto, o usuário é visto como uma pessoa com necessidades cognitivas, afetivas e fisiológicas dentro de um ambiente com restrições socioculturais, políticas e econômicas. Esta nova tendência propõe a consideração de algumas características inerentes ao ser humano para o estudo de usuários que são: a) observar o ser humano como sendo construtivo e ativo; b) considerar o indivíduo como sendo orientado para uma situação; c) visualizar integralmente as experiências do indivíduo; d) focalizar os aspectos cognitivos envolvidos; e) analisar sistematicamente a individualidade das pessoas e f) empregar maior orientação qualitativa.

Considerar estes fatores implica na ampliação do objetivo do estudo de usuários que segundo Guinchat e Menou (1995, p. 488) passa a:

- ▶ buscar compreender a necessidade de informação sob a perspectiva da individualidade do sujeito pesquisado;
- ▶ identificar a informação necessária e o esforço realizado no seu acesso contextualizando a situação real de onde ela emergiu;
- ▶ identificar o uso que será dado e determinado à informação pelo próprio indivíduo e
- ▶ identificar que informação um indivíduo quer encontrar e como o sistema pode ser melhor projetado para satisfazer essa necessidade de informação.

Todas essas considerações dependerão exclusivamente do usuário, do seu propósito de busca de informação e do uso da mesma na transposição de lacunas. A busca por informação é parte de um processo de decisão, solução de problema ou alocação de recursos. As estratégias utilizadas nessa busca variam no tempo, dependem dos resultados imediatos e são relacionados fortemente com hábitos pessoais do indivíduo e das necessidades de informação que precisam ser satisfeitas.

2.5 Necessidade de informação

Para Figueiredo (1983), necessidade é o que o indivíduo deve ter para o seu trabalho, pesquisa, ou edificação, recreação etc., sendo uma demanda em potencial. A demanda é o que o indivíduo pede, o item de informação requisitado, que possui uso em potencial e culmina com o uso real, que é aquilo que o indivíduo realmente utiliza, podendo ser indicador parcial de uma demanda e representar uma necessidade.

De acordo com Maslow (1943), a satisfação do ser humano segue uma sequência fixa que começa com a necessidade fisiológica e termina com a necessidade de auto-realização conforme figura 4.



Figura 4: Pirâmide das necessidades de Maslow
Fonte: Kotler, 2001, p. 220

Na proposta de Maslow, a necessidade evolui do fisiológico para a necessidade de proteger-se, posteriormente para a necessidade social, relacionada também à comunicação, depois para a necessidade de estima, de reconhecer-se tal como é ou deseja ser, e por fim para a necessidade de auto-realizar-se com relação ao desenvolvimento pessoal.

A partir dessa proposta pode-se compreender o quão complexa é a necessidade humana e a quais aspectos está relacionada, visto o inter-

relacionamento entre cada um dos itens. A tentativa de suprir uma necessidade deve considerar a compreensão de todos estes aspectos da interação com o usuário.

Segundo Dantas (2006, p.54), “quanto mais se interage com esses públicos, mais se descobre o que eles realmente querem, e se procura oferecer produtos e serviços personalizados, que vão sendo aprimorados a cada nova interação.”

Com o objetivo de conhecer melhor as necessidades de informação dos usuários, pode-se considerar também as etapas de satisfação do homem de acordo com Dantas (2006), quando declara que:

- A necessidade é inerente ao ser humano. É um desequilíbrio no estado de satisfação, que gera um desejo. [...] Isto significa que a necessidade tem a ver com **sobrevivência: existe por uma exigência biológica.**
- O desejo, por sua vez, é uma carência pela satisfação específica de atender às necessidades. É um querer muito forte, uma vontade, a aspiração a algo.

Dantas (2006) distingue necessidade e desejo, ao indicar que a necessidade é uma ação ou atitude em geral, que o indivíduo precisa fazer ou realizar. Para ele, o desejo é uma característica em especial daquilo que se precisa fazer ou realizar. Assim, fica claro compreender a proposta do autor apresentada no quadro a seguir, que mostra essa diferença. A necessidade refere-se principalmente ao desejo de fazer algo e o desejo refere-se principalmente ao detalhamento dessa necessidade, ou seja, suas especificações ou meios de satisfazer essa necessidade.

Quadro 3: Necessidade e desejo

NECESSIDADE	DESEJO
Comer	Comer um arroz de boa qualidade
Dormir	Dormir em uma cama confortável
Respirar	Respirar ar puro
Relacionar-se sexualmente	Relacionar-se sexualmente com uma pessoa atraente
Comunicar-se	Comunicar-se por meio de um telefone
Beber	Beber um vinho italiano
Defecar	Defecar num banheiro limpo
Urinar	Urinar num ambiente esterilizado
Exercitar-se	Exercitar-se numa academia de ginástica
Locomover-se	Locomover-se num carro seguro
Relacionar-se	Relacionar-se com pessoas amigas
Divertir-se	Divertir-se ouvindo uma música, dançando, etc.
Localizar-se no tempo	Localizar-se no tempo consultando as horas
Proteger-se	Proteger-se do frio
Informar-se	Obter informação numa biblioteca

Fonte: Dantas, 2006.

Os estudos de uso e o de usuários são a base para a identificação das necessidades de informação dos indivíduos. A partir destes estudos pode-se verificar os diversos fatores inerentes à forma como a informação deve ser coletada, organizada e disseminada para o uso e ainda qual o direcionamento no acesso e exposição do usuário às diversas fontes que deveriam ser oferecidas ou buscadas. Essa relação pode ser visualizada a partir da figura a seguir:

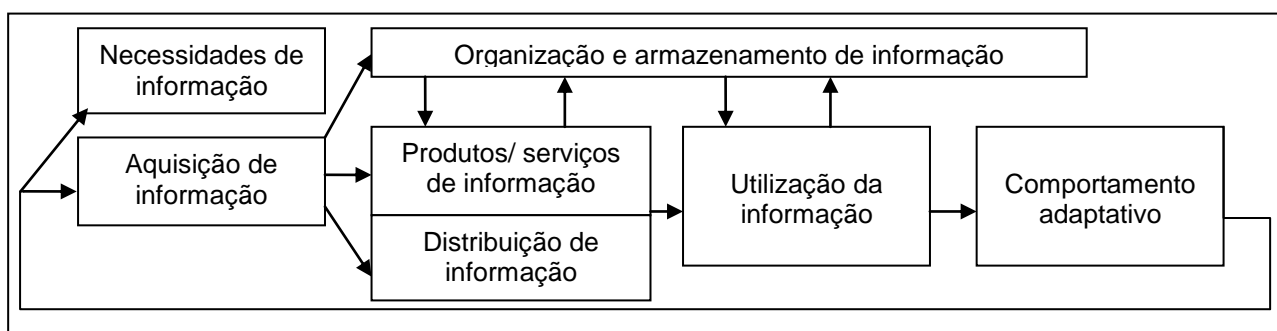


Figura 5: Ciclo da gestão da informação

Fonte: Choo, 2003 p. 58.

De acordo com Choo (2003), a necessidade de informação surge de lacunas no conhecimento, na compreensão ou nas capacidades da organização e traduz um estado de conhecimento no qual alguém se encontra quando se confronta com a exigência de uma informação que lhe falta e é necessária para prosseguir na

realização de um trabalho. A informação não pode estar separada do contexto, da situação, do ambiente, que são essenciais para sua compreensão.

Essa situação pode ser visualizada por meio da figura 6, que apresenta as influências existentes na descoberta de uma lacuna de informação e os meios pelos quais o usuário pode suprir essa lacuna descoberta.

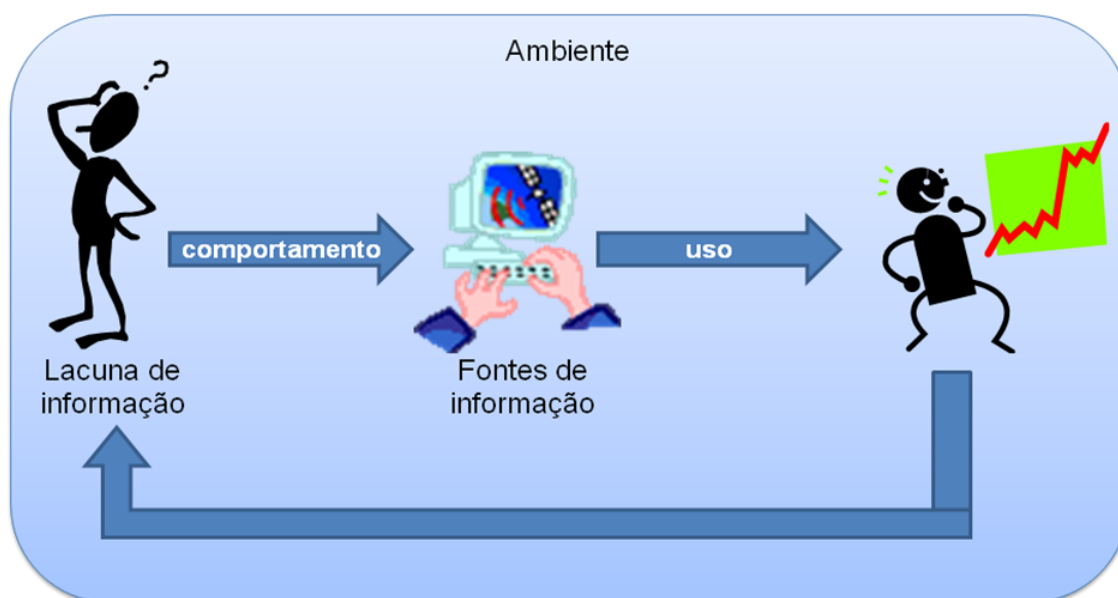


Figura 6: Ciclo de necessidades de informação
 Fonte: Elaborado pelo autor

Segundo Bettiol (1990, p. 67), a necessidade de informação é entendida como

uma premência de saber, compreender ou descrever um determinado assunto, premência esta surgida de uma motivação, com o objetivo de obter uma visão mais clara e mais eficiente de uma realidade surgida no ambiente sócio-político-cultural que afeta o usuário.

Brittain (1975, p. 426), afirma que o conceito de necessidade é mais abstrato e pode se referir a uma ou qualquer combinação dentre as seguintes:

- a) Necessidades expressas pelo usuário;
- b) Necessidades que o usuário não pode expressar;
- c) Necessidades presentes - expressas ou não; e
- d) Necessidades futuras e potenciais – novamente essas podem ser

expressas ou não.

Calva González (2004, p. 27) propõe um modelo para a investigação da necessidade de informação em três fases:

- (1) o surgimento da necessidade de informação,
- (2) o comportamento de busca da informação, e
- (3) a satisfação da necessidade de informação.

O modelo proposto pelo autor é resultado de uma investigação realizada por ele, onde os estudos até então desenvolvidos tinham como foco o comportamento de busca dos usuários reais. Ou seja, os usuários potenciais, o surgimento da necessidade e a satisfação desta necessidade não foram estudados.

Os estudos de usuários potenciais possibilitam o desenvolvimento não apenas de novos serviços e produtos, mas também o aperfeiçoamento dos já existentes.

De acordo com Miranda (2006) um novo direcionamento vem despontando nos estudos sobre necessidade e uso da informação, que aponta as seguintes mudanças: o foco da operação dos sistemas deve ser a necessidade de informação dos usuários, ajuste dos serviços de informação às necessidades específicas do indivíduo, alteração do foco dos sistemas para o usuário ao invés do conteúdo e da tecnologia. Estudo realizado por Miranda revela que, parece estar surgindo um corpo teórico preocupado com a influência contextual dos fatores cognitivos, sociais, culturais, afetivos, e linguísticos.

Além disso, a proposta de Miranda permite compreender de forma integrada as variantes relacionadas no estudo dessa demanda como mostra a figura a seguir.

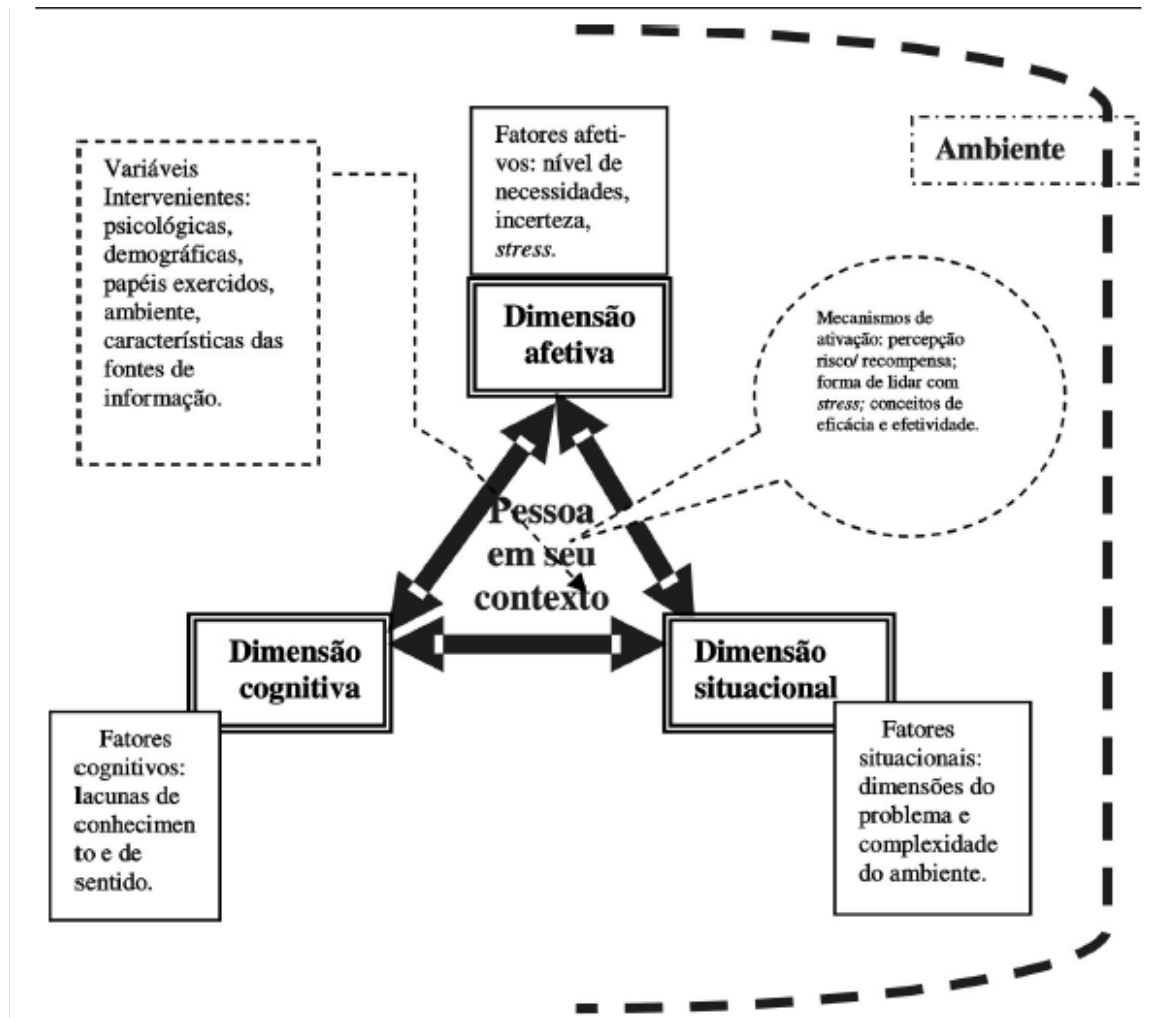


Figura 7: Dimensões e elementos das necessidades de informação individuais
 Fonte: Miranda, 2007.

É importante saber como obter a informação desejada e mais ainda como descobrir e interpretar a necessidade demandada. A interpretação da necessidade de informação deve considerar aspectos afetivos do usuário (sua relação com o conteúdo desejado), aspectos cognitivos (a forma como o usuário compreende a informação desejada) e situacionais (como o usuário identificou que necessitava daquela informação).

Ao considerar a figura 7, compreende-se Dantas (2006, p. 51), quando afirma que

[...] **fica difícil concordar com a afirmativa de que os clientes não sabem o que querem.** Eles sabem sim. O que às vezes acontece é que eles não sabem **verbalizar** o que querem. Tudo depende, então, da forma como se formula a pergunta ao cliente. **Obter informação de alguém exige que se saiba informar o que se quer obter.** (grifo nosso)

O conhecimento do perfil e das necessidades dos usuários é a base para o funcionamento de serviços e sistemas de informação. O profissional, ao analisar as necessidades do usuário, deve considerar questões como:

- Quem necessita de informação?
- Que tipo de informação?
- Para qual grupo de pessoas?
- Por que precisam delas?
- Quem decide quanto à essa necessidade?
- Quem seleciona?
- Que uso é dado ao que é fornecido?
- Que conseqüências resultam desse uso para o indivíduo, o grupo, a instituição e a sociedade em seu conjunto?

Na identificação das necessidades de informação há que se reconhecer a volatilidade do meio ambiente onde o indivíduo está inserido, onde procura informação e as suas características principais para compreender a situação e obter a informação necessária para tomar decisões e resolver problemas.

A aquisição de informação é ativada pelas necessidades de informação e deve responder a estas necessidades de forma adequada. O planejamento da aquisição de informação tornou-se uma função complexa. As fontes existentes têm de ser avaliadas constantemente, devem ser avaliadas as novas fontes e sua adequação às necessidades tem de ser re-examinadas regularmente.

A determinação das necessidades de informação não pode restringir-se à pergunta “o que quer saber?”. Deve-se também formular questões como “por que é preciso saber isto?”, “Como se apresenta o seu problema?”, “O que já se sabe?”, “O que se prevê descobrir?”, “Como preciso saber isto?” e “Sob que forma preciso saber isto?” (McMULLIN & TAYLOR, 1984). As necessidades de informação são contingentes, dinâmicas e multifacetadas e só é possível uma especificação suficientemente completa dentro de uma representação rica de todo o ambiente de utilização de informação.

Na opinião de Miranda (2006, p. 99), o reconhecimento das necessidades de informação não é bastante para satisfazê-las.

Sobre as questões levantadas, devido principalmente às mudanças no cotidiano provocadas pela evolução das tecnologias, facilidade e agilidade na

aquisição da informação, Figueiredo (1999, p. 14) considera que “as organizações que conhecem melhor os seus clientes têm mais chance de mantê-los e, como consequência, devem obter mais lucro por cliente em médio e longo prazo”.

Portanto, além de realizar estudos de usuários para planejar uma oferta de serviços e produtos de informação mais adequados aos interesses e necessidades dos seus usuários, as bibliotecas precisam se preocupar com a gestão desses serviços.

2.6 Serviços de informação

A premissa da biblioteca e dos bibliotecários é servir, com o objetivo de satisfazer a necessidade de informação dos usuários dos serviços de informação. Para isso, utilizam diversas ferramentas: bases de dados, serviços de disseminação seletiva, sumários correntes por meio de procedimentos normalizados tanto para armazenamento da informação, processamento desta e disseminação para o seu uso pelos usuários. Por isso, também precisam realizar estudos para conhecer o perfil dos usuários que atendem.

Para Weingand (2007, p. 33) “bibliotecas são organizações de serviço” e é este que move organizações e pessoas ao desempenho. A autora cita o verbete para serviço apresentado pelo *Webster’s new twentieth Century dictionary of the English language*, publicado em 1975, que inclui aspectos relacionados a dever cumprido, atenção, dedicação, conduta de auxílio, prestação de assistência, atividade que possibilita que outras pessoas usem alguma coisa e qualidade daquilo que é proporcionado. De acordo com o dicionário, a definição é ampla e permite visualizar a complexidade do conceito.

Weingand (2007, p. 34) afirma que duas visões surgem com relação aos serviços de uma biblioteca. A primeira visão considera o compromisso com as rotinas da biblioteca:

Em algumas bibliotecas, onde o compromisso com o serviço se faz presente, ainda que em nível mínimo, a cultura organizacional pode ser orientada para tarefas; as preocupações da administração e da

equipe são direcionadas ao desempenho eficiente e bem sucedido dos deveres de rotina.

Uma segunda visão considera a biblioteca como uma organização de serviços a partir da perspectiva de marketing. Nesta visão, “bibliotecas têm o serviço como um componente do marketing-mix” (WEINGAND, 2007, p. 34).

Para Kotler (2005, p. 12) o mix de marketing, também conhecido como composto de marketing, pode ser compreendido como “o conjunto de ferramentas de marketing que a empresa utiliza para alcançar seus objetivos de marketing no mercado-alvo.”

A evolução do marketing mix pode ser visualizada a partir das diferentes denominações adotadas, desde os 4 Ps apresentados por McCarthy nos anos 1950 (Produto, Preço, Praça e Promoção), os 4 As por Richers nos anos 1980 (Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação) e os 4 Cs por Schultz, Tannenbaum e Lauterborn nos anos 1990 (Consumidor, Custo, Conveniência e Comunicação). Percebe-se que a alteração das denominações propostas, parece começar a considerar as influências externas à organização. Essa questão é abordada considerando o objetivo do marketing de comunicar e se relacionar com o público em geral, diferenciando a promoção da informação das atividades de vendas.

Com relação às unidades de informação cabe ao gerente criar o *mix* de marketing ideal a fim de satisfazer seu público alvo, englobando neste mix: mercado-alvo; público-alvo, análise do consumidor, cliente ou público; pesquisa, análise e segmentação de mercado; publicidade, propaganda e *merchandising*; auditoria de marketing e sistema de informação de marketing. Esses termos ainda não empregados adequadamente pelos profissionais atuantes em unidades de informação no Brasil, o que contribui para a limitação da compreensão do marketing (AMARAL, 2008).

Para Zick (2000), bibliotecários podem ser vistos como distribuidores, agentes de cooperação. Eles informam e negociam entre eles; a cooperação é a base do trabalho da biblioteca. Não é exagero dizer que não há como um bibliotecário trabalhar sozinho: uma única pessoa trabalhando em uma biblioteca certamente existe, mas este único bibliotecário trabalha com uma comunidade de bibliotecas. De fato, existe uma comunidade internacional de bibliotecários. Por exemplo, um bibliotecário pode se conectar a um sistema de bibliotecas e dizer a um cliente, em

poucos minutos, quais bibliotecas do mundo tem um determinado livro ou ainda pedir emprestado a uma outra biblioteca aquele livro para seu cliente.

Bibliotecários confiam uns nos outros em outras atividades, afirma Zick (2000), e muitos bibliotecários praticam o desenvolvimento cooperativo de coleções. Essa cooperação é muito importante considerando que nenhuma biblioteca consegue adquirir todos os títulos publicados que podem ser do interesse da comunidade de usuários que atende. Quando se considera uma aquisição, por exemplo, a equipe de aquisições geralmente verifica se aquele título é assinado por uma biblioteca próxima com quem possui um acordo de cooperação. Caso a publicação esteja disponível em alguma das bibliotecas com quem possui acordo, direciona a aquisição para outro título que não esteja disponível.

A atuação do bibliotecário, afirma Zick (2000), envolve colaboração e comunicação constante, visto que as atividades de distribuir informações, compartilhar documentos, estratégias e inovações entre os colegas de profissão fazem parte da rotina. Cada bibliotecário atua de forma autônoma, mas geralmente utilizando a opção de consulta a outro agente bibliotecário.

De modo geral, os bibliotecários realizam a atividade de pesquisa e busca pela informação solicitada pelo usuário e nesta tarefa aplicam alguma experiência para a solução do problema ou necessidade de informação conforme apresentado pelo usuário. É um trabalho nos bastidores, que nem sempre é valorizado.

De acordo com Fox (1995), o cenário básico da prestação de serviços de informação é a abordagem do usuário ao bibliotecário, que auxilia o usuário a encontrar a informação relevante. Em um caso ideal, o usuário trabalha com um oráculo (isto é um bibliotecário experiente) que: o auxilia a elaborar o problema (ou o estado anômalo do conhecimento), descreve o usuário e o contexto do usuário, compreende o assunto ou tópico abordado, constrói os questionamentos de busca ou outros questionamentos sobre a informação desejada, sabe como acessá-la e apresentar a informação relevante, e oferece explicações conforme o caso.

Zick (2000) afirma que o bibliotecário, assim como alguns sistemas inteligentes, atua como mediador da informação para o usuário final, negocia espaços de informação e recupera informação relevante para um usuário particular ou um objetivo. Segundo a autora, os bibliotecários têm cumprido de forma eficiente suas muitas tarefas e a comunidade de inteligência artificial agora está trabalhando

para desenvolver softwares agentes competentes que podem ser instruídos apenas observando a forma como os agentes humanos fazem seu trabalho.

Além da mediação no uso da informação, os bibliotecários também desenvolvem rotinas e serviços para atender a seus usuários ou mesmo antecipar-se às necessidades destes. Em unidades de informação, ou bibliotecas, diversos serviços de informação são desenvolvidos com esse objetivo.

Sobre os serviços de informação, Rozados (2006, p. 52) afirma que

uma observação detalhada nos documentos publicados sobre o assunto, no campo da Ciência da Informação, deixa perceber que, mesmo àqueles que tratam especificamente de serviços de informação, não trazem em seu conteúdo um conceito, uma definição sobre o que é entendido por esta expressão.

Rozados (2006, p. 53) credita a inexistência de um conceito claro sobre serviços de informação à definição ambígua sobre a palavra serviço, visto que os documentos publicados apresentam apenas manifestações sobre suas características e funções.

Como exemplo das possibilidades de interpretação que o termo pode apresentar, pode-se verificar que o verbete no *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa Michaelis* (2009) apresenta mais de vinte significados diferentes que envolvem desde o desempenho de atividades, local da atividade desempenhada, objetos que permitam o desempenho de atividades até remuneração conforme apresentado a seguir.

1 Ato ou efeito de servir. 2 Estado, emprego ou ocupação de quem é servo, criado ou doméstico. 3 Estado de quem trabalha por salário. 4 Exercício, funções, trabalho do que serve. 5 Desempenho de funções públicas, quer civis quer militares. 6 Trabalho, ocupações, obrigações. 7 Execução de trabalho ou desempenho de funções, ordenados ou pagos por outrem. 8 Ato ou ação útil aos interesses de alguém; bons ofícios; favor, obséquio. 9 Disposição: *Estamos a serviço da freguesia*. 10 Fato de que depende o bem-estar de muitas pessoas. 11 Passadiço, passagem, serventia. 12 *Liturg* Celebração de um ofício divino. 13 Fornecimento de comodidades como transporte de correspondência, telefone, telégrafo etc.: *Serviço aeropostal; serviço telefônico*. 14 Jogo de baixelas ou outros utensílios de mesa, necessários para um determinado uso: *Serviço de chá*. 15 Nome que no fabrico de rendas se dá ao lavor. 16 *Reg* (Bahia e Minas Gerais) Lugar onde são exploradas jazidas de ouro ou diamante; gupiara. 17 Feitiçaria por encomenda. 18 O último dos parceiros que serve a péla (no jogo de péla). 19 Vaso onde se despejam os excrementos. 20 *ant* Tributo, donativo do vassalo. 21 *gír*

Ação ilícita como furtar, brigar, matar. 22 Dádiva. 23 O que se paga, num restaurante, pelo uso da baixela e certos comestíveis não discriminados na conta. 24 Nome dado a certas repartições públicas: *Serviço de transportes*. 25 No ténis, ato ou efeito de lançar a bola, para início do jogo. 26 *Inform* Função oferecida por um dispositivo. [...]

Ao considerar a ambigüidade do verbete serviço, para a compreensão do significado do termo serviço de informação, deve-se considerar duas visões: a primeira referente ao contato direto entre informação e usuário e a segunda o conjunto de tudo que envolve a prestação do serviço na biblioteca (pessoal, acervo, equipamentos, processos etc.).

Sobre a definição de serviço de informação, Merlo Vega (2000, p. 94) afirma que

[...] alguns manuais de Biblioteconomia fazem diferença entre os termos serviço de referência e de informação bibliográfica e a justificativa refere-se ao atendimento de consultas diferenciadas. Enquanto o serviço de referência resolvia questões de resposta imediata e simples, o serviço de informação bibliográfica era especializado em oferecer informações mais completas e elaboradas como listas bibliográficas ou buscas em bases de dados. Essa diferença, que raramente é usada hoje, considerando que todo tipo de consulta são resolvidos por um mesmo serviço, é o motivo pelo qual ainda se usa o nome de serviço de referência e informação bibliográfica.

O termo referência é um neologismo que veio do inglês *reference*, utilizado como sinônimo de 'consulta', que foi traduzido impropriamente, mas já se encontra enraizado na cultura biblioteconômica e cuja menção refere-se à seção da biblioteca responsável de informar o usuário sobre diversas questões. (MERLO VEGA, 2000, p. 94)

Rozados explica que os documentos publicados pressupõem um conhecimento prévio do assunto e que se sustenta pela compreensão do que é o serviço de referência, assim, a autora considera que

a literatura na área passa a denominar serviço de informação todo o processo de auxílio ao leitor na busca da informação ou na satisfação de suas necessidades de informação, função primordial de um serviço de referência. (ROZADOS, 2006, p. 53)

Segundo Merlo Vega (2000, p. 94), os serviços de informação oferecidos pelas bibliotecas podem variar de acordo com as informações que estas oferecem e

por isso, diversos termos podem descrever a atividade de prestação desses serviços aos usuários. Isso porque, o serviço de informação pode denominar-se serviço de referência, de informação bibliográfica, de orientação, de consulta, de busca documental etc.

Para Rozados (2006, p. 54), o principal objetivo do serviço de informação é conseguir atender a todas as solicitações de informação e para isso precisa contar com pessoal especializado para fazer as pesquisas, uma coleção de consulta útil (física ou virtual) e iniciativas, procedimentos e políticas que facilitem ao usuário o acesso à informação.

Rozados (2006, p. 54) complementa a afirmativa da UNISIST (1978, p. 6), quando afirma que

a função de um serviço de informação é assegurar que qualquer documento solicitado por um usuário esteja à sua disposição, dentro do possível, no momento em que este seja solicitado. Em um papel mais ativo, a função de um serviço de informação é alertar a sua comunidade de usuários sobre os documentos e dados que podem ser de seu interesse.

Portanto, para cumprir a função proposta pela UNISIST, o serviço de informação deve garantir o acesso a qualquer documento ou dado no universo das publicações disponíveis a qualquer membro da comunidade de usuários a que serve.

Para a prestação de serviço ou mediação no uso de serviços de informação, Zick (2000) afirma que os bibliotecários utilizam a chamada entrevista de referência para aprender sobre a essência da necessidade de informação dos seus clientes.

O objetivo da entrevista para a prestação dos serviços de informação é esclarecer ambiguidades sobre a necessidade de informação. Durante a entrevista, o bibliotecário deve compreender o significado da necessidade de informação, de onde se originou a necessidade e como ela pode ou não ser satisfeita, considerando associações e exclusões na formulação das perguntas e ainda o contexto do usuário: sua situação, histórico, preferências e contexto para a pesquisa.

Essa entrevista permite a prestação do serviço de acordo com a necessidade de informação do usuário. É um processo interativo com muitas perguntas e respostas entre o bibliotecário e o usuário que trabalha junto para refinar a informação desejada. Este processo pode ser um pouco delicado, pois muitos

clientes são imprecisos em relação as suas necessidades. O bibliotecário deve ser hábil ao entrevistar os usuários para poder ajudá-los a especificarem e comunicarem o que precisam.

Neste sentido, a evolução das tecnologias da informação e da comunicação vêm propiciando cada vez mais e melhores condições para serem utilizadas na prestação dos serviços pelas bibliotecas.

2.7 Evolução das bibliotecas

Para Carrión Gútiez (2001), a evolução das bibliotecas pode categorizá-las em quatro tipos: tradicional, automatizada, híbrida e digital. Destaca nessa evolução a mudança de um lugar físico para uma unidade lógica.

A imagem de uma biblioteca tradicional remete à um imenso acervo com inúmeras estantes e diversos livros e periódicos enfileirados. Engloba a idéia de posse e acúmulo, que vem sendo substituída pela facilidade de acesso e disponibilidade.

Para Cunha (2004), a biblioteca tradicional é o local onde a maioria dos itens se constitui de documentos em papel, e a biblioteca digital ou virtual se constitui de informação armazenada de forma eletrônica e disseminada independentemente de sua localização física ou temporal. Na biblioteca digital, pode-se observar o acesso remoto pelo usuário, a utilização simultânea por duas ou mais pessoas, além da inclusão de produtos e serviços de outra biblioteca. (SOUZA, 2005, f. 9)

Assim, a biblioteca tradicional corresponde ao espaço físico real e acervo disponível apenas fisicamente (TERRA; GORDON, 2002, p. 2) onde era necessário o contato físico com o usuário. Com a automatização, viveu-se um segundo momento da evolução das bibliotecas, pois o uso dos computadores transformou os serviços e produtos oferecidos. Chega-se então às bibliotecas eletrônicas, que Tennant (1999) afirma serem constituídas de serviços e materiais eletrônicos, que podem incluir todos os materiais digitais, assim como analógicos que requerem eletricidade para funcionar. A possibilidade de oferecer documentos em formato

digital leva à evolução da biblioteca ao terceiro momento (CUNHA, 2004). Neste momento há uma zona de descontinuidade, conforme mostra figura 8:

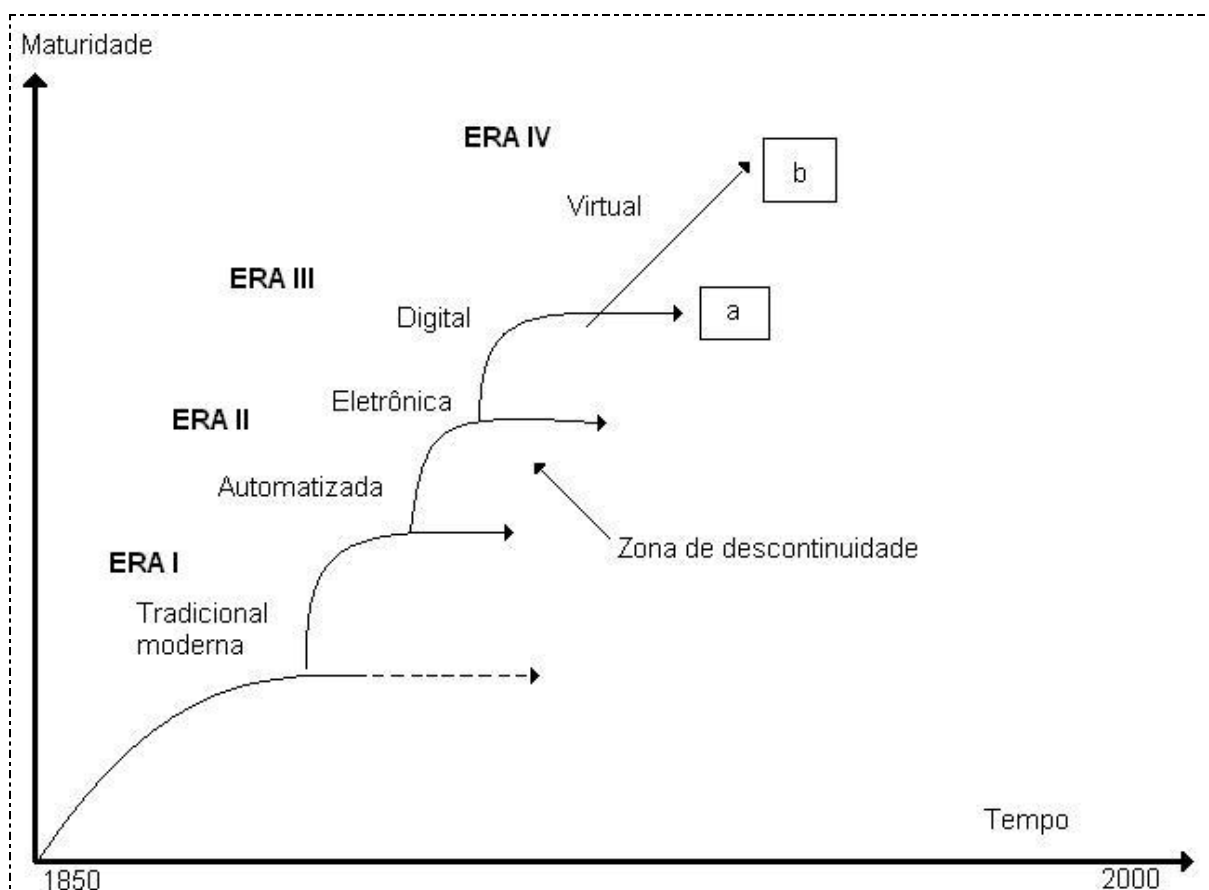


Figura 8: Evolução da Biblioteca
Fonte: Cunha, 2004b.

A descontinuidade ocorre porque há uma passagem da biblioteca eletrônica para a biblioteca digital. Para Cunha (1999, p. 258),

a biblioteca digital possui várias características: a) acesso remoto pelo usuário, por meio de um computador conectado a uma rede; b) utilização simultânea do mesmo documento por duas ou mais pessoas; c) inclusão de produtos e serviços de uma biblioteca ou centro de informação; d) existência de coleções de documentos correntes onde se pode acessar não – somente (i.c.) a referência bibliográfica, mas também o seu texto completo [...]; e) provisão de acesso em linha a outras fontes externas de informação (bibliotecas, museus, bancos de dados, instituições públicas e privadas); f) utilização de maneira que a biblioteca local não necessite ser proprietária do documento solicitado pelos usuários; g) utilização de diversos suportes de registro da informação tais como texto, som, imagem e números; h) existência de unidade de gerenciamento do conhecimento, que inclui sistema inteligente ou especialista para ajudar na recuperação de informação mais relevante

Para a identificação da biblioteca digital, Amaral (2005, p. 18) complementa que devem ser consideradas questões relacionadas ao contexto organizacional onde a biblioteca está inserida e recursos de telecomunicações, acesso local à biblioteca ou à distância e também o tipo de usuário atendido (local ou remoto).

A partir da possibilidade de o usuário obter a informação desejada de forma virtual, ou seja, sem contato físico chega-se ao quarto momento: a biblioteca virtual. A visão da biblioteca virtual apresenta um deslocamento da ênfase no acervo e na posse da coleção, para o acesso e a distribuição dos recursos informacionais (PEREIRA, 1995). Assim, o novo objetivo da biblioteca é o acesso livre à informação.

2.8 Internet e web

Segundo Robredo (2005, p. 238), a Internet começou a ser desenvolvida durante a chamada Guerra Fria entre Estados Unidos e a União Soviética. Neste contexto de competitividade e corrida para o armamento, criou-se em 1962 a Agência de Projetos de Pesquisa Avançadas (Advanced Research Project Agency – ARPA). A base para o desenvolvimento da Internet foi a ARPANET, resultado da convergência de trabalhos desenvolvidos pelos Estados Unidos (ARPA, do Departamento de Defesa, Massachusetts Institute of Technology – MIT - e RAND Corporation) e Reino Unido (National Physical Laboratory - NPL) cujo objetivo era a interconexão de computadores para a melhoria da produtividade de pesquisa a partir do compartilhamento de recursos computacionais.

A convergência de trabalhos dos Estados Unidos e do Reino Unido permitiu que diversas entidades participassem de um programa para integrar centros de computadores que tivessem dado algum tipo suporte à ARPA. Um dos objetivos do programa de integração era o desenvolvimento de uma interface para um processador de mensagens, o desenvolvimento de sub-redes para este processador e de um protocolo para permitir que os provedores se comunicassem uns com outros por cima das sub-redes.

A interface desenvolvida permitiu aos cientistas adquirir o conhecimento necessário para começar a desenvolver uma rede única onde os provedores se comunicariam entre eles, ou seja, desenvolver sinais capazes de abrir canais de comunicação desejados num dado momento e após a transmissão de dados, fechá-los novamente. Para começar essa rede única foi necessário desenvolver protocolos que normalizassem e padronizassem a comunicação.

Segundo Robredo (2005, p. 240), pode-se começar a pensar na Internet a partir do momento em que o *Bulletin Board System* (BBS), escrito por Ward Christensen e Randy Suess em 1978, permitiu o compartilhamento de mensagens, em redes de computadores, entre usuários de uma comunidade civil, já que antes o seu funcionamento era restrito a instituições conveniadas ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Daquele momento em diante, pesquisas, códigos, protocolos, redes, ferramentas como o *modem* para a transferência de dados, todas estas atividades só contribuíram para o desenvolvimento da grande rede. O pivô para a grande expansão das redes foi a aproximação formal entre a Universidade da Califórnia, Berkeley (UCB) e a ARPANET acontecida na década de 1980, com o objetivo de desenvolver programas para o estabelecimento de redes de comunicação e intercâmbio de notícias, dados, imagens e mensagens.

A parceria entre a academia e o setor militar fez com que o governo reestruturasse suas políticas, criando assim uma nova rede, a MILNET, com o objetivo de separar a “comunicação e transferência de dados para fins militares da ARPANET e mantendo esta associada às atividades científicas e tecnológicas.” (ROBREDO, 2005, p. 246)

A Internet interliga redes de computadores (FREITAS; QUINTANILLA; NOGUEIRA, 2004, p. 17) e a WWW permite acessar sistemas disponíveis por meio da Internet. Assim, o usuário conectado à Internet navega na WWW por meio de um *software* denominado navegador.

No Brasil, o histórico da Internet foi acompanhado de perto pelo governo federal com a criação de organismos e fomento por meio de projetos. A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) e o Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT), dentre outros, empenharam-se na difusão e uso da nova ferramenta. Em maio de 1995 foi criado o Comitê Gestor da Internet (CGI), com o objetivo de coordenar e integrar todas as iniciativas de

serviços Internet no País. Para incentivar o uso e difundir a tecnologia, o governo lançou em 2000 o programa Sociedade da Informação cujas propostas iniciais foram publicadas no Livro Verde, publicação que continha as metas de implementação do programa, para que fossem discutidas e amadurecessem para a produção de um livro branco. Este projeto, no entanto, foi descontinuado, mas a ideia de discussão para difusão e uso foi mantida por meio de outros projetos, como o *Rally Digital* entre outros.

As possibilidades vislumbradas fizeram avançar diversos projetos. Iniciativas de acesso à informação e oferta de serviços começaram a surgir. À época do ano 2000 despontavam as bibliotecas virtuais, que permitiam acesso e disponibilidade antes inimagináveis às bibliotecas físicas.

O crescimento da Internet e a possibilidade de publicação de informação de forma fácil, sem a necessidade de intervenções por parte de editores ou representantes, proporcionaram a multiplicação de fontes de informação disponíveis. A princípio, a Internet foi muito utilizada para a divulgação de informações sobre serviços e produtos disponíveis na forma física. Ou seja, utilizado para consolidar o que já estava disponível fisicamente.

Segundo Hortinha (2001, p. 119), os novos consumidores valorizam: valor, preço, customização, velocidade, conveniência, facilidade, personalização, comprar num único local e ter acesso a soluções integradas, livre serviço, resposta às mensagens. O usuário pode fazer transações comerciais pelo telefone, ou ler notícias de seu interesse pelo celular, escolher qual filme deseja assistir em sua TV, e a TV digital permitirá também que outras portas se abram. As pessoas querem “produtos e serviços cada vez mais simples, com valor agregado e tratamento personalizado ao menor custo possível” (VASQUEZ, 2006, p. 30). Os novos consumidores de informação querem a possibilidade de interagir com o conteúdo que acessam, ou seja, um canal colaborativo para disseminar e trocar informações e experiências.

Para Brinkley (1999, p.8-15), o “*web site* é o melhor meio para promover e publicar os serviços oferecidos pela biblioteca”.

Amaral (2005, p. 32) afirma que a possibilidade de uso potencial dos *web sites*, considerando as facilidades que podem propiciar à comunidade interessada,

nem sempre é observada ou utilizada por completo, o que pode ser devido à dispersão do assunto na literatura.

As características da informação eletrônica podem ocasionar vantagens e desvantagens, acesso a uma grande quantidade de informação e a necessidade de conhecimentos técnicos com relação a conexões, aplicativos, às vezes até o conhecimento de outros idiomas.

Dentre as características da Internet estão a facilidade de explorar idéias, a possibilidade de interação, de trabalhar com um grande volume de recursos e serviços, o conforto e economia de tempo e, um dos maiores incentivos, o acesso a grande quantidade de informação a baixo custo. Entretanto, se a quantidade e diversidade de informação são pontos positivos, a desorganização e falta de estrutura, assim como falta de ferramentas eficientes para a recuperação destas são fortes pontos negativos.

Assim, a necessidade de implementar novas tecnologias a partir de planejamento e gerenciamento, como o de *websites*, são precisos. Sabendo que a implementação destes dá-se de início com o objetivo de marcar presença na Internet e acompanhar a evolução dos negócios, Amaral (2005, p. 29) destaca que as páginas da *web* chamam a atenção quanto ao uso, atuando como um elo entre biblioteca, bibliotecários e usuários.

Considerando o aspecto da comunicação, a vantagem da Internet no relacionamento com o público, segundo Aschcroft e Hoey (2001) relaciona-se a:

- a) velocidade na comunicação e entrega quase imediata de produtos;
- b) interatividade, ou seja, um processo de duas vias que permite aos usuários e ao provedor de serviços se comunicarem;
- c) possibilidade do provedor de serviços conhecer o cliente e suas necessidades, dando a oportunidade de oferecer produtos de acordo com essas necessidades;
- d) oferta de um fórum ideal para comunicação e interação, por meio de grupos de discussão, videoconferências, listas de *e-mail*, dentre outros, sem requerer a presença física e sem restrições de tempo.

Guimarães (1999/2000) sugere que

o *website* utilizado como instrumento de promoção, pode ajudar a biblioteca a melhorar sua imagem junto à comunidade e junto à

respectiva organização mantenedora, divulgando ou informando aos usuários sobre a disponibilidade e os benefícios de seus serviços e produtos de informação, de modo a estimular o uso dos mesmos.

Segundo Amaral (2005, p. 23), apesar do potencial da *web* de possibilitar o alcance de um grande número de usuários em menor tempo e ainda novas tecnologias que permitem combinações de produtos/serviços que podem ser adequados a expectativas, necessidades e interesses dos usuários, persistem problemas no desenvolvimento de atividades ou técnicas promocionais. Amaral lembra que apesar de existirem documentos sobre planejamento e gestão de *websites*, estes estão dispersos na literatura de diversas áreas e essa dispersão pode prejudicar o desenvolvimento das atividades citadas.

Para Chleba (2000, p. 19), as forças do marketing digital são: interatividade, personalização, globalização, interação, aproximação, convergência e democratização da informação. “Cada uma delas oferece uma nova dimensão à comunicação e ao relacionamento da biblioteca no seu mercado de atuação por meio de seu *website*.”

Amaral (2005, p. 32-33) afirma que a possibilidade do usuário de encontrar a informação ou “facilidade que deseja” é uma exigência crescente dos usuários e a oferta de mais serviços de informação e transações on-line são percebidos como diferenciais.

Assim, a possibilidade de interagir com os usuários deve ser explorada pelas bibliotecas, principalmente pelas facilidades oferecidas por ferramentas tecnológicas como os RSS, o *twitter*, os *chats*, os *fóruns*, dentre tantos outros. A biblioteca deve deixar de ser fonte de consulta para se tornar fonte de troca de informação, geração e produção de conhecimento, utilizando o ferramental tecnológico disponível para manter contato constante com seus usuários, antecipando-se inclusive às suas necessidades de informação.

Depois do surgimento da Internet, a quantidade de ofertas de serviços de informação na *web* aumentou significativamente. A informação é rapidamente difundida na Internet e em todo mundo em questões de segundos. Com o objetivo de diminuir a sobrecarga de informação, talvez até a chamada ansiedade de informação, e auxiliar na busca de determinadas informações é interessante a utilização de técnicas que permitam direcionar produtos e serviços a um público com determinadas características e assim potencializar seu uso e/ou aquisição. Para que

isso seja possível, deve-se “utilizar técnicas de marketing direto ou customizado, em vez de utilizar uma divulgação igual a todos os clientes, ou seja, o marketing de massa” (TORRES, 2004, p. 25)

A generalização corrente do termo portais *web* leva os usuários a personalizarem aquele ponto de início para algo com aparência e sentimento parecidos consigo mesmo, com o objetivo de especificar o conteúdo que lhe será entregue.

Segundo Aragonés e Hart-Davidson (2002), mais e mais conteúdo *web* também têm oferecido a possibilidade de personalização de portais que entregam diferentes conteúdos para diferentes pessoas, incluindo fundos de página, *links*, informações e outros elementos de conteúdo baseados em seleções feitas de *design* pelo usuário. Se por um lado essa personalização oferece a possibilidade de criar conteúdo para diferentes audiências em diferentes contextos, por outro, a possibilidade de criar um *design* com características personalizáveis oferece um desafio único de acessibilidade

Bonett (2001) afirma que a personalização envolve um processo de recolher informações sobre o usuário durante a interação com este, que é então usada para devolver conteúdo e serviços apropriados, feito sob medida para as necessidades do usuário. O objetivo é melhorar a experiência do usuário no uso do serviço.

A melhora em um ambiente de marketing, citada por Bonett (2001), pode ser compreendida como:

- um serviço melhor ao usuário pela antecipação de necessidades;
- uma interação eficiente e satisfatória para ambas as partes;
- construir um relacionamento que encoraja o cliente a retornar para compras futuras.

Em outra perspectiva, a personalização é descrita como se tratando sobre a “construção da lealdade do cliente pela construção de uma relação significativa de um-para-um.”

A satisfação do usuário é o objetivo final da personalização. Uma vez que as necessidades do usuário são estabelecidas, regras e técnicas, como “filtros colaborativos” são usados para decidir que conteúdo pode ser apropriado.

Com a explosão da informação, o usuário tem reservado cada vez mais seu tempo e atenção para o que realmente lhe interessa, ou seja, a oferta de produtos e

serviços oferecidos tem de obter novas formas de atrair seu público alvo. Para isso, as tradicionais estratégias de marketing de massa, como a televisão e o rádio, estão sendo preteridas pelas formas de divulgação pela Internet, que permitem a participação interativa do usuário, até mesmo para a personalização dos serviços de informação do seu interesse.

Para Torres (2004, p. 25), a personalização é uma “técnica utilizada para recomendar produtos aos consumidores, com base em seus perfis de consumo.” Em seu trabalho, o autor refere-se à personalização como uma ferramenta de (*Customer Relationship Management* (CRM), ou seja, a Administração do Relacionamento com o Cliente. Esta pode se dar a partir de uma espécie de “entrevista de referência” onde as informações coletadas permitem delinear as necessidades de informação do usuário e apresentar apenas aquilo que lhe interessa, a partir de um filtro criado com as informações descritas pelos próprios usuários.

A personalização permite encontrar clientes a partir da adaptação de determinado produto ou direcionamento de produtos específicos para uma clientela com determinado perfil. A partir da identificação da preferência de um determinado cliente é possível oferecer produtos que podem interessá-lo. Um exemplo simples é observar o comportamento na navegação de um usuário dentro de um *website* de compras. Identifica-se que este usuário tende a adquirir livros técnicos da área de informática, em sua maioria na área de sistemas. A partir desta observação, pode-se inferir que há maior probabilidade de que os produtos ofertados sobre esse tema possam interessá-lo. O raciocínio da personalização é observar o comportamento do usuário e, a partir desta observação, delinear o seu perfil e identificar os produtos e serviços que poderiam atender sua necessidade de informação.

Os principais objetivos da personalização, de acordo com Torres (2004, p. 27), são:

- (1) aumentar a fidelização: considerando que manter um cliente é mais vantajoso do que conquistar um novo, a personalização permite oferecer um serviço diferenciado, aumentando sua satisfação;
- (2) aumentar o lucro: a personalização permite o aumento da venda casada, aumentando também o número de transações por cliente.

No caso da oferta de produtos e serviços sem fins lucrativos, a personalização permitiria também o aumento do fluxo de navegação principalmente na oferta de um serviço diferenciado.

Torres (2004, p. 27) afirma que a personalização oferece vantagens como a possibilidade de:

- a. diminuir o tempo que os clientes levam para encontrar bons produtos;
- b. proporcionar maior conveniência para efetivar a compra;
- c. aumentar a satisfação dos clientes em virtude de um atendimento que corresponda às suas expectativas.

Torres (2004, p. 29) classifica os sistemas de personalização a partir das informações utilizadas na personalização (o que é analisado no perfil do cliente), pela forma de apresentação das recomendações (como as ofertas de produtos e serviços serão apresentadas para o cliente), pelo público alvo (personalização de sistema institucional ou comercial) e ainda de acordo com as técnicas utilizadas para a geração da personalização como sistemas de recomendação comerciais, filtragem colaborativa automática, filtragem baseada em conteúdo e outras.

Deve-se destacar que o desenvolvimento de uma ferramenta que utilize a personalização deve ser planejado, principalmente pela característica flexível que a análise precisa permitir com relação à: escalabilidade, preço, rapidez de implantação à qualidade das recomendações. Para que isso seja possível, algumas etapas devem ser seguidas (TORRES, 2004, p. 32) como:

1. Identificação do cliente;
2. descoberta dos hábitos de consumo deste;
3. geração de recomendações.

Estas etapas podem ser verificadas também como objetivos de um estudo de usuário e algumas tecnologias podem ser utilizadas. Na identificação do usuário, por exemplo, o uso de tecnologias como *cookies* ou ainda *login* de acesso podem auxiliar. Entretanto, na identificação de hábitos de consumo pode ser necessária maior interação do usuário com o *website*.

A identificação dos hábitos de consumo dos usuários pode ser obtida de forma implícita ou explícita. Na forma implícita é analisado o uso do sistema pelo usuário, ou seja, é feito o rastreamento do seu comportamento para a criação de um perfil. Seu histórico de compras ou de navegação também pode ser analisado. Essa

é uma forma muito usada, já que exige pouco ou nenhum esforço do usuário, basta que ele utilize o *website*, adquirindo produtos ou utilizando serviços. Esse tipo de coleta de informações pode resultar no desenvolvimento de perfis inverídicos, já que o usuário pode utilizar o *website* ou serviço para adquirir produtos e serviços para outras pessoas ou obter resultados insatisfatórios sobre o perfil de consumo do usuário. A solução, proposta por Torres (2004, p. 36), seria a possibilidade de o usuário alterar manualmente seu perfil.

Outra forma de descobrir os hábitos de consumo dos usuários é a partir da coleta explícita de dados, ou seja, o usuário informa suas preferências, seja a partir de um cadastro, ou por meio de um retorno ao *website*, informando se o produto ou serviço consumido foi satisfatório. Desta forma, um perfil preliminar é criado e modificado a cada interação do usuário, este é o responsável por seu perfil. A desvantagem nesta coleta é a necessidade de interação para a construção do perfil já que muitos usuários não têm paciência para realizar tal tarefa. A recomendação é que o perfil seja criado de forma implícita, mas permita alterações de forma explícita.

2.9 Portais e personalização de serviços de informação

O desenvolvimento da Internet, evoluindo para o que alguns chamam de Web 2.0, facilitou a criação de um espaço mais colaborativo, onde os usuários podem utilizar-se de serviços virtuais e contribuir para a produção de informação na Internet. Pode-se considerar aqui o surgimento dos *blogs*, das listas de discussão e de outras ferramentas. Antes delas, o usuário era apenas consumidor e agora é também produtor.

A possibilidade de produzir informação por parte do usuário resultou em um reforço da necessidade de organizar e encontrar a informação desejada pelos mesmos usuários que produzem informação. Muitas vezes, a informação desejada está dispersa pela Internet ou mesmo em bases de dados, dificultando o acesso e o exercício de atividades inerentes. A necessidade localizar a informação desejada ocasionou o surgimento de ferramentas de busca e dos chamados Portais, que

permitem reunir informações e auxiliam a navegação e procura pela informação desejada.

Para Joint (2005, p. 337),

o termo “portal” significa um tipo de serviço de recuperação de informação, alimentada por uma ferramenta de busca que permite acesso ao conteúdo. Considerando que “*gateway*” ou “*hubs*” apresentam simplesmente descrições para fontes de informação e conteúdo, portais oferecem aos usuários ambas as descrições e ainda um meio de obter os objetos descritos pelos usuários.

Na definição de portal, apresentada por Joint (2005, p. 337), a rede de recuperação de informação é potencializada por uma ferramenta de busca. Essas ferramentas de busca surgiram e foram potencializadas pelo crescimento da Internet. Entretanto, segundo Sadeh e Walker (2003, p. 12)

Um portal é um *website* ou serviço web que oferece conteúdo informacional para servir a uma comunidade específica. Portais web incluem serviços online de grande porte como AOL ou MSN, assim como serviços destinados a comunidades bem específicas [...] Um aspecto universal dos Portais Web, entretanto, e que eles permitem aos usuários receber notícias, encontrar e falar com outras pessoas, construir comunidades, e localizar links para outras fontes web de comum interesse.

Assim, os portais incluiriam além de ferramentas de busca, serviços relacionados a notícias, ferramentas sociais, diretórios de conteúdos e recursos *web* de interesse comum.

Para Dias (2001, p. 50), um portal apresenta vários benefícios, como por exemplo, a facilidade de acesso à informação. Entretanto, a facilidade de acesso está “intrinsecamente relacionada à facilidade de uso, aprendizado e satisfação do usuário, isto é, à usabilidade de sua interface *web*.”

Existem divergências com relação ao conceito adotado na língua inglesa. Identificou-se na literatura os termos portal e *gateway*. Apenas para esclarecimento sobre a definição, considera-se a afirmação de Michalak (2005, p. 2-3) sobre a diferença existente entre os termos portal e *gateway*

[...] sobre o uso da palavra “portal”, bibliotecários queixam-se frequentemente de que se trata de um termo sobrecarregado que não define precisamente o novo nível desejado de acesso, e alguns prevêm que o termo em breve deverá desaparecer. Talvez, mas por agora o termo mantém frescor e força. A comunidade bibliotecária e

de informação continua a ser cativada pela idéia de um simples portal (*gateway*), uma passagem para um mundo de informação mais organizado. A palavra portal, enquanto mantiver sua definição tradicional no dicionário de “porta, entrada ou portão, uma entrada ou meio de entrada, um portal do conhecimento”, é um termo flexível o suficiente, e metafórico o suficiente para permitir seu uso em uma das visões particulares de portal (*gateway*) da informação na nova era.

Segundo Jackson (2002, p. 36), enquanto a comunidade bibliotecária e de tecnologia da informação não chegam a um acordo sobre a definição de portal, cresce o consenso sobre as características e funções destes. Entretanto, Michael Looney, co-fundador do portal da companhia GoCampus, Inc. e Peter Lyman, da School of Information Management and Systems na University of California, Berkeley, Estados Unidos, oferecem uma definição. Para Looney e Lyman (2000, p.31) os portais trazem uma variedade de recursos de informações úteis em uma única “*one-stop*” página *web*, que permite aos usuários personalizar suas fontes de informação pela seleção e visualização da informação que eles consideram pessoalmente úteis.

Com relação à definição de portal, Dias (2001, p. 51) afirma que o que hoje é conhecido como portal, antes era considerado uma máquina de busca, que tinha por objetivo facilitar o acesso à informação espalhada pela Internet.

Freitas, Quintanilla e Nogueira (2004, p. 21) corroboram com a autora, quando afirmam que

os portais *web*, como são denominados agora em 2003, surgiram da evolução natural dos *sites* de busca, conhecidos como máquinas de busca. O objetivo desses *sites* era facilitar a localização das informações na WWW utilizando-se de pesquisas booleanas e navegação associativa entre *links* [...] O passo seguinte dessa evolução foi a inclusão de outras funções como a aplicação dos conceitos de comunidade virtual e suas listas de discussão, *chats* em tempo real, uso dos recursos de personalização dos *sites* de busca e acesso a conteúdos especializados e comerciais.

Sobre os objetivos e funções, os primeiros portais da *web* eram portas para conteúdos, que combinavam ferramentas de busca com listas pré-compiladas de *links* relacionados por tópicos. Muitos desses portais eram de interesse e com apelo ao público. Um exemplo é o Yahoo! que combina uma ferramenta de busca e personalização a partir do MyYahoo (notícias, finanças, compras e outros). Além disso, outros portais vem evoluindo de provedores de serviço de Internet a portais,

começam como ponto de início para outros *websites* e acabam incorporando ferramentas de busca e assistentes de navegação. Este exemplo permite visualizar como ocorre a expansão e a busca por oferecer valor agregado aos serviços como comunidades virtuais e *websites* relacionados como compras, viagens e finanças além de serviços gratuitos como o *e-mail*.

Portais de Biblioteca, segundo Sadeh e Walker (2003, p. 12), são uma subcategoria dos portais *web* e servem especificamente para comunidades acadêmicas de pesquisa. De acordo com os autores

Portais de biblioteca tipicamente oferecem uma porta para os recursos oferecidos pelas instituições por meio de uma lista para os usuários ou ainda por meio de *links* diretos para a interface nativa de cada recurso. Estas listas estão disponíveis em diversas bibliotecas de *web sites* hoje, embora muitos sites ofereçam apenas listas alfabéticas [...] oferecem facilidades como recursos de busca para ajudar os usuários a identificar o recurso mais apropriado para suas pesquisas (SADEH; WALKER, 2003, p. 13)

Existem também portais de busca *web* que têm como objetivo orientar os consumidores na busca por compras na Internet. Esses portais buscam informar e guiar os consumidores na realização de suas compras pela Internet. A principal diferença entre um portal de busca e esse tipo de portal de consumo é a forma. O primeiro abre porta para outros *websites* e o último é um destino em si, mas precisa proporcionar suporte seguro para realizar transações eletrônicas, além de oferecer alto nível de suporte.

Considerando o caráter livre da Internet é necessário que além dessas características sejam considerados também o tamanho e complexidade dos portais, a qualidade da informação, a questão de agregar informações, os serviços prestados, como ferramentas de busca e a interação com os usuários. Assim, para uma compreensão maior sobre os portais pode-se classificá-los de acordo com:

- (1) seu nível de aprofundamento: que pode ser horizontal, quando, segundo Almeida (2004, p. 66) não enfoca nenhum tema ou serviço em profundidade mas de forma geral e oferece uma variedade de serviços e conteúdos em diversas áreas com *links* para outros *sites web* ou vertical, quando oferece um conteúdo aprofundado com foco para um público com menos interesse em determinada temática;

- (2) seu conteúdo: que pode ser geral, quando não há foco em determinado assunto, especializado ou temático com foco em determinado assunto ou temática, compreendido de forma mais evidente;
- (3) seu público: público em geral, governamental ou corporativo. Essa classificação, será melhor detalhada a seguir.

A classificação de portais *web* com relação ao público a que se destinam pode ser de três tipos: portais públicos, governamentais e corporativos. A diferença entre estes se refere ao tipo de usuários a que se destinam e além dos propósitos a que atendem.

Com relação aos portais públicos, Dias (2001, p. 53) afirma que

O portal público, também denominado portal Internet, portal *web* ou portal de consumidores prove ao consumidor uma única interface na imensa rede de servidores que compõem a Internet. Sua função é atrair, para o seu *site*, o público em geral que navega na Internet [...] o portal público estabelece um relacionamento unidirecional com seus visitantes e constitui-se em uma mídia adicional para marketing de produtos.

Para visualização mais clara dos portais públicos, Eckerson (1999 *apud* DIAS, 2004, p. 7) propõe a compreensão a partir do quadro 4, onde os portais públicos são divididos em três gerações:

Quadro 4: Gerações dos portais públicos

Geração	Categoria	Característica das gerações dos portais públicos
Primeira	Referencial	Máquina de busca, com catálogo hierárquico de conteúdo da Web. Cada entrada do catálogo contém uma descrição do conteúdo e um <i>link</i> .
Segunda	Personalizado	O usuário, por meio de um identificador e uma senha, pode criar uma visão personalizada do conteúdo do portal, conhecida como "Minha_Página". Essa visão mostra apenas as categorias que interessam a cada usuário. O portal pode avisar ao usuário sempre que um novo conteúdo for adicionado às categorias por ele assinaladas.
Terceira	Interativo	O portal incorpora aplicativos, tais como correio eletrônico, <i>chat</i> , listas de discussão, cotação da bolsa, comércio eletrônico, leilões, permitindo ao usuário interagir com o portal e com seu provedor de conteúdo. Os usuários podem selecionar essas aplicações para suas páginas pessoais.

Fonte: Dias, 2004, p. 7

Os portais governamentais permitem um ganho significativo pelo governo, pois se constituem em um novo canal de comunicação. Nos portais governamentais, há um aumento na possibilidade de compartilhar informação e abrir espaço para os cidadãos, servidores públicos, comércio e até mesmo outros governos. As transações governamentais podem ser acompanhadas de perto por todos os

interessados, o que, segundo Townsend, Riz e Schaffer (2004), permite alcançar a aceitação pública e favorece a popularidade do governo. Além disso, a oferta de serviços públicos por meio de portais permite maior celeridade por parte do governo, o que pode ser economicamente mais produtivo, pois permite o incremento de serviços ou redução de taxas.

A Internet, por seu perfil democrático e espontâneo, tem se mostrado eficaz como estimuladora do compartilhamento de informações e conhecimentos. E isso foi percebido pelas organizações.

Os portais são usados para chegar ao público. As organizações também têm se apressado a atingir seu respectivo público por meio de portais. Os portais corporativos, também são conhecidos como portais empresariais, portais informacionais e portais de decisão. São criados com o objetivo de organizar e categorizar informação na empresa, muitas vezes disponíveis na sua intranet.

Os portais corporativos são desenhados para prover novas formas de seus usuários obterem informação, aperfeiçoar a busca, melhorar a navegação e talvez oferecer a possibilidade de personalização. Mas estes portais também possuem requisitos adicionais de consolidação de diversas aplicações e recursos de informação e ainda de mecanismos mais eficientes de colaboração. Essas funcionalidades mais sofisticadas requerem além do suporte, treinamento de seus usuários.

Segundo Shilakes e Tylman (1998), os portais corporativos ou portais de informações empresariais são

aplicativos que permitem às empresas libertar informações armazenadas interna e externamente, provendo aos usuários uma única via de acesso à informação personalizada necessária para a tomada de decisões de negócios.

Townsend, Riz e Schaffer (2004) afirmam que alguns portais corporativos são sucessores de sistemas de suporte à decisão (*Decision Support Systems – DSS*) do final dos anos 1990. São concebidos para prover informações para os trabalhadores do conhecimento (em inglês *knowledge workers*) ou “empoderados” (em inglês *empowered employees*).

A questão relacionada à gestão do conhecimento é o objetivo chave para os portais corporativos, considerando a necessidade dos usuários em encontrar dados

e informação quando precisam dela, visto que isso não é tão fácil como parece, mas principalmente por permitirem o acompanhamento com velocidade e intensidade necessárias para o desenvolvimento de inovações, tecnologias e inteligência para a tomada de decisão (SCHMITZ, CARVALHO, BENEVENTO, 2008).

Eckerson (1999) e DIAS (2004) propõem uma classificação para estes portais. De acordo com a classificação, os portais podem se dividir em quatro gerações marcadas por diferentes características observadas no quadro 5.

Quadro 5: Gerações dos portais corporativos

Geração	Categoria	Características
Primeira	Referencial	Ênfase na gerência do conteúdo e na disseminação em massa de informações corporativas. O usuário tem o recurso da máquina de busca
Segunda	Personalizado	O usuário pode criar uma visão personalizada do conteúdo do portal e ter acesso a mesma através de uma senha de identificação. O portal passa a notificar o usuário quando novo conteúdo de seu interesse é disponibilizado. Essa geração privilegia a disseminação seletiva de informação. Os usuários também podem publicar documentos no repositório corporativo
Terceira	Interativo	Foco no aspecto colaborativo
Quarta	Especializado	Ênfase na integração de aplicativos corporativos com o portal. Os portais ficam fortemente baseados em funções profissionais como vendas, recursos humanos, finanças, produção e outras.

Fonte: adaptado de Dias, 2004, p. 9

O conhecimento, obtido por meio da gestão da informação e das pessoas, é um ativo de grande valor para o ambiente corporativo. Logo, ferramentas que potencializem a criação e o uso deste ativo são muito importantes.

A criação dispersa ou desorganizada de informação pode prejudicar o desenvolvimento de atividades de uma organização. O aproveitamento de tecnologias que permitam estruturar essa atividade otimiza e potencializa o conhecimento da organização.

Um levantamento realizado por Carvalho e Ferreira (2001) aponta as tecnologias enquadradas nos modos de conversão do conhecimento, propostos por Nonaka e Takeuchi (1997) no quadro 6.

Quadro 6: Tecnologias de informação para a Gestão do Conhecimento

<p>Socialização</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapa do conhecimento - Portais do conhecimento 	<p>Externalização</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Groupware</i> - <i>Workflow</i> - Sistemas baseados em inteligência artificial - Portais do conhecimento
<p>Internalização</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ferramentas de suporte à inovação 	<p>Combinação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intranet - Gerenciamento Eletrônico de Documentos - <i>Business Intelligence</i> - Inteligência competitiva - Portais do conhecimento

Fonte: Carvalho, Ferreira, 2001

Ao observar o quadro 6 apresentado por Carvalho e Ferreira (2001), os portais do conhecimento estariam presentes em quase todos os modos de conversão do conhecimento. Isto pode sinalizar a potencialidade da ferramenta na utilização do processo de gestão do conhecimento e da informação.

Os portais apresentam a possibilidade de colaboração e interação maior que a possibilidade de uma intranet, pois permitem também uma integração de sistemas diversos em uma “única porta de entrada”. Terra e Gordon (2002) corroboram com essa idéia, quando afirmam que o portal simplifica o acesso às informações e aplicações. Várias são as justificativas para a utilização do portal, entretanto, a principal é a “capacidade de suportar, dentro de um único ambiente, várias práticas para gestão do conhecimento organizacional”. (TERRA; GORDON, 2002).

Eckerson (*apud* Dias, 2001) resume na tabela 7 os principais requisitos esperados de um portal corporativo.

Quadro 7: Requisitos mínimos de um portal corporativo

Requisito	Descrição
Facilidade para usuários eventuais	Os usuários devem conseguir localizar e acessar facilmente a informação correta, com o mínimo de treinamento, não importando o local de armazenamento dessa informação. Encontrar informações de negócios no portal deve ser tão simples quanto usar um navegador <i>web</i> .
Classificação e pesquisa intuitiva	Os usuários devem conseguir localizar e acessar facilmente a informação correta, com o mínimo de treinamento, não importando o local de armazenamento dessa informação. Encontrar informações de negócios no portal deve ser tão simples quanto usar um navegador <i>web</i> .
Compartilhamento cooperativo	O portal deve ser capaz de indexar e organizar as informações da empresa. Sua máquina de busca deve refinar e filtrar as informações, suportar palavras-chave e operadores booleanos, e apresentar o resultado da pesquisa em categorias de fácil compreensão.
Conectividade universal aos recursos informacionais	O portal deve permitir aos usuários publicar, compartilhar e receber informações de outros usuários.
Acesso dinâmico aos recursos informacionais	Por meio de sistemas inteligentes, o portal deve permitir o acesso dinâmico às informações nele armazenadas, fazendo com que os usuários sempre recebam informações atualizadas.
Roteamento inteligente	O portal deve ser capaz de direcionar automaticamente relatórios e documentos a usuários selecionados.
Ferramenta de inteligência de negócios integrada	Para atender às necessidades de informação dos usuários, o portal deve integrar os aspectos de pesquisa, relatório e análise dos sistemas de inteligência de negócios.
Arquitetura baseada em servidor	Para suportar um grande número de usuários e grandes volumes de informações, serviços e sessões concorrentes, o portal deve basear-se em uma arquitetura cliente-servidor.
Serviços distribuídos	Para um melhor balanceamento da carga de processamento, o portal deve distribuir os serviços por vários computadores ou servidores.
Definição flexível das permissões de acesso	O administrador do portal deve ser capaz de definir permissões de acesso para usuários e grupos da empresa, por meio dos perfis de usuário.
Interfaces externas	O portal deve ser capaz de se comunicar com outros aplicativos e sistemas.
Interfaces programáveis	O portal também deve ser capaz de ser "chamado" por outros aplicativos, tornando pública sua interface programável.
Segurança	Para salvaguardar as informações e prevenir acessos não autorizados, o portal deve suportar serviços de segurança e criptografia bem como possibilitar auditoria dos acessos a informações, das alterações de configuração etc.
Fácil administração	O portal deve prover um meio de gerenciar todas as informações corporativas e monitorar o funcionamento do portal de forma centralizada e dinâmica. Deve ser de fácil instalação, configuração e manutenção, e aproveitar, na medida do possível, a base instalada de hardware e software adquirida/contratada anteriormente pela organização.
Customização e personalização	O administrador do portal deve ser capaz de customizá-lo de acordo com as políticas e expectativas da organização, assim como os próprios usuários devem ser capazes de personalizar sua interface para facilitar e agilizar o acesso às informações consideradas relevantes.

Fonte: Dias, 2001

A partir dos requisitos mínimos de um portal corporativo proposto por Dias (2001), pode-se observar que houve uma evolução dos portais, de simples

mecanismos de busca para sua forma de organização de documentos categorizados, passando a integrar outras funções como fóruns, listas de discussão, *chats*, comunidades virtuais, dentre outras.

3 PROBLEMA DE PESQUISA E JUSTIFICATIVA

Em 1990, o Ministério da Educação criou o Programa Nacional de Bibliotecas de Instituições de Ensino Superior (PROBIB) de responsabilidade da Secretaria de Educação Superior (SESU), com o objetivo de distribuir livros eletrônicos e periódicos para todas as instituições de ensino superior brasileiras.

Em 1994, por meio de uma ação conjunta entre a CAPES, a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (SESU/MEC) o programa foi dividido, cabendo à CAPES a responsabilidade na aquisição de periódicos e à SESU a distribuição de livros. Assim, em 1995, a CAPES criou o Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) e iniciou repasse de recursos às instituições de educação superior (IES).

Apesar do repasse da CAPES para as instituições participantes do PAAP, verificou-se que uma série de problemas continuava acontecendo como a falta de recursos suficientes para adquirir os periódicos impressos necessários, falhas nas coleções assinadas devido a não entrega de alguns exemplares por parte da editora responsável, falta de espaço físico nas bibliotecas e inclusive furtos de periódicos. Dentre estes problemas, a CAPES identificou que muitas bibliotecas recebiam exemplares repetidos de suas coleções de periódicos, enquanto algumas bibliotecas não recebiam os periódicos solicitados.

No ano de 1999, por ocasião de um corte no orçamento frente a desvalorização do Real em relação ao Dólar, a Capes sentiu necessidade de reformular o PAAP. A reformulação teve por objetivo amenizar problemas relativos ao corte de verbas e complementar as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas das instituições atendidas pelo programa, que culminou com a decisão da CAPES de criar uma biblioteca virtual, aproveitando o desenvolvimento desta ferramenta no final da década de 1990. Essa biblioteca virtual manteria e forneceria informações por meio do uso de periódicos eletrônicos. Em maio deste mesmo ano foi criado o Programa Biblioteca Eletrônica (ProBE). Apoiado pela FAPESP, o programa tinha por objetivo apoiar o desenvolvimento da pesquisa científica no Estado de São Paulo a partir do acesso a diversos periódicos e bases de dados

O Governo Federal, representado pelo Ministério da Educação, e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), atuando no projeto Sociedade da Informação e aproveitando da oportunidade oferecida pela novidade das bibliotecas virtuais, criou no ano de 2000 o Portal de Periódicos da CAPES, com o objetivo de reduzir as disparidades regionais e ampliar o acesso à informação científica atualizada para a comunidade acadêmica brasileira a partir da democratização no uso da informação disponível no Portal.

Em novembro de 2000, o Portal de Periódicos atendia a um público constituído de professores, pesquisadores, estudantes de graduação e pós-graduação e pessoal técnico-administrativo de 71 instituições de ensino superior. Em janeiro de 2010, o Portal já atende 311 instituições em todas as regiões do país.

Considerando que o ProBE teve apenas atuação estadual e foi incorporado ao Portal de Periódicos pouco depois de lançado, o Portal tornou-se um caso único, fazendo com que a CAPES fosse considerada pioneira em fornecer informação científico-tecnológica em formato eletrônico de forma federal. Além disso, o incremento anual de publicações em sua coleção fez com que o Portal se tornasse um dos maiores bancos de dados em informação técnico-científica do mundo, ao contar em janeiro de 2010 com 22.059 títulos de periódicos disponíveis para a comunidade acadêmica atendida.

Pode-se afirmar que a utilização do Portal de Periódicos da CAPES pelas bibliotecas otimiza o acesso à a informação a custos mais baixos, conforme gráfico divulgado no ano de 2009, apresentado a seguir que mostra o custo do acesso em dólares americanos (US\$).

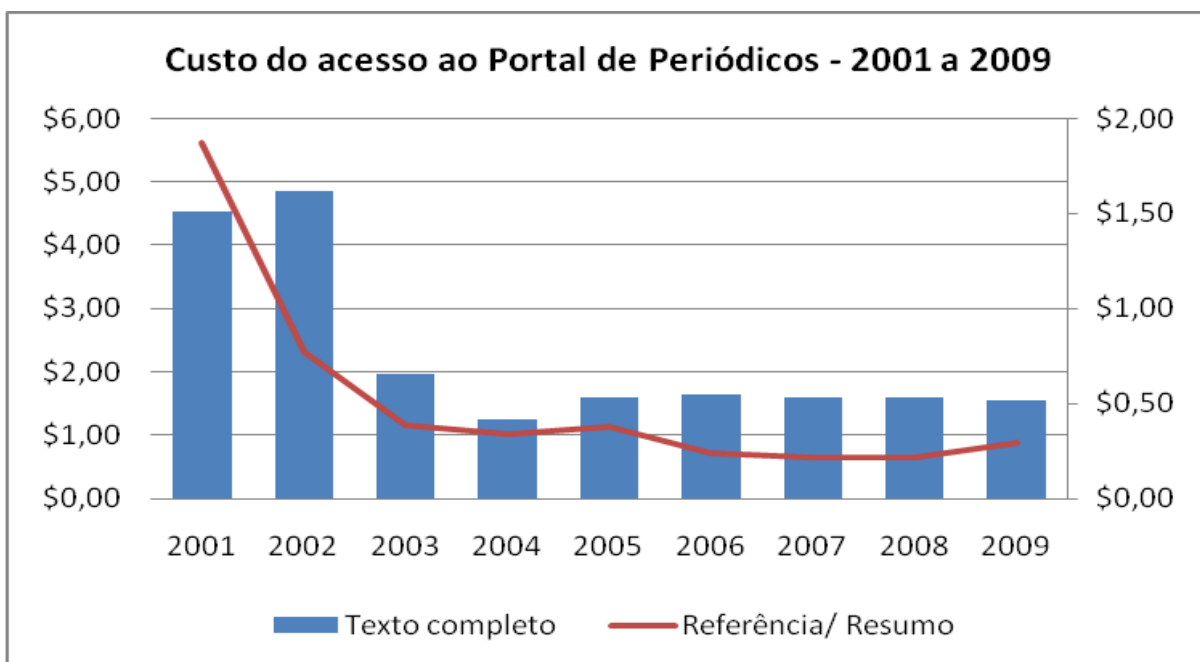


Gráfico 1: Evolução do custo de acesso ao texto completo, às referências e resumos no período de 2001 a 2009.
 Fonte: CAPES, 2009.

Além disso, o Portal oferece acesso irrestrito às informações técnico-científicas mais atualizadas e favorece o compartilhamento de pesquisas em nível internacional, como mostra o gráfico 2.

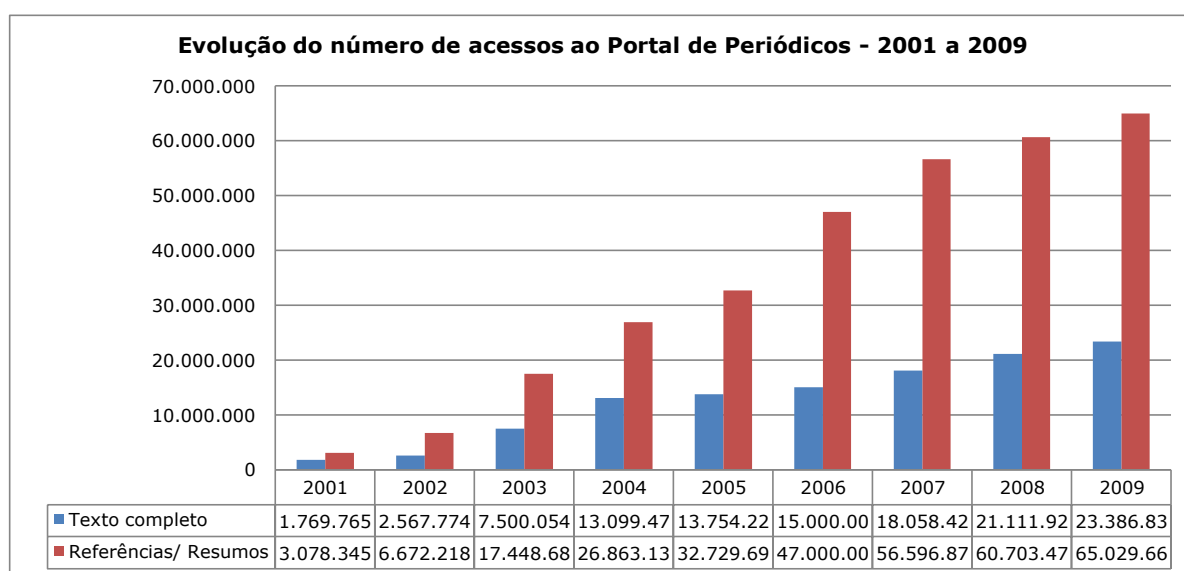


Gráfico 2: Evolução do número de acessos ao Portal de Periódicos - 2001 a 2009
 Fonte: CAPES, 2009.

Entretanto, o Portal de Periódicos sofreu poucas alterações em seu *layout* ao longo dos anos, apesar dos incrementos anuais nas coleções disponíveis. O aumento no número de publicações disponíveis pelo Portal gerou

consequentemente uma demanda maior por parte de seus usuários, que começaram a sentir dificuldades para recuperar as informações desejadas.

Em 2007 um estudo sobre o uso das coleções oferecidas pelo Portal foi realizado em parceria com a UNESCO e em 2008, a CAPES, a partir da parceria com a Rede Nacional de Pesquisa e Ensino (RNP), iniciou o Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica do Portal de Periódicos. O projeto iniciou-se com o levantamento de requisitos elaborado pela Coordenação Geral de Informática (CGIN) e pela Coordenação-Geral do Portal de Periódicos (CGPP) da CAPES. A partir deste levantamento, vários estudos foram elaborados e viagens técnicas realizadas. Estas ações culminaram na contratação da empresa ExLibris, responsável pela elaboração de várias soluções para bibliotecas, onde foram adquiridos os softwares SFX, MetaLib e Verde para auxiliarem na gestão de contratos e acervo do Portal, além de possibilitar a busca por conteúdo adquirido pelo Portal por meio de um metabuscador (funcionalidade há muito desejada pelos seus usuários). Ao considerar também a necessidade de facilitar o uso do Portal por seus usuários, foram implementados outros novos softwares como o Joomla, que permite uma interface amigável e a personalização do conteúdo visualizado pelos usuários, além do EzProxy, responsável pela possibilidade de acesso remoto ao Portal de Periódicos, que atenderia outra reivindicação de seus usuários. Durante o desenvolvimento do projeto um grupo de trabalho, da qual participaram as *helpdesks* do Portal, dentre outros representantes das instituições participantes, receberam treinamento no novo sistema e realizaram testes de uso e análises sobre as alterações.

Considerando a importância do Portal de Periódicos para o desenvolvimento da pesquisa em ciência e tecnologia no Brasil, que no ano de 2009 atingiu o 13º lugar no *ranking* mundial de produção científica, de acordo com a base *National Science Indicators (NSI)* da Thomson Reuters, os estudos relativos ao Portal são fundamentais. Isto porque, esta ferramenta de pesquisa tem por objetivo contribuir para a qualificação dos recursos humanos de nível superior no País e também para a qualificação dos recursos humanos responsáveis pelo ensino básico, em consonância com nova missão atribuída à CAPES.

É importante para o Governo Federal incentivar o uso do Portal de Periódicos da CAPES, pois o investimento em seu crescimento e nos recursos oferecidos é

alto. Mas existe uma preocupação de melhorar, de modo que as limitações do programa sejam superadas e o Portal possa atingir um número cada vez maior de usuários. Para tanto, é necessário ampliar a oferta dos serviços de informação prestados.

Neste sentido, um estudo sobre a utilização do Portal e a visibilidade que as alterações podem trazer para a melhoria de desempenho e correções das atividades do Portal de Periódicos, considerando a existência de poucos estudos sobre portais e personalização de serviços de informação web pode trazer diversas contribuições, principalmente relacionadas a informações mais atuais e com maior abrangência.

Um estudo com os usuários finais dos serviços oferecidos pelo Portal neste momento seria pouco indicado uma vez que as modificações e aprimoramentos foram implementados em novembro de 2009, ou seja, o período transcorrido até o momento é de aproximadamente seis meses, o que representa o decorrer de período de tempo insatisfatório para a formação de opinião pela comunidade de usuários finais atendidos. Além disso, a data de lançamento dos novos serviços de personalização no Portal foi próxima ao período de férias nas instituições de ensino superior. Conseqüentemente, a utilização do Portal sofre um decréscimo em seu uso neste período, e o contato com os usuários para coleta de dados, fica dificultado. Trata-se de uma população numerosa frente à grande quantidade de usuários atendidos pelo Portal, da qual participavam, até o início de 2010, 311 instituições dentre: instituições federais de ensino superior, instituições de pesquisa com pós-graduação recomendada pela CAPES, instituições públicas de ensino superior estaduais e municipais com pós-graduação avaliada pela CAPES, instituições privadas de ensino superior com pelo menos um doutorado com avaliação trienal nota cinco ou superior pela CAPES e outras instituições de ensino e pesquisa que aderem ao Portal na categoria “usuário colaborador” com acesso restrito às coleções disponíveis.

Diante das restrições apontadas para investigar as opiniões dos usuários finais do Portal sobre os serviços oferecidos, decidiu-se realizar esta pesquisa em nível de mestrado com as instituições participantes do Portal de Periódicos. A partir da lista de instituições participantes do Portal, foram selecionadas para a coleta de dados sobre os novos serviços prestados pelo Portal, as instituições federais de ensino superior. A seleção foi necessária pela diversidade de perfis das instituições

de ensino superior e de pesquisa participantes. A opção pelas instituições de ensino superior federais justificou-se porque, apesar das suas diferenças, essas instituições têm acesso ao Portal incondicional, ao passo que para terem acesso ao Portal algumas instituições dependem de avaliação de seus programas de pós-graduação ou de recomendação da CAPES. Assim, o estudo será desenvolvido com o grupo de profissionais que atuam na mediação dos serviços de informação que são oferecidos pelo Portal aos usuários finais das instituições federais de ensino superior.

Devido ao relacionamento mais estreito dos mediadores com a comunidade de usuários finais do Portal atendida nessas instituições, e ao possível conhecimento mais apurado desses mediadores sobre as necessidades de informação dos usuários finais do Portal de suas instituições, pretende-se por meio desta pesquisa verificar se esses profissionais percebem as alterações funcionais que foram implementadas na ferramenta, bem como o impacto da personalização dos serviços oferecidos aos usuários finais. A interação com os mediadores que prestam serviços de informação a partir do uso do Portal permitirá compreender o impacto da mudança em relação às possibilidades de personalização dos serviços oferecidos pelo Portal para os usuários das instituições que utilizam o Portal. Também foram contatados os bibliotecários que atuavam voluntariamente na prestação de serviços de informação no uso do Portal de Periódicos que são chamados *Helpdesk*. Estes profissionais são indicados pelo Portal devido ao seu conhecimento sobre as coleções disponíveis, os procedimentos de uso do Portal e também pela experiência em buscar a solução de problemas de acesso e atendimento aos usuários do Portal.

Em resumo, o problema de pesquisa é:

Como é vista a mudança relativa à personalização dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores que prestam esses serviços aos usuários finais do Portal, nas IES federais participantes do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos em que eles atuam?

4 OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é:

Verificar, nas bibliotecas das IES federais participantes do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) da CAPES, o impacto das possibilidades de personalização na prestação dos serviços de informação, oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES, pelos mediadores e *helpdesks* aos usuários finais do Portal nessas IES.

Os objetivos específicos são:

- (1) descrever a oferta dos serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES com relação ao seu histórico, aos tipos de serviços oferecidos, seu propósito de abrangência e público a que se destina e possibilidades de personalização;
- (2) identificar e descrever o perfil dos mediadores e *helpdesks* que auxiliam os usuários das IES federais no uso dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES;
- (3) caracterizar e descrever a prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks* nas IES federais em relação às possibilidades de personalização;
- (4) analisar o impacto das mudanças ocorridas na prestação dos serviços aos usuários finais do Portal nas IES federais em que os mediadores e *helpdesks* atuam, em relação à personalização desses serviços.

5 METODOLOGIA

Para a realização de uma pesquisa é necessária a adoção de métodos científicos, que permitam validar os dados coletados e, principalmente, analisar os resultados encontrados.

Esta pesquisa foi exploratória e descritiva com o objetivo de permitir uma maior familiaridade com o fenômeno a ser estudado, seu contexto e significado. Segundo Gil (1996, p. 45),

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. (Gil, 1996, p.45).

Este tipo de pesquisa também permitiu maior refinamento dos dados coletados além de aumentar o grau de objetividade da pesquisa.

5.1 Universo de pesquisa

O objeto de estudo escolhido para ser pesquisado foi o Portal de Periódicos da CAPES. A população usuária do Portal era composta pelos usuários finais de todas as instituições participantes do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) que utilizam os serviços de informação oferecidos pelo Portal e que em janeiro de 2010 totalizaram 311 instituições distribuídas entre:

- instituições federais de ensino superior,
- instituições de pesquisa com pós-graduação avaliada pela CAPES,
- instituições públicas estaduais e municipais de ensino superior com pós-graduação avaliada pela CAPES e
- instituições privadas de ensino superior com pelo menos um doutorado com nota 5 (cinco) ou superior na avaliação trienal da CAPES.

- outras instituições que aderiram ao Portal na categoria “usuário colaborador”, com acesso restrito às coleções contratadas.

Por meio de um termo de compromisso estabelecido com a CAPES, cada uma das instituições participantes do PAAP tem sob a responsabilidade de sua biblioteca a atuação como intermediadora na prestação dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES aos pesquisadores, professores, estudantes considerados pela instituição participante do PAAP como usuários do Portal, de acordo com os critérios estabelecidos entre a própria instituição e a CAPES no termo firmado sobre o acesso ao Portal.

Para cumprirem os termos, as instituições têm autonomia para definir como será prestado o serviço aos seus usuários, conforme as condições de infraestrutura da sua biblioteca e da equipe de bibliotecários que atuara como mediadora dos serviços de informação oferecidos pelo Portal.

Face à extensão e diversidade deste universo de pesquisa de usuários do Portal, foi necessário para viabilizar o desenvolvimento desta dissertação restringir a população de usuários aos mediadores que prestam serviços nas bibliotecas das instituições intermediadoras na prestação dos serviços de informação oferecidos pelo Portal em suas instituições. Definiu-se então escolher entre as instituições as universidades federais por serem as mais representativas entre as instituições intermediadoras participantes do PAAP.

A escolha da população a ser pesquisada pelas universidades federais se deu devido a natureza destas instituições, ou seja, por possuírem um tempo maior de participação no uso do Portal, maior infraestrutura para atendimento ao usuário com relação a tecnologia e pessoal capacitado e porque tendem a apresentar menor discrepância nos dados que serão coletados. Além disso, segundo as estatísticas de uso gerais publicadas sobre o Portal de Periódicos da CAPES em 2009, essas instituições representaram cerca de 40% do total de 65 milhões de acessos ao Portal de Periódicos, dado disponível no relatório técnico anual do Portal e divulgado no início do ano de 2009 na base de dados GeoCAPES, o que garante a representatividade na coleta de dados.

Como em cada biblioteca o número de mediadores que atua na equipe prestadora de serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES aos usuários é determinado pela instituição participante do PAAP, o número total de

mediadores não é do conhecimento da CAPES. A identificação e quantificação desta população foram obtidas por meio dos diretores das bibliotecas das IES federais.

Em algumas bibliotecas das IES federais, entre os profissionais mediadores da prestação de serviços de informação oferecidos pelo Portal, a equipe conta com *helpdesks* do Portal de Periódicos da CAPES, que em janeiro de 2010 somavam 11 profissionais. Estes profissionais trabalham voluntariamente, atendendo a demanda de usuários para auxiliá-los no uso do Portal em suas regiões. Além de auxiliarem os usuários na realização de pesquisas, os *helpdesks* auxiliam também a equipe da CAPES que gerencia o Portal, identificando possíveis inconsistências, prestando informações com relação ao uso do Portal e realizando treinamentos nas suas instituições e fora delas a pedido da CAPES. Devido à característica de sua atuação e maior proximidade com os usuários finais, todos os *helpdesks* foram convidados para participarem da pesquisa.

As instituições federais de ensino superior, segundo o Censo da Educação Superior de 2008, realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), totalizam 55 instituições. Entretanto, foram localizadas na página eletrônica do Ministério da Educação 58 instituições. Com o objetivo de esclarecer a dúvida a Coordenação-Geral do Portal de Periódicos da CAPES, responsável pelo Portal de Periódicos foi contatada por telefone e foi esclarecido que a Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), a Universidade Federal do Oeste do Para (UFOPA) e a Universidade Federal da Fronteira do Sul (UFFS), que estão incluídas na relação das 58 IES federais (Anexo A) tinham acabado de serem criadas e que por essa razão os procedimentos para o acesso ao Portal ainda não tinham sido iniciados. Portanto, estas três instituições não foram consideradas.

5.2 Coleta de dados

Para Jick (1979, p. 603), o uso de técnicas complementares é considerado como guia para validação de resultados. Isso porque, o uso de múltiplas técnicas permite obter informações que tenham sido negligenciadas por uma das técnicas

adotadas. Denzin (1978, p. 291 *apud* Jick, 1979, p. 602) define a triangulação como a combinação de metodologias no estudo de um fenômeno. Para o autor, o uso de diversas técnicas para o estudo de um fenômeno possibilita um exame mais congruente, ao permitir a obtenção de diversos pontos de vista de um mesmo objeto e assim ter uma visão mais clara do objeto de estudo. O uso combinado de técnicas permite examinar um mesmo fenômeno de várias perspectivas, bem como enriquecer a compreensão do que é novo, ou aprofundar a compreensão sobre as dimensões envolvidas.

Jick (1979, p. 602) afirma que “os métodos qualitativos e quantitativos devem ser vistos como complementares e não como rivais”. A afirmação reflete a tentativa de usar a triangulação de técnicas para integrar o trabalho de campo e o levantamento de dados (*survey*), mas considera principalmente que a eficácia do uso de diversas técnicas consiste em contrabalancear forças e fraquezas de cada técnica individualmente. Assim, o uso de técnicas de coleta de dados variadas contribui para a confiabilidade dos resultados e identificação de teorias e modelos que devem ser refeitos ou sintetizados. (JICK, 1979, p. 609)

Pelas justificativas apresentadas, foi utilizada a triangulação de técnicas nesta pesquisa: análise documental, questionário eletrônico disponível em *link* para ser respondido *on-line* e entrevistas por telefone.

A análise documental foi realizada por meio do exame de documentos internos da CAPES sobre o histórico do Portal de Periódicos, relatórios técnicos e anuais e ainda legislação sobre o PAAP. Também foi consultado o Portal de Periódicos da CAPES para observar os procedimentos de interação com os usuários para uso das possibilidades de personalização dos serviços de informação oferecidos no Portal. Para apoiar a observação, foi elaborado um roteiro (Apêndice D) dos pontos a serem observados durante a coleta destes dados. A análise documental e a observação direta do Portal tiveram o objetivo de descrever a oferta de serviços de informação, indicando os tipos de serviços oferecidos, os propósitos e a abrangência do Portal e o público a que se destina o Portal de Periódicos da CAPES.

Os serviços de informação oferecidos pelo Portal identificados foram confrontados com os estudos sobre essa temática abordados na revisão de literatura em relação aos serviços e produtos de informação considerados relevantes sob a

ótica dos conceitos de bibliotecas virtuais, portais e oferta desses serviços na web com a possibilidade de personalização. Esta análise fundamentou a discussão dos dados coletados com a análise documental, a observação direta do Portal e a análise das respostas obtidas por questionários e entrevistas com os mediadores e *helpdesks* do Portal que participaram desta pesquisa. Este procedimento foi determinante, em especial para o entendimento da personalização oferecida no Portal em estudo.

A coleta de dados realizou-se por meio de levantamento do tipo *survey*, por meio de questionário eletrônico cujo *link* para acesso (http://www.surveymonkey.com/s/questionario_novo_portal_periodicos_capes) foi encaminhado por *e-mail* para os 55 diretores de bibliotecas das instituições participantes da pesquisa para solicitar a colaboração mediante o preenchimento do questionário pelos mediadores que prestam serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES aos usuários finais do Portal na instituição. Segundo Cunha (1982, p. 8), “o uso de questionários permite atingir, ao mesmo tempo, uma grande população dispersa numa ampla região geográfica.” E “dá maior grau de liberdade e tempo ao respondente, pois o mesmo não é constrangido pela presença do entrevistador”.

O questionário foi elaborado de forma a coletar dados sobre o perfil dos mediadores, bem como a forma de prestação de serviço nas IES, caracterização da infra-estrutura utilizada para a prestação do serviço na IES, e ainda para obter a opinião destes profissionais sobre as alterações realizadas no Portal com as possibilidades de personalização dos serviços de informação oferecidos. Para isso, foi encaminhado por *e-mail* o *link* para acesso ao questionário que ficou disponível on-line com 46 questões divididas em quatro tópicos: (1) perfil do mediador com 6 questões; (2) preferências do mediador com relação a serviços de personalização com 9 questões; (3) infra-estrutura da IES onde o mediador presta serviço com 19 questões; (4) opinião do mediador sobre os serviços de informação do Portal com relação à personalização com 12 questões.

Para a validação e adequação do questionário foram realizados pré-testes com sete profissionais considerando todos os aspectos do questionário (conteúdo das perguntas, seqüência e formato). Por necessidade de semelhança de características dos sujeitos que participaram do pré-teste com os sujeitos que

comporiam a população a ser pesquisada e pela necessidade de familiaridade dos sujeitos com o assunto abordado nos questionários, foram utilizadas 11 instituições participantes do Portal de Periódicos, localizadas em Brasília, excluindo as instituições federais, que integrariam a amostra a ser pesquisada. Os pré-testes foram úteis para que verificação das possíveis dificuldades no preenchimento do questionário e por essa razão, os questionários foram distribuídos e aplicados pessoalmente para que a verificação das dificuldades no preenchimento do questionário fossem acompanhadas pessoalmente.

Os pré-testes foram aplicados em maio de 2010. As questões apresentadas foram reagrupadas e algumas foram reformuladas de forma a tornarem-se mais claras de acordo com as sugestões dos profissionais que participaram do pré-teste.

Foram necessárias muitas questões, já que a personalização de serviços de informação na *web* é um assunto novo e por isso as perguntas precisavam ser redigidas de modo que a abordagem do tema fosse introduzida paulatinamente. Esse cuidado permitiu que os respondentes tivessem melhor entendimento das questões, principalmente as específicas sobre a personalização. Entretanto, o questionário foi estruturado de forma a permitir respostas negativas e positivas com possibilidade de complementação, caso fosse do interesse do respondente esclarecer. Esta providência contribuiu para que o preenchimento fosse mais rápido.

Reformatado, o questionário foi colocado à disposição para preenchimento por meio do *website* *SurveyMonkey* (<https://www.surveymonkey.com/>) que permite a criação de *web surveys* a ser preenchido pelos mediadores de serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES nesta pesquisa.

A coleta de dados com as *helpdesks* foi realizada por meio de entrevista por telefone, utilizando como base para elaboração do roteiro o questionário elaborado para ser respondido pelos mediadores (Apêndice B), complementado com outras perguntas mais específicas sobre a personalização dos serviços oferecidos pelo Portal em estudo. O objetivo da entrevista foi esclarecer possíveis dúvidas surgidas a partir da análise das respostas dos mediadores obtidas por questionário, em especial as respostas específicas sobre a personalização dos serviços oferecidos pelo Portal.

Como entre os mediadores identificados para responder o questionário pelos diretores das bibliotecas para responderem ao questionário, em alguns casos foram

incluídos as *helpdesks*, na elaboração dos roteiros das entrevistas com essas profissionais, houve a preocupação em personalizar cada roteiro, de acordo com a participação de cada *helpdesk*, respondendo ou não aos questionários enviados.

5.4 Variáveis

Esta pesquisa teve por objetivo geral verificar nas bibliotecas das IES federais participantes do PAAP da CAPES, o impacto das possibilidades de personalização na prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks* aos usuários finais do Portal nessas IES. Diante desse objetivo, a definição de variáveis para a investigação foi feita a partir da relação dos objetivos específicos a serem alcançados com as técnicas e fontes de coleta de dados a serem obtidos para a análise apresentados no quadro 8.

Quadro 8: Relação entre objetivos específicos, variáveis, técnica de coleta e fonte

Objetivo específico	Variáveis	Técnica de coleta	Fonte
(1) descrever a oferta dos serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES com relação ao seu histórico, aos tipos de serviços oferecidos, seu propósito de abrangência, público a que se destina e possibilidades de personalização.	Histórico do Portal	Análise documental	Relatórios técnicos internos, literatura especializada, legislação
	Tipos de serviços oferecidos	Análise documental	Relatórios técnicos internos, literatura especializada, legislação
		Observação	<i>website</i> do Portal de Periódicos da CAPES
	Propósito de abrangência	Análise documental	Relatórios técnicos internos, literatura especializada, legislação
Público a que se destina	Análise documental	Relatórios técnicos internos, literatura especializada, legislação	
(2) identificar e descrever o perfil dos mediadores e helpdesks que auxiliam os usuários das IES federais no uso dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES.	Sexo	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Nível de formação	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Área de formação	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Instituição	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Cargo	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Tempo no cargo	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Familiaridade com tecnologia	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Desempenho da atividade	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Uso de serviço de informação na <i>web</i>	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Uso de serviços de personalização na <i>web</i>	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Uso de recomendações de produtos e serviços na <i>web</i>	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Uso de comentários de produtos e serviços na <i>web</i>	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Hábito de fazer comentários sobre produtos e serviços na <i>web</i>	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Formato de visualização de informações personalizadas	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>	

Objetivo específico	Variáveis	Técnica de coleta	Fonte
	Informações importantes para a personalização	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Forma de coleta de dados para a oferta de serviços personalizados	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Necessidade de atualização cadastral	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Preferência de uso de serviços no Portal de Periódicos	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Preenchimento de cadastros	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Prestação de informações pessoais	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Opinião sobre novas funcionalidades do Portal de Periódicos (Meu Espaço, Treinamentos, Estatísticas, Conteúdo personalizado)	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Compreensão do conceito de personalização	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Percepção do conceito no Portal de Periódicos	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Facilidade de interação com o Portal de Periódicos	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Sugestões de melhoria	Entrevista	<i>Helpdesk</i>
	(3) caracterizar e descrever a prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e <i>helpdesks</i> nas IES federais em relação às possibilidades de personalização.	Apoio e infraestrutura da CAPES	Questionário
Infraestrutura (setor específico para a prestação do serviço)		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Equipamentos		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Acesso remoto		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Forma de atendimento		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Site da biblioteca		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Instalações e mobiliário		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Material de apoio		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
Recursos humanos		Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>

Objetivo específico	Variáveis	Técnica de coleta	Fonte
	Horário de serviço	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Usuário alvo	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Preferência no atendimento	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Cadastro de usuários	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Itens do cadastro de usuários	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Registro de atendimentos	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Estudos de uso e de usuários	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Oferta de treinamento sem a CAPES	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Divulgação do Portal de Periódicos	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Apoio da direção	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Comunicação interna	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Serviços ou bases mais utilizados no Portal de Periódicos	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
(4): analisar o impacto das mudanças ocorridas na prestação dos serviços aos usuários finais do Portal nas IES federais em que os mediadores e helpdesks atuam, em relação à personalização desses serviços.	Alterações na rotina de trabalho	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Interferências sentidas na rotina	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Repercussão sobre as alterações no Portal de Periódicos	Questionário	Mediadores e <i>helpdesks</i>
	Percepção de alterações nas solicitações de atendimento	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Outras solicitações que antes não eram recebidas	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Alteração no perfil do usuário	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Alteração no número de atendimentos	Entrevista	<i>Helpdesks</i>
	Facilidade de interação do novo Portal	Entrevista	Helpdesks
Entendimento da personalização no novo Portal	Entrevista	Helpdesks	

6 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para análise e tratamento dos dados foi utilizado o Microsoft Office Excel 2007. A apresentação foi feita de acordo com os objetivos específicos da pesquisa. Para cada objetivo, a tabulação dos dados relativos às respostas do questionário foi apresentada de forma conjunta entre mediadores e *helpdesks*. O destaque para as respostas dos *helpdesks* foi apresentado somente em relação às análises das respostas às entrevistas, conforme caso específico

O questionário eletrônico ficou disponível no endereço http://www.surveymonkey.com/s/questionario_novo_portal_periodicos_capes para ser preenchido pelos mediadores indicados pelos diretores das 55 IES federais no período entre 28 de junho e 17 de julho de 2010, resultou em 110 questionários preenchidos por mediadores e *helpdesks* de 41 diferentes IES federais configurando a seguinte participação:

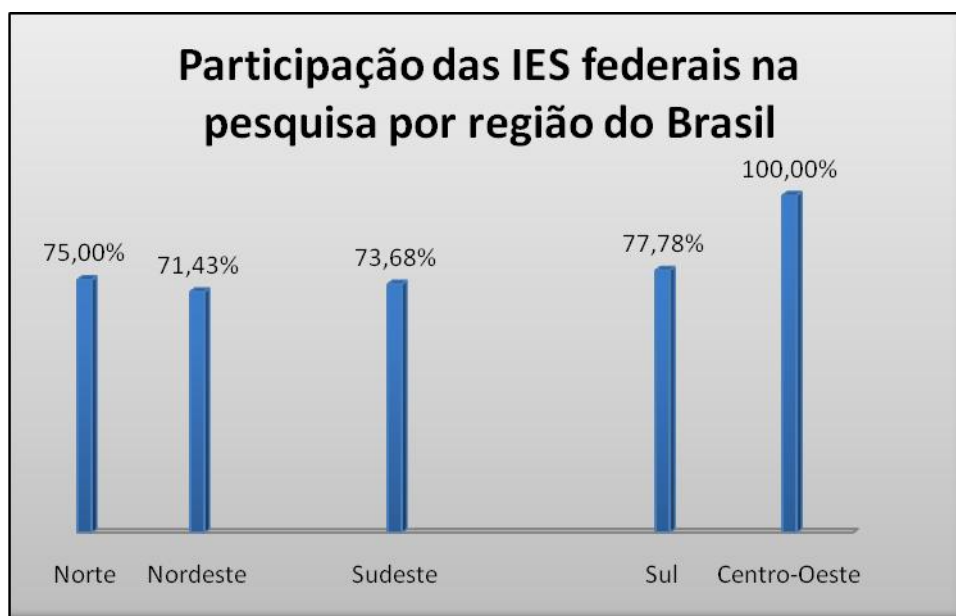


Gráfico 3: Participação das IES federais na coleta de dados por região do Brasil
Fonte: elaborado pelo autor

Conforme informação prestada pelos diretores de biblioteca das IES federais sobre o número de mediadores da instituição, a população pesquisada totalizou 110 sujeitos, que responderam ao questionário. Como o número total de mediadores não é conhecido, o total de respondentes identificados pode ser considerado como amostra não probabilística do universo de mediadores das IES federais.

Com relação à população de *helpdesks*, como o número desses mediadores é do conhecimento da CAPES, a pesquisa foi censitária, uma vez que todos foram convidados a participar das entrevistas por telefone. Embora 11 *helpdesks* tivessem sido contatadas, por impedimentos justificados quatro não puderam ser entrevistadas. Não foi possível contatar as *helpdesks* da Região Norte pelos contatos disponíveis no Portal de Periódicos ou indicados no *website* da instituição que estão vinculadas, cujos telefones não atendiam. Dentre os impedimentos justificados, algumas encontravam-se de férias ou de licença médica e uma delas não poderia contribuir por realizar atividades relacionadas à área administrativa. Portanto, o percentual das respostas destes profissionais foi de aproximadamente 64%.

6.1 Oferta de serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES

A descrição da oferta dos serviços do Portal de Periódicos da CAPES foi realizada por meio de análise documental, o que permitiu maior familiaridade com o fenômeno a ser estudado, seu contexto e significado, além de oferecer condições técnicas para a realização da presente pesquisa. Essa técnica, segundo Vergara (2006, p. 16), presta-se a fins exploratórios e de verificação e ainda permite o tratamento de grande quantidade de dados. Além disso, permite ao pesquisador tratar com registros existentes e fazer inferências a partir destes, pois permite analisar questões relacionadas a interesses, e valores de determinado grupo (CUNHA, 1982, p. 15).

O Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) foi criado em novembro de 2000 por meio do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos, que dava continuidade do Programa Brasileiro de Apoio a Bibliotecas (PROBIB) iniciado em 1994 como fruto de uma parceria entre a CAPES, a Secretaria de Ensino Superior do Ministério da Educação (SESU/MEC), a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Segundo informações disponíveis na página da CAPES (URL: <http://www.capes.gov.br/servicos/informacao-cientifica/2345-programa-de-apoio-a-aquisicao-de-periodicos-paap>) obtidas no dia 06 de julho de 2010,

O Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) foi criado pela CAPES em 1995 para fortalecer as coleções científicas das Instituições de Ensino Superior (IES, inicialmente, os periódicos em formato papel, onde as instituições efetuavam suas próprias aquisições, evoluindo para o formato eletrônico em 2000. O Programa foi regulamentado em julho de 2001, assim como as Normas para Uso de Publicações Eletrônicas disponíveis no Portal de Periódicos na Internet. O Portal de Periódicos permite o acesso à informação científica e tecnológica a professores, pesquisadores e alunos das instituições de ensino superior e de pesquisa do país, através do acesso de publicações eletrônicas pela Internet.

A Portaria nº 34 de 19 de julho de 2001 da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, com o objetivo de oferecer acesso à informação científica e tecnológica às instituições de ensino superior e de pesquisa em todo o Brasil de forma igualitária por meio da distribuição de publicações eletrônicas pela Internet com o objetivo de reduzir disparidades regionais e beneficiar professores, pesquisadores e alunos destas instituições com relação ao acesso a essa informação, pretende estabelecer a forma de planejamento e execução das ações relacionadas à prestação de serviço, ao custo e facilidade de uso por meio da aprovação do Regulamento do Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos (PAAP) e as Normas para Uso das Publicações Eletrônicas disponíveis no Portal de Periódicos da CAPES.

O Portal oferece acesso a periódicos científicos internacionais e nacionais com avaliação Qualis A ou B gratuitos na Internet e ainda a bases de dados referenciais e de resumos, além de normas técnicas, patentes, estatísticas, livros, teses e dissertações, arquivos abertos, ferramentas de busca e obras de referência como enciclopédias.

No *website Waybackmachine* (<http://www.archive.org/web/web.php>) foram localizadas imagens da evolução da interface do Portal de Periódicos da CAPES visualizadas a seguir.

A primeira interface do Portal quando foi lançado em novembro de 2000 contava com um layout de fundo amarelo e um menu de navegação centralizado com botões nas cores verde e azul para as opções de navegação e em laranja,

destacando, as novidades relacionadas no Portal.



Figura 9: Layout do Portal de Periódicos quando lançado em 2000.

Fonte: Internet Archive: Wayback Machine – <http://www.archive.org/web/web.php>

As logomarcas do Governo Federal apresentavam-se ao final da página que apresentava informações sobre: como usar o Portal, a lista geral de títulos cobertos, à época com 1.419 periódicos e ainda sobre o acesso às bases de dados de texto completo disponíveis via Portal (Ideal, OVID, Science Direct On-line, Scielo), as bases de dados referenciais, as novidades além das indicações de outros *websites*. Assim, o serviço oferecido relacionava-se a reunião de links de acesso ao conteúdo adquirido pelo Portal.

Em julho de 2001, a interface foi novamente alterada. A nova interface apresentava fundo branco e menu lateral esquerdo com mais opções que o Portal anterior. Nesta versão, o Portal já apresentava a logomarca que se tornou conhecida no meio acadêmico, fruto de um concurso promovido pela CAPES para criação da nova identidade visual do Portal de Periódicos. Naquele ano o Portal contava com 1.882 periódicos e 13 bases referenciais (PORTAL, 2009).

Figura 10: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em julho de 2001

Fonte: Internet Archive: Wayback Machine – <http://www.archive.org/web/web.php>

Em setembro de 2002, nova mudança na interface do Portal. Uma nova reorganização do conteúdo disponível no Portal, que se re-estruturou em grandes áreas do conhecimento e por tipo de publicação disponível no Portal. Naquele ano (2002) o Portal já contava com 3.379 periódicos e 15 bases referenciais. (PORTAL, 2009).

Figura 11: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em setembro de 2002

Fonte: Internet Archive: Wayback Machine – <http://www.archive.org/web/web.php>

Em outubro de 2003, houve uma pequena alteração na apresentação do Portal, cujas modificações já apresentavam indícios da alteração que viria a seguir com a introdução de mais informações institucionais tais como o que é o Portal, como utilizá-lo, normas de uso, estatísticas, instituições participantes, informações de contato e uma área de notícias.

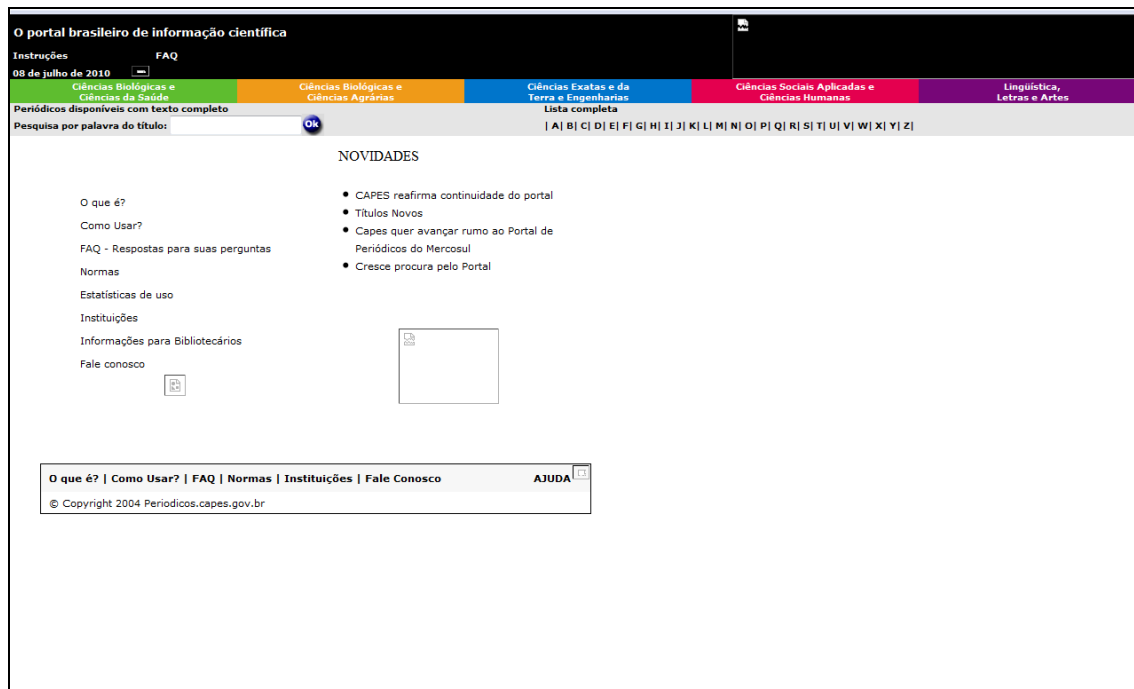


Figura 12: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em outubro de 2003

Fonte: Internet Archive: Wayback Machine – <http://www.archive.org/web/web.php>

Outra interface do Portal foi lançada em agosto de 2004. O conteúdo foi organizado por tipo de publicação e, em segundo nível, por área do conhecimento. O Portal era dividido em *frames* de navegação que ocasionalmente possuíam rolagens verticais e horizontais, que dificultavam a visibilidade da informação. Além disso, para navegar pelas informações desejadas era necessário saber o que se procurava, pois a busca só era possível pelo título do periódico ou da base de dados desejada.



Figura 13: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em agosto de 2004
 Fonte: Internet Archive: Wayback Machine – <http://www.archive.org/web/web.php>

Em 11 de novembro de 2009, a interface do Portal de Periódicos da CAPES foi novamente modificada, fruto de um trabalho que começou a ser desenvolvido em 2007 em parceria com a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP) a partir do lançamento do Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica do Portal de Periódicos da CAPES (PORTAL, 2009).

De acordo com a apresentação feita pela equipe do Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica do Portal de Periódicos da CAPES na data do lançamento do Portal, ocorrido no lançamento realizado na sede da CAPES em novembro de 2009, o projeto visava aumentar a visibilidade e qualidade dos trabalhos produzidos no Brasil; conhecer melhor o perfil dos usuários das instituições participantes do Portal de Periódicos; aumentar o uso do Portal de Periódicos e dispor de tecnologia da informação para alavancar a educação e a produção científica. Considerando estes objetivos, as atividades desenvolvidas foram:

- Modernizar a infra-estrutura do Portal de Periódicos com a utilização de tecnologias de ponta no campo da gestão da informação;
- Adquirir uma ferramenta que permitisse a realização de buscas por autor, assunto e palavra-chave em todas as bases do Portal, com a finalidade de po-

tencializar o uso do conteúdo (amplo espectro a partir da busca em bases diversificadas de conteúdos semelhantes ou complementares);

- Gerenciar o acesso ao Portal pelas instituições usuárias que seriam cadastradas diretamente pela CAPES;
- Gerenciar o processo de avaliação, aquisição e disponibilização de coleções aos usuários;
- Tornar o layout do Portal de Periódicos mais amigável e fácil de usar;
- Permitir que os usuários utilizassem o Portal de Periódicos de qualquer lugar.

Para que essas atividades fossem realizadas foi necessário:

- Aquisição de equipamentos de ponta e hospedagem do novo Portal de Periódicos no Internet Data Center da RNP em Brasília;
- Aquisição junto à empresa israelense ExLibris de ferramentas como o portal de bibliotecas MetaLib, o servidor de links SFX, e o gerenciador de recursos eletrônicos Verde;
- Criação de novo layout para o Portal compatível com as necessidades dos usuários
- Um sistema de autenticação federada que permitisse aos usuários a utilização do Portal de Periódicos de qualquer lugar por meio de *login* e senha de modo que esse serviço fosse oferecido a partir da integração das instituições ao Serviço Experimental de Comunidades Acadêmicas Federadas (CAFe).

Nesse sentido, as principais alterações na interface do Portal seriam:

- Novo layout e organização da informação disponível no Portal;
- Mudança de paradigma do uso do Portal permitindo também pesquisas por assunto, artigo, autor etc.;
- Possibilidade de acesso simultâneo às informações de todas as bases que integrassem o Portal de Periódicos por meio de uma única consulta;
- Conteúdo personalizado conforme a área de interesse do usuário;
- Produção de estatísticas em tempo real.

Figura 14: Layout adotado pelo Portal de Periódicos em novembro de 2009
 Fonte: <http://novo.periodicos.capes.gov.br>

O Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica do Portal de Periódicos propiciou o desenvolvimento e adaptação de ferramentas que permitem ao usuário realizar uma busca simultânea em diversas coleções disponíveis, como bases referenciais e de texto completo, representadas pelos periódicos oferecidos, além de serviços complementares como a possibilidade de personalizar o conteúdo visualizado por meio do preenchimento de um cadastro que dá acesso a novas ferramentas auxiliares de pesquisa. Com a identificação no Portal é possível visualizar apenas notícias relacionadas ao perfil identificado, verificar estatísticas de uso da instituição a que o usuário pertence além de ter disponível o “Meu Espaço”. Nesta nova área do Portal é possível salvar artigos, bases de dados e periódicos preferidos além de poder guardar buscas já realizadas e criar alertas de pesquisa para estas buscas. Estas novas funcionalidades são possíveis por meio da personalização de serviços através do cadastramento de informações sobre o usuário.

O novo *layout* adotado manteve as abas de navegação, mas reorganizou as informações disponíveis na versão anterior e agregou novas. A reorganização apresenta:

- Aba Institucional:
 - missão e objetivos: apresenta informações sobre o que é o Portal de Periódicos, sua missão e objetivos do Portal de Periódicos. Na versão anterior era o item “O que é?”.
 - quem participa: apresenta informações sobre o perfil das instituições participantes. Esse item inclui também informações de uso do Portal que na versão anterior era o item “Como usar?”
 - histórico: apresenta a história do Portal com informações sobre as coleções assinadas e alterações sofridas durante toda a história do Portal. Este item não estava disponível na versão anterior.
 - documentos disponíveis: reúne diversos documentos como portarias, legislação, editais de prêmios, materiais de divulgação e treinamento. Este item não estava disponível na versão anterior.
 - estatísticas de uso: apresenta as estatísticas de uso do Portal pelas instituições participantes. Este item estava disponível na versão anterior, na nova versão ele foi aperfeiçoado a partir de filtros. De acordo com as informações do Portal a partir do cadastro os usuários podem ver informações detalhadas de acesso de sua instituição.
- Aba Acervo:
 - Metabusca: congrega a Busca Integrada, Busca por Periódicos, Busca por Bases e Meu espaço. Este item apresenta as grandes novidades da nova versão do Portal que são Busca integrada e Meu Espaço. O item Busca integrada permite ao usuário realizar pesquisas por assunto em até 11 bases de dados ao mesmo tempo, refinar resultados e visualizar os artigos em PDF recuperados na busca sem precisar sair do Portal. O Meu Espaço permite salvar artigos, periódicos e bases de dados

- preferidos, guardar resultados de pesquisas já realizadas, criar alertas de pesquisa para as buscas já realizadas e também gerenciar estes itens. A disponibilidade do meu espaço só é possível mediante o cadastramento prévio.
- Coleções: apresenta informações sobre as coleções disponíveis no Portal e quando iniciou contrato de acesso à coleção. Este item estava disponível na versão anterior, mas na nova versão, caso o usuário esteja identificado, as informações visualizadas, aparecem de acordo com o perfil informado.
 - Novas aquisições: reúne informações sobre as novas coleções adquiridas, título, período disponível de assinatura, áreas do conhecimento que abrange, ISSN (se houver) e *link* de acesso. Este item estava disponível na versão anterior.
 - Conteúdo em avaliação: apresenta informações sobre as coleções que estão em avaliação pela comunidade acadêmica incluindo *link* de acesso à coleção. Este item estava disponível na versão anterior, mas na nova versão o conteúdo visualizado aparece de acordo com o perfil informado no cadastro, caso esteja identificado.
 - Aba Notícias: apresenta as notícias produzidas pela equipe do Portal e clippings relacionados ao Portal. Este item estava disponível na versão anterior, mas na nova versão, caso esteja identificado, o conteúdo visualizado se apresenta de acordo com o perfil informado no cadastro com relação às áreas do conhecimento que foram preenchidas como sendo do interesse do usuário
 - Aba Suporte:
 - Treinamentos: reúne informações sobre os treinamentos agendados do Portal, com possibilidade de visualizar os materiais didáticos relacionados e solicitar inscrição, e os treinamentos já realizados, com possibilidade de visualizar fotos dos treinamentos, obter os certificados e realizar avaliações sobre os treinamentos. Este item estava disponível na versão anterior, mas não apresentava as possibilidades de visualização

- de fotos ou avaliação dos treinamentos.
- materiais didáticos: reúne as apresentações, tutoriais e materiais didáticos utilizados nos treinamentos no uso do Portal. Este item estava disponível na versão anterior.
- WebTV: apresenta informações sobre o projeto que está sendo desenvolvido pela CAPES de sistema de televisão acadêmico para transmitir os treinamentos do Portal pela Internet. Esse projeto é novo e não havia informações sobre ele na versão anterior do Portal
- dúvidas freqüentes: reúne e responde as principais dúvidas encaminhadas ao Fale conosco do Portal. Este item estava disponível na versão anterior, mas na nova versão é possível utilizar filtros de busca para localizar a informação desejada de forma mais rápida
- *helpdesk*: apresenta os contatos das bibliotecárias que atuam voluntariamente auxiliando os usuários do Portal. É um canal de comunicação alternativo do Portal. Este item estava disponível na versão anterior, mas na nova versão é possível fazer um filtro por região de forma a localizar a informação mais rapidamente. Caso o usuário esteja identificado no Portal, a informação já aparece filtrada, indicando qual seria o *helpdesk* que poderá atendê-lo.

A partir desta configuração do novo Portal de Periódicos da CAPES em 2009, considera-se a afirmativa de Dias (2001), corroborada por Freitas, Quintanilla e Nogueira (2004) de que “o que hoje é conhecido como portal, antes era considerado uma máquina de busca, que tinha por objetivo facilitar o acesso à informação espalhada pela Internet”. Considera-se também que para Joint (2005, p. 337), “o termo “portal” significa um tipo de serviço de recuperação de informação, alimentado por uma ferramenta de busca que permite acesso ao conteúdo”. Logo, pode-se aceitar a denominação Portal de Periódicos como adequada para o portal em estudo.

A terminologia portal, adotada quando do lançamento do Portal de Periódicos, não condizia com a conceituação proposta por Joint (2005), Sadeh e Walker (2003),

Dias (2001) e Eckerson (1999). Entretanto, pode-se verificar o conceito de biblioteca virtual proposto por Pereira (19995) onde o objetivo desta biblioteca é o acesso livre à informação e ainda a afirmativa de Freitas, Quintanilla e Nogueira (2004) a respeito dos portais *web* que “surgiram da evolução natural dos *sites* de busca conhecidos como máquinas de busca”. Assim, o conceito de portal não poderia ser considerado à época, mas as evoluções que o Portal de Periódicos sofreu seguiram nesta direção.

O Portal de Periódicos também poderia ser classificado como portal de biblioteca que para Sadeh e Walker (2003), é uma subcategoria de portal, considerando que se trata de uma porta para os recursos oferecidos a uma lista de usuários por meio de *links* diretos para a interface nativa de cada recurso. Porém esta categorização parece relacionar-se melhor à versão anterior do Portal de Periódicos.

Por outro lado, para Sadeh e Walker (2003, p. 12), o conceito de portal ainda envolve a prestação de outros tipos de serviços de informação que as alterações realizadas no Portal de Periódicos não contemplaram. Segundo os autores, os portais *web* “permitem aos usuários receber notícias, encontrar e falar com outras pessoas, construir comunidades, e localizar links para outras fontes *web* de comum interesse.”

Ao analisar o Portal de acordo com o nível de abrangência, aprofundamento, conteúdo e público a que se destina, pode-se propor que se trata de um portal horizontal, pois segundo Almeida (2004), não enfoca nenhum tema ou serviço em profundidade, mas de forma geral e oferece serviços e conteúdos em diversas áreas com *links* para outros *web sites*, com conteúdo temático ou especializado para informação científica e destinado a instituições de ensino superior e institutos de pesquisa nacionais, ou seja, trata-se de um portal público.

Eckerson (1999) e Dias (2001) propõem a compreensão do conceito a partir do Quadro 4 (p. 60), já apresentado, sobre as gerações dos portais públicos. De acordo com o quadro, o Portal de Periódicos estaria na segunda geração, na categoria personalizado, cujas categorias envolvem a possibilidade de por meio de um identificador e uma senha poder criar uma visão personalizada do conteúdo do Portal. Nesse sentido, a versão 2009 do Portal de Periódicos permite maior interação dos usuários finais, contudo, para avançar para a terceira geração seria necessário o

investimento em aplicativos que permitissem a interação dos usuários como correio eletrônico, chats, listas de discussão, dentre outros.

As mudanças são frequentes no Portal (2001, 2002, 2003, 2004 e 2009) e afetam o mapa mental dos utilizadores, entretanto, a última alteração realizada no Portal de Periódicos pode ser vista, de acordo com Las Casas (2006), como uma aplicação do marketing de atuação na demanda negativa, pois antes das alterações realizadas havia registros de insatisfação dos usuários com relação à impossibilidade de realizar buscas por assunto na versão antiga do Portal no Fale Conosco do Portal e ainda nos relatórios de treinamentos realizados nas instituições participantes do PAAP. O registro dessa demanda permitiu o redesenho e a reorganização do produto de forma a alavancar o uso e atender às solicitações do público-alvo (estudantes, professores e pesquisadores).

Nesse sentido, o Portal de Periódicos tem realizado diversas atividades de marketing a partir dos treinamentos realizados e ainda por meio da participação em eventos da área acadêmica (congressos, seminários, simpósios, dentre outros), onde há o contato dos técnicos do Portal com os usuários finais.

Com o novo Portal pode-se pensar também na aplicação do marketing da informação a partir da possibilidade de personalização de serviços e de informações, pois o novo Portal envolve objetivos que de acordo com Amaral (2008) estão relacionados ao conceito de promoção, que é a mais visível atividade de marketing e envolve: (a) tornar serviços e produtos conhecidos; (b) tornar o ambiente da organização e seus produtos e serviços atraentes; (c) mostrar como usar os produtos e serviços oferecidos; (d) evidenciar benefícios destes e (e) manter os usuários constantemente informados sobre a organização e seus produtos e serviços (AMARAL, 2004, p. 34). Estes objetivos foram buscados pela equipe do Portal, como pode ser visto da lista de objetivos propostos com a atualização realizada e ainda pela observação do Portal onde se pode perceber uma área destinada a notícias e informações sobre as coleções disponíveis no Portal e ainda pela proposta de otimização da coleção a partir de uma busca integrada que permite a seleção de até onze bases ao mesmo tempo.

Percebe-se que o Portal vem desenvolvendo atividades relacionadas ao marketing da informação, em especial à promoção, a partir de diversas atividades de divulgação como treinamentos e a partir do próprio Portal onde disponibiliza:

- informações institucionais sobre o Portal,
- utilizando-se de recursos promocionais como uso de logotipo da instituição e do portal banners,
- recursos instrucionais como a área de Suporte que oferece informações sobre como utilizar os serviços e coleções disponíveis no Portal, tutoriais sobre como utilizar os serviços e coleções disponíveis;
- mecanismos de contato com a equipe do Portal como informações sobre telefone, endereço e *e-mail* de contato.

Nesse sentido, pode-se questionar a necessidade de um novo estudo de uso e de usuários pela equipe do Portal de forma a confirmar o impacto das alterações realizadas e também atingir de forma mais direcionada o público-alvo que atende, pois o último estudo realizado foi feito por consultores em 2007, a partir de um convênio entre a CAPES e a Unesco como parte do Projeto de Atualização Funcional e Tecnológica iniciado em 2008.

6.2 Identificação e descrição do perfil dos mediadores e helpdesks que auxiliam os usuários das IES federais no uso dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES

Sobre o perfil dos mediadores e *helpdesks* das IES federais que auxiliam os usuários no uso dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES, verificou-se que 91 respondentes eram do gênero feminino e apenas 19 do gênero masculino.

Dentre os profissionais que prestam o serviço de informação no uso do Portal verificou-se que metade dos mediadores possui especialização, seguido por 28 com bacharelado. Verificou-se também que um deles possuía apenas o nível fundamental. Essa informação pode indicar a presença de estagiários na equipe de mediadores.

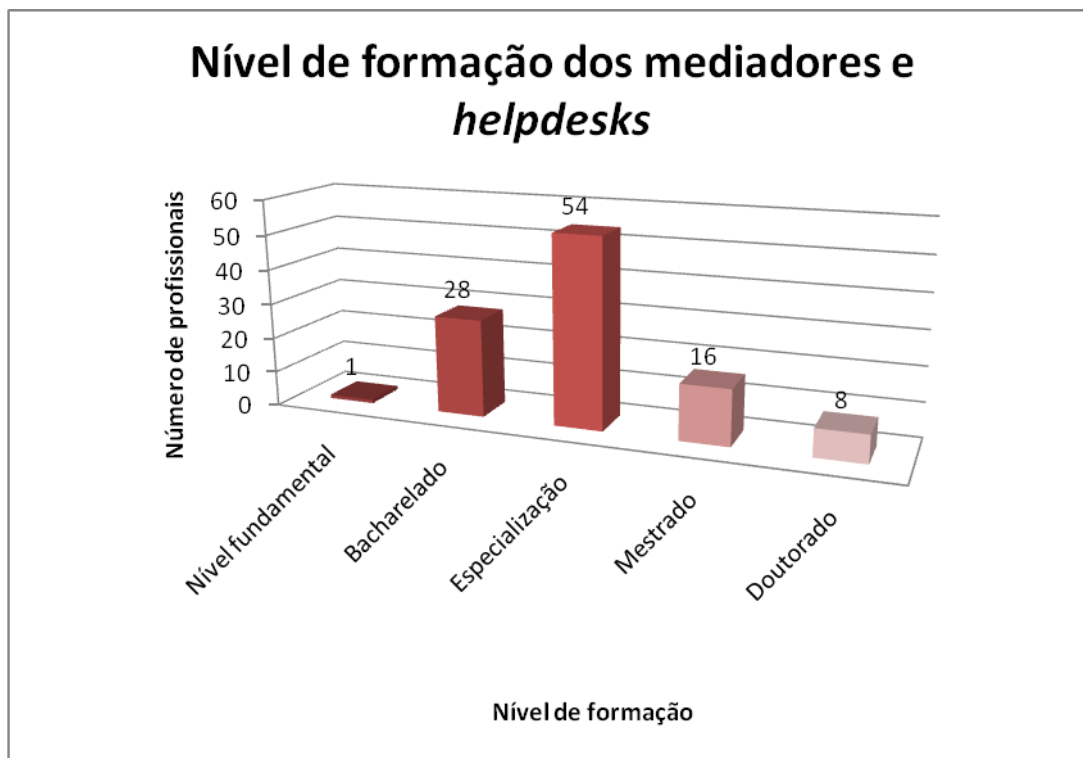


Gráfico 4: Nível de formação dos mediadores e *helpdesks* que atendem os usuários

A área de formação destes profissionais mostrou maior concentração na área de Ciências Sociais Aplicadas com 66 respostas, seguida da área de Ciências Humanas com 18 respostas.

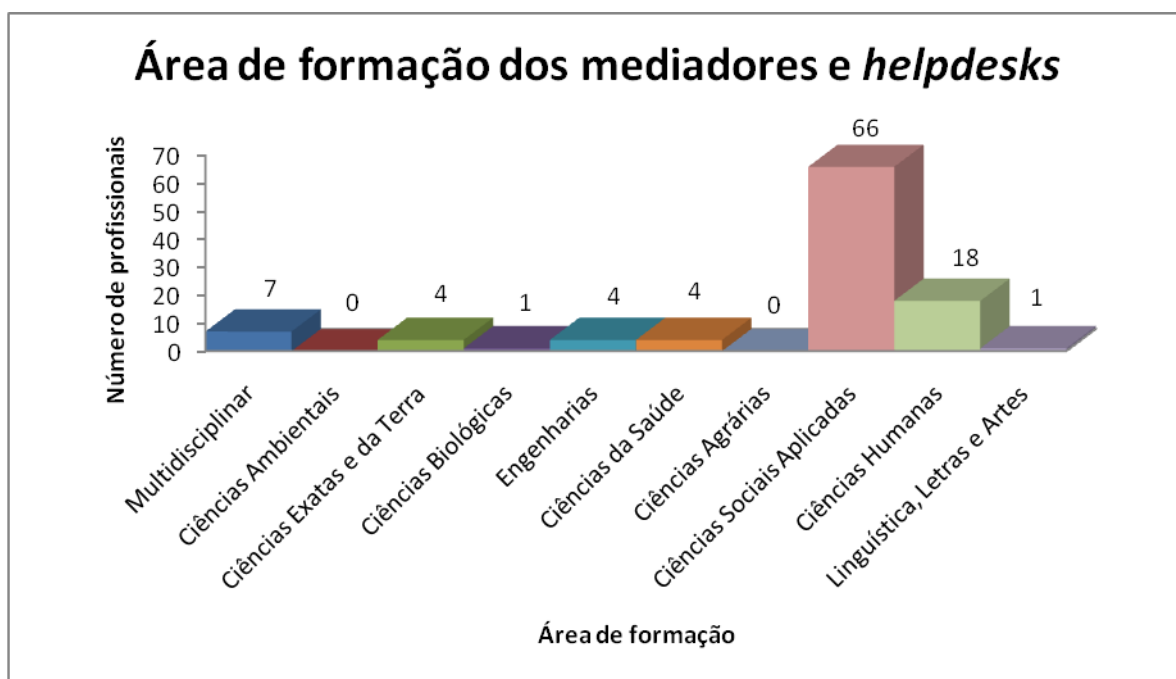


Gráfico 5: Área de formação dos mediadores e *helpdesks* que atendem os usuários

Sobre a formação dos mediadores e *helpdesks* percebe-se uma interdisciplinaridade a partir dos comentários apresentados. Foram citados os cursos

a seguir: Técnico em Edificações, graduação tecnológica em material, bacharelado em Biblioteconomia, especialização em Recursos Humanos, especialização em Museologia, mestrado em Ciência da Informação, mestrado em Informática em Saúde, mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural.

Verificou-se também que quatro mediadores que afirmaram ter formação na área de Engenharias possuíam doutorado e dos quatro mediadores que afirmaram ter formação na área de Ciências Exatas e da Terra, um possuía especialização e três tinham doutorado. Essas áreas possuem relação com a de mediação, se for considerada a questão da tecnologia da informação e a engenharia de produção.

A maior parte dos cargos ocupados pelos mediadores e *helpdesks* pesquisados eram cargos técnicos (n=53), seguidos por cargos de chefia ou coordenação e em menor representatividade por cargos de analistas e de diretoria, conforme gráfico 6.

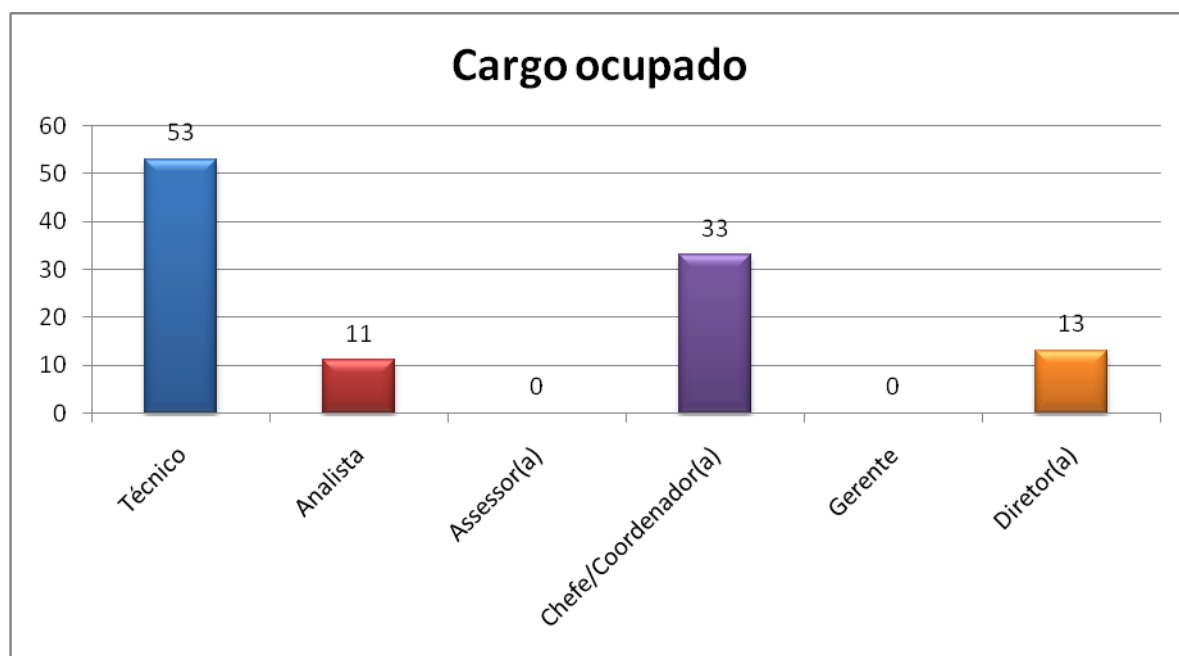


Gráfico 6: Cargo ocupado pelos mediadores e *helpdesks* na instituição ao qual estão vinculados

Dentre os 53 respondentes que afirmaram ocupar cargos técnicos, verificou-se que 33 deles estavam há menos de 5 anos na instituição, e 13 estavam há mais de 20 anos na instituição. Também foi observado que 24 desses profissionais possuíam especialização, 19 possuíam bacharelado, 6 possuíam mestrado e 2 possuíam doutorado. Daqueles que afirmaram ocupar cargos de diretoria, 11 são mulheres, um bacharel, 7 especialistas, dois mestres e três doutores. O perfil para o

cargo de chefe ou coordenador é proporcional ao perfil anterior, com 28 respondentes sendo do sexo feminino, cinco bacharéis, 17 especialistas, 7 mestres, três doutores. Contudo o mediador que afirmou possuir apenas o nível fundamental declarou também ocupar o cargo de chefia ou coordenação. Este perfil, caso não esteja relacionado a um erro de preenchimento do questionário, deve ser verificado.

De acordo com os 110 questionários respondidos, o tempo de exercício nos cargos ocupados era recente com mais da metade dos respondentes, exercendo o cargo há menos de 5 anos.

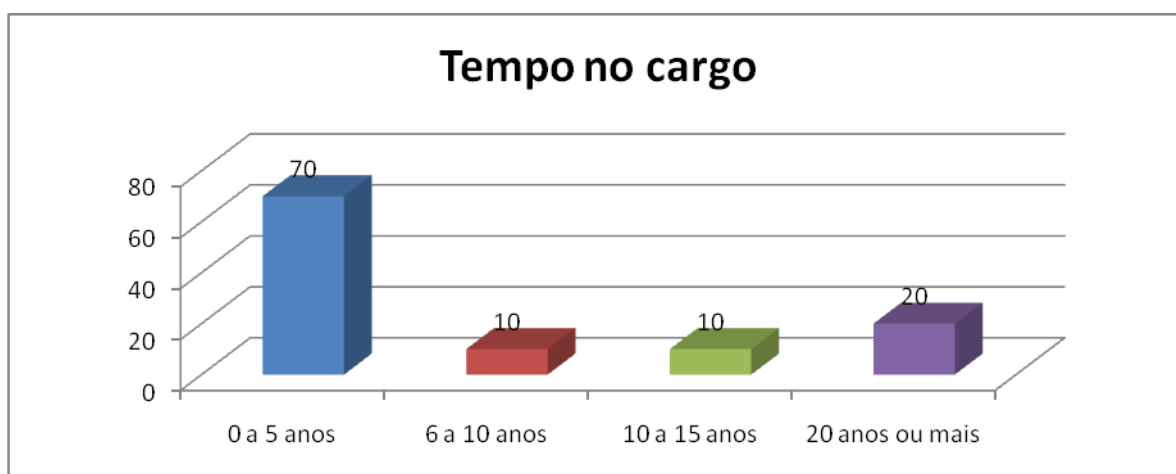


Gráfico 7: Tempo em que os mediadores e *helpdesks* estão nos cargos em que ocupam atualmente nas instituições aos quais estão vinculados

Dentre os profissionais com menos de 5 anos na instituição, 33 eram técnicos, 9 analistas, 20 eram chefes ou coordenadores e 8 eram diretores. Com relação à formação, a distribuição era a seguinte: um profissional formado no nível fundamental, 23 bacharéis, 30 especialistas, 7 mestres e 6 doutores. A maior concentração dos profissionais era na Região Nordeste, que contava com 13 deles profissionais, seguida da Região Sul, com 6 profissionais, da Região Norte com 4 e das Regiões Sudeste e Centro-oeste com 4 profissionais para cada.

Sobre outras características do perfil dos profissionais pesquisados, 68 afirmaram ter familiaridade com tecnologias e 44 afirmaram ter facilidade para atuarem como mediadores embora 41 deles tenham afirmado que não utilizavam serviços de personalização na Internet e que não tinham hábito de fazer recomendações de produtos e serviços de lojas virtuais. Essas informações podem indicar que o termo ainda é novo para mediadores e *helpdesks*, mesmo para aqueles que afirmaram possuir familiaridade com a tecnologia de informação para a prestação de serviços de informação como profissionais ou como usuários da

Internet na vida pessoal.

Com relação à rotina de trabalho desse perfil, 30 respondentes afirmaram não terem percebido alterações na sua rotina de trabalho ou que ainda não haviam percebido maiores facilidades na prestação do serviço de informação, após as alterações realizadas no Portal de Periódicos da CAPES, com as responsabilidades de oferta de personalização dos serviços via *web*.

Questionados com relação à familiaridade com o uso de tecnologias, 107 mediadores e *helpdesks* que confirmaram essa familiaridade ao responderem ao questionamento, justificaram a afirmativa pela facilidade devido à sua curiosidade de buscar saber; pelo gosto por aprender mais; por necessidade de saber; por já terem trabalhado com ferramentas tecnológicas; por utilizarem essas ferramentas na sua rotina de trabalho e pessoal ou por terem feito cursos específicos para o aprendizado de ferramentas como *Microsoft Office*, bases de dados bibliográficas como o Portal de Periódicos, *softwares* específicos da área de Biblioteconomia como gerenciadores de recursos eletrônicos, sistemas de automação de bibliotecas. Foram lembrado os conhecimentos em “HTML, PHP, MySQL, Java, Javascript e XML”, por um dos respondentes, além de cursos técnicos de Informática como formação complementar por mais de dois respondentes e de especialização em Informática na Educação com disciplinas como Educação à Distância por outro respondente. Esses comentários podem levar ao entendimento da integração cada vez maior entre a prestação de serviço de informação via *web* e o conhecimento de tecnologias.

Entre as respostas dos mediadores foram apresentados comentários de que embora tivessem facilidade em lidar com a tecnologia, os mediadores pesquisados consideravam-se como usuários medianos porque possuíam como ponto forte a habilidade de realizar pesquisas na Internet em fontes formais e informais de informação.

Com relação ao desempenho das atividades profissionais como mediadores e *helpdesks* verificaram-se 75 respostas afirmando facilidade para o desempenho dessas atividades, embora 31 respostas tivessem classificado essas atividades como de difícil desempenho.

Sobre essa questão da dificuldade relativa ao desempenho da atividade de mediador, foram comentados que a dificuldade desempenho estava relacionada ao

idioma inglês; ao desconhecimento de todos os novos recursos disponíveis para os usuários, por não terem conseguido participar dos treinamentos; à dependência da compreensão do usuário, ao excesso de responsabilidade e à necessidade de conhecer diversas fontes de informação: bases de dados, descritores para atender às necessidades dos usuários; à necessidade de maior habilidade para realizar pesquisas em bases de dados, pois segundo um dos respondentes

A medida que o uso torna-se frequente fica mais fácil, porém ele tem várias opções e recursos que nem sempre usamos como deveríamos.

Outros comentários dos respondentes sobre as dificuldades enfrentadas por eles na prestação dos serviços aos usuários do Portal em suas instituições foram relacionados à dificuldade de convencer o usuário que possui dificuldades com a tecnologia de que o novo Portal está melhor, pois a restrição deste a re-aprender a utilizar o Portal é superada pela utilidade do mesmo, considerando que o Portal anterior continua no ar. Também foi citada a dificuldade de desempenho devido à falta de infraestrutura da instituição e de recursos humanos na biblioteca, como a impossibilidade de oferecer acesso remoto a todos os alunos da instituição e barreiras idiomáticas. Contudo, também foi lembrado pelos respondentes, que dos treinamentos oferecidos, o índice de presença dos usuários era baixo e algumas ferramentas oferecidas pelo Portal são de difícil utilização como a exibição e salvamento dos resultados de pesquisa. O baixo interesse dos usuários também foi considerado como dificuldade, pois o mediador tem sempre que reaprender a usar a ferramenta de tempos em tempos. Alguns mediadores comentaram que não tinham recebido treinamento adequado, e consideraram que a interface do Portal não é intuitiva e não havia tutorial disponível, além de o vocabulário adotado não ser claro para o usuário, como é o caso do *link* Acervo. A inexistência de tutoriais, afirmada pelos mediadores pode ser questionada, pois o novo Portal oferece uma nova área de Suporte que congrega informações sobre treinamentos, materiais didáticos, com diversos tutoriais sobre o Portal, perguntas frequentes, dados de contatos das *helpdesks* do Portal, além de informações sobre o projeto WebTV, que oferecerá treinamentos por meio de vídeos, configurando uma nova iniciativa do Portal de Periódicos com relação a treinamentos à distância. Possivelmente a afirmação da inexistência de tutoriais esteja relacionada a alguma informação em especial que não está disponível de forma clara pra estes mediadores.

A facilidade no desempenho da atividade de mediador, de acordo com os comentários apresentados estava relacionada à atuação na prestação dos serviços oferecidos pelo Portal desde o início da sua criação, interesse na área e consciência pessoal relacionada à necessidade de contribuir para o ensino, pesquisa e extensão, a rotina de trabalho facilita o desempenho e o desenvolvimento é contínuo de forma a acompanhar as demandas, o novo Portal está mais dinâmico, amigável, didático, funcional e fácil de ser compreendido, por ser inerente à profissão de bibliotecário, por possuir facilidade para localizar periódicos e artigos que precisa, por já ter o costume de oferecer treinamentos, o Portal agora apresenta muitas ferramentas parecidas com aquelas existentes nas bases dos editores, os usuários que possuem facilidade com tecnologias acham mais fácil de usar o novo Portal, pois a busca e recuperação da informação é mais fácil assim como a divulgação da ferramenta, por já terem feito os treinamentos oferecidos pela CAPES e se manterem atualizados com relação aos recursos que os editores das bases de dados oferecem, o uso dos tutoriais disponíveis no Portal facilitam o desempenho das atividades. Alguns comentários sobre a facilidade estavam relacionados também à necessidade de conhecer as bases de dados que o Portal de Periódicos congrega, sendo difícil apenas estimular o aluno ao uso do Portal, cujo interesse foi citado como baixo perto do que deveria ser. Entretanto também foram citados a questão de sobrecarga de trabalho considerando que além de atuarem como mediadores também possuem outras atribuições.

Quanto à utilização de outros serviços de informação na *web* pelos mediadores e *helpdesks* das IES, quando indagados, as respostas dos pesquisados apresentaram maior concentração na utilização de correio eletrônico, seguido do uso de jornais e revistas eletrônicas. O uso dos demais serviços pode ser observado no gráfico 8:

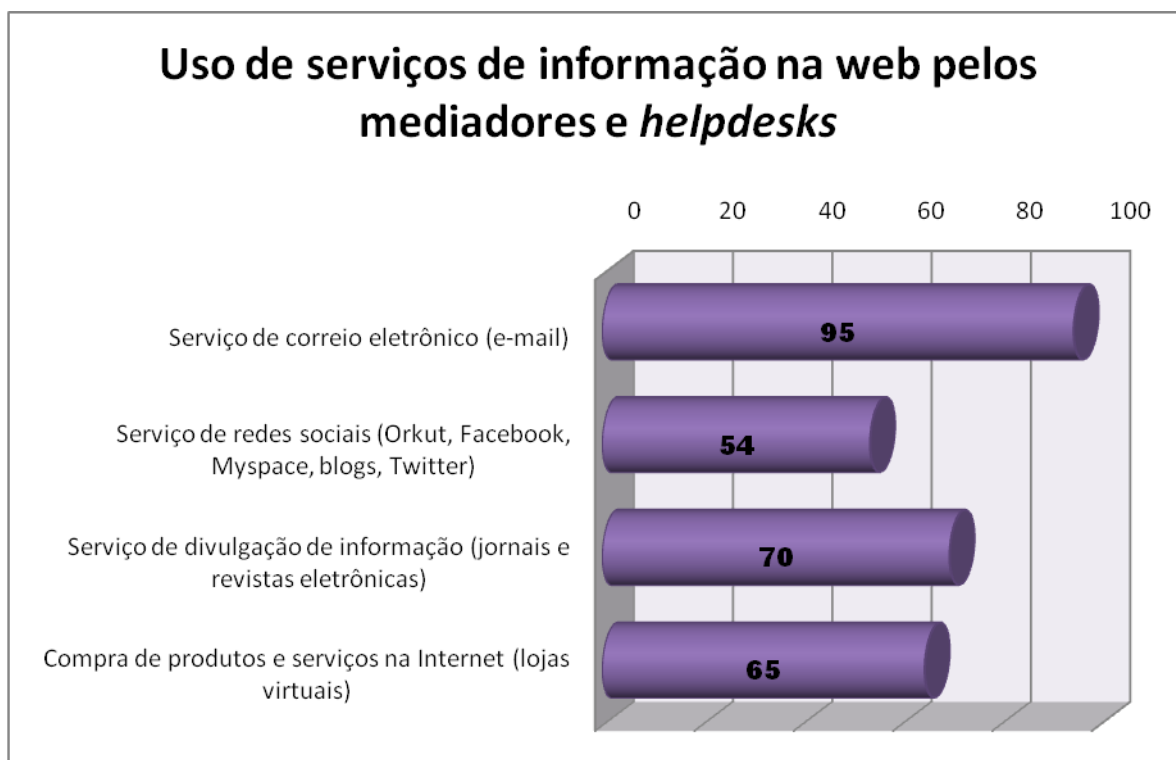


Gráfico 8: Uso de serviços de informação na web pelos mediadores e *helpdesks*

Dentre os 65 respondentes que afirmaram realizar compras de produtos e serviços na *web*, 42 deles não utilizavam serviços de personalização, mas 43 afirmaram utilizar a personalização para verificar conteúdos relacionados, apesar de não terem o hábito de deixarem comentários (47 respostas). Dentre os 54 respondentes que afirmaram utilizar serviço de redes sociais, 35 não utilizavam serviços de personalização na *web*, 39 afirmaram que não costumavam fazer comentários sobre os produtos ou serviços adquiridos em lojas virtuais, mas 32 afirmaram gostar de visualizá-los e utilizá-los para verificarem conteúdos relacionados. Foi observado que as respostas relativas à personalização de serviços oferecidos na *web* apresentaram algumas contradições, que podem demonstrar uma certa falta de familiaridade ou mesmo dificuldade no entendimento do conceito de personalização, demonstrando que ainda não está claro para os respondentes, de acordo com as respostas apresentadas.

Nesse sentido, as entrevistas realizadas com as *helpdesks* do Portal permitiram esclarecer melhor essa questão. Verificou-se que o conceito de personalização também não estava claro para as *helpdesks* entrevistadas, conforme respostas por elas apresentadas, que foram organizadas no quadro 9:

Quadro 9: Personalização de serviços de informação percebido pelas *helpdesks*

Pergunta: Qual o seu entendimento com relação à personalização de serviços de informação? (Explicando melhor: Você acha que a personalização de serviços de informação proposta pelo Portal atende aos conceitos que você tem como sendo de personalização?)
“contato direto com o usuário na orientação do treinamento”
“Permite maior segurança na realização de pesquisas, facilita a pesquisa, principalmente pesquisa direcionada.”
“A conotação ao serviço que a gente dá. A gente personalizar por tipo de serviço que você tem. E a gente personaliza... Uma busca, busca por metadados... esse tipo de coisa.”
“Na verdade, eu não entendo exatamente ao que se refere personalização de serviço. Se seria no sentido de direcionar respostas com o perfil do usuário, que antigamente a gente chamava de disseminação seletiva da informação, ou no sentido de personalizar a ferramenta, o Portal, no sentido de estrutura.”
“disseminação seletiva da informação”
“Eu entendo que é oferecer serviços direcionados a uma necessidade específica de um usuário”
“a pessoa tem condições de salvar a pesquisa realizada, criar perfil, pode receber informações específicas de acordo com interesse e área de atuação”

Nas entrevistas, as *helpdesks* também foram questionadas sobre a facilidade para elas e seus usuários de visualizarem essa funcionalidade, no sentido de terem melhores condições para perceberem as possibilidades da oferta de personalização dos serviços de informação oferecidos pelo novo Portal. Quatro delas responderam que não tinham dificuldades para visualizar o conceito de personalização, e responderam da seguinte forma à questão:

Elas [referindo-se aos usuários como pessoas] não têm mostrado dificuldades em relação à interface do Portal, não. Elas estão conseguindo fazer sem problemas.

A personalização é clara e os usuários já estão acostumados com esses serviços nas bases de dados, já conhecem esses serviços.

Eu vejo uma facilidade agora com relação ao Meu Espaço. Isso foi um ganho muito grande, que antes não tinha e que agora eu vejo.

Sim, eles [os usuários] procuram muito a gente nesse sentido.

Contudo, uma das *helpdesks* reclamou que não teve treinamento adequado, não participou do grupo de trabalho realizado em 2008 e agora, devido à agenda de

treinamentos lotada do Portal de Periódicos não está conseguindo levar o treinamento para sua Região e, por isso, não consegue esclarecer suas dúvidas. Dentre as outras que afirmaram ter dificuldades no desempenho de suas atividades de mediadoras, uma delas afirmou que essa dificuldade estava relacionada à compreensão do conceito de personalização, ao comentar que.

O conceito de personalizar não é muito claro, mas se é no sentido de que está facilitando ao usuário utilizar os conteúdos e que ele tenha uma forma de guardar esses conteúdos sem precisar utilizar outras ferramentas, por exemplo. Hoje ele tem essa possibilidade de em qualquer máquina que ele esteja, ele pode ter acesso ao seu espaço, à sua parte personalizada. Nesse sentido, de o quê é seu, o conceito do “meu” que ele trabalha, concomitantemente com o conceito de que ele está utilizando. Nesse sentido o Portal atende sim.

Outra *helpdesk* declarou sua dificuldade para visualizar a personalização no Portal, quando relatou as dificuldades enfrentadas para desempenhar suas atividades profissionais como mediadora em relação à busca de informação e não diretamente com a ferramenta de personalização, conforme declaração a seguir:

Os usuários têm reclamado bastante, quando damos treinamento, atendimento... Eles reclamam muito, justamente da interface, que no antigo conseguia visualizar uma coisa... A vantagem desse [referindo-se ao novo Portal de Periódicos] é que faz busca por assunto, em compensação ficou mais difícil você fazer outro tipo de busca. Dificultou umas coisas e melhorou outras, mas eu achei que piorou bastante. Inclusive os usuários aqui reclamam muito.

Verificou-se que em relação a outros serviços oferecidos na *web* com possibilidades de personalização não eram usados por 64 mediadores, incluindo entre eles as *helpdesks* e os 24 que declararam utilizar a personalização dos serviços, quando questionados sobre quais serviços de personalização utilizavam na *web* responderam que utilizavam esse serviço com maior frequência em bases de dados quando realizavam de pesquisas no Portal de Periódicos na sua versão de 2009, em ferramentas institucionais, turismo, correio eletrônico, alertas de notícias, criação de sites, lojas virtuais como o Mercado Livre, ferramentas Google, Twitter e ferramentas RSS para leitura de periódicos acadêmicos de sua área de atendimento.

Contudo, questionados sobre o uso das recomendações sobre produtos e serviços em lojas virtuais, 67 respondentes afirmaram gostar e utilizar as recomendações de produtos e serviços em lojas virtuais.

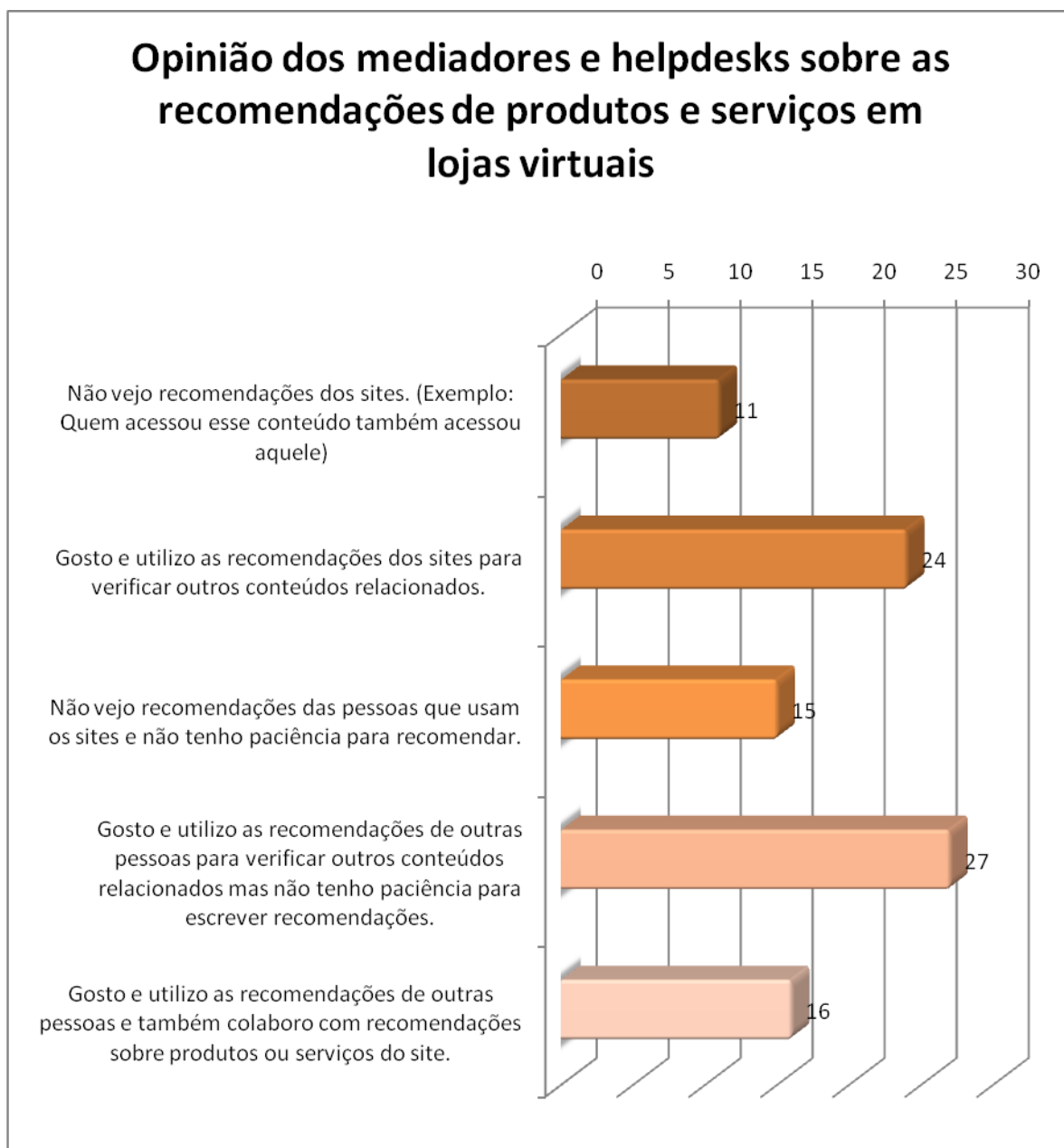


Gráfico 9: Opinião dos mediadores e helpdesks das IES federais sobre as recomendações de produtos e serviços e lojas virtuais

Sobre a opção de utilizar ou não as recomendações disponíveis em lojas virtuais os comentários dos mediadores que não utilizavam essas recomendações foram relacionados à possibilidade de essas recomendações serem tendenciosas ou até mesmo fictícias, não refletindo a realidade. Outros alegaram motivos de falta de segurança quanto à privacidade de seus dados pessoais como justificativa para não comprarem em lojas virtuais e alguns informaram que compram apenas quando não encontram o produto ou serviço disponível em lojas de sua cidade. Foram apresentados também comentários no sentido de dificuldade para utilizar a interface

ou o vocabulário disponível para realizar e/ou utilizar as recomendações.

Os 53 respondentes que utilizavam as recomendações apresentadas sobre os produtos e serviços oferecidos na *web*, afirmaram que os motivos para esse uso eram: verificar o *feedback* sobre produtos e serviços para se decidir ou não por adquiri-los, porque achavam importante saber a qualidade do *site*, saber a opinião e experiência de outras pessoas sobre os produtos, os serviços e a qualidade da loja virtual, postar reclamações; para ter certeza que está fazendo uma boa compra antes de finalizar o pedido, por acreditar que fosse uma forma de recompensar quem trabalha direito no atendimento ao cliente e para mostrar o que estava sendo feito errando e o erro pudesse ser corrigido. A análise das respostas mostrou que o uso das recomendações estava relacionado, principalmente à aquisição de livros, pacotes de viagens, hotéis, restaurantes e lugares para visitar. Os comentários relacionados à aquisição de livros indicavam que a opção permitia descobrir outros títulos interessantes para consulta, embora não necessariamente para aquisição

Alguns respondentes em seus comentários afirmaram que estas recomendações já fizeram se decidir pela aquisição de um produto, pois pareceram sensatas. Nestes casos a qualificação recebida pelo vendedor do produto/serviço foi julgada muito importante. Outras afirmaram que vêm apenas por curiosidade, para saber se o produto é confiável e o prazo de entrega é respeitado, ou seja, obter mais informações para analisar o produto ou serviço ou esclarecer dúvidas sobre os produtos e serviços.

Sobre o costume de comentar sobre produtos e serviços adquiridos em lojas virtuais, apenas 25 dos mediadores e *helpdesks* afirmaram que costumavam comentar, em contraponto 68 respondentes que afirmaram não terem esse hábito. Os mediadores e *helpdesks* que não faziam comentários sobre os produtos e serviços adquiridos em lojas virtuais alegaram que nunca tinham feito compras pela Internet; por falta de costume, de paciência, de tempo; por esquecimento ou por julgamento de que a informação era irrelevante ou dispensável e até mesmo por não gostar de fazer propaganda gratuita de produtos.

Aqueles que apresentavam comentários sobre os produtos e serviços que adquiriram, afirmaram que só o faziam quando as avaliações eram muito boas ou muito ruins, ou se isso fosse exigência para concluir a compra; porque gostavam de colaborar e atestar sobre a qualidade do produto; para solicitar troca, porque

consideravam que ajudavam outros interessados a trocarem informações e podiam auxiliar quem pretendesse adquirir produtos e serviços ou para alertar sobre a qualidade do atendimento do produto/serviço e o formato de entrega.

Sobre a preferência dos mediadores e *helpdesks* das IES pela forma de exibição de informações de personalização, respondida por 90 profissionais, a opção de criação de uma seção específica para esse tipo de informação obteve 38 respostas, seguida da opção de visualização das opções durante a navegação realizada com 22 respostas.

Os dados coletados nessa questão são contraditórios aos coletados na questão sobre o uso de informações personalizadas (como avaliações e recomendações) pois 64 respondentes afirmaram não utilizar esse serviço, mas a opção 'não gosto de ver essas informações' sobre a preferência pela forma de visualização informações personalizadas obteve apenas 11 respostas.

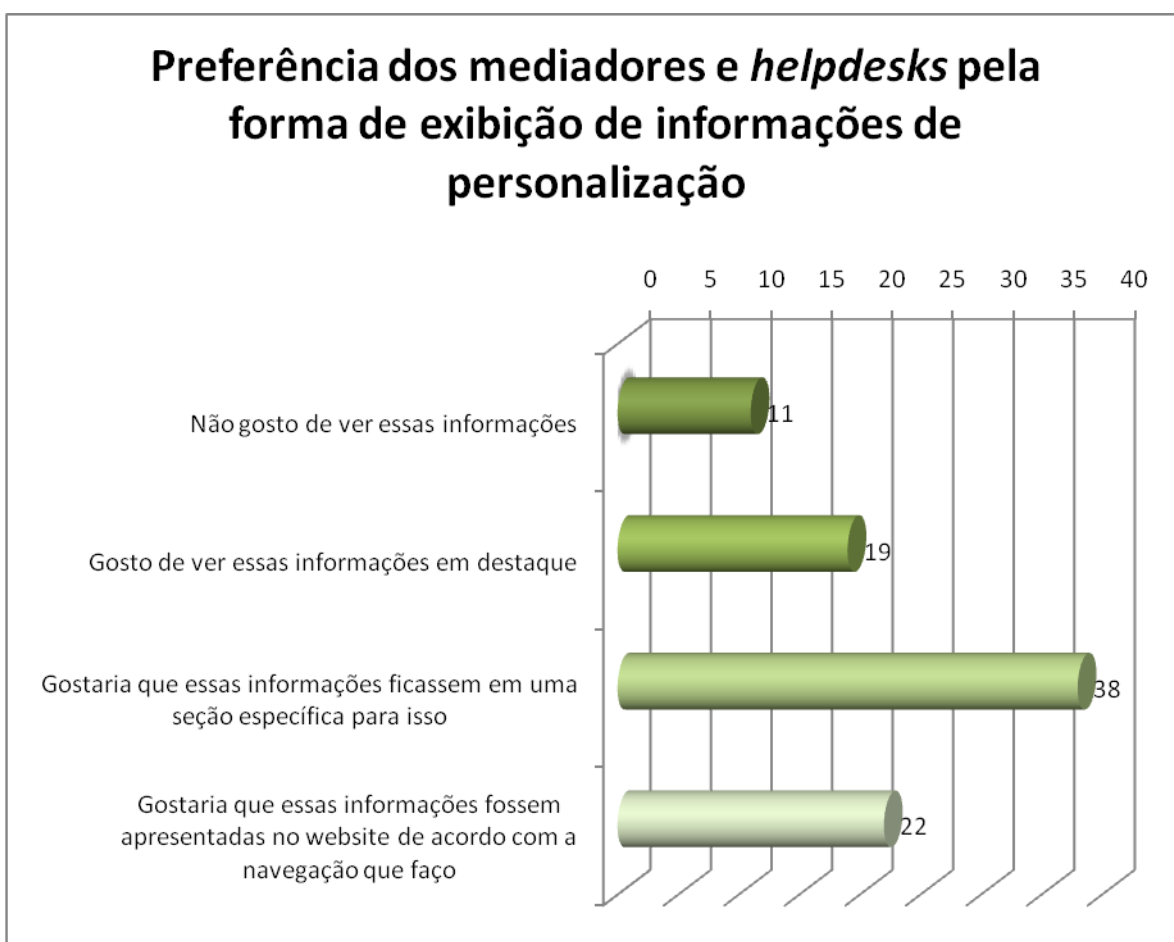


Gráfico 10: Preferência por forma de visualização de informações de personalização dos mediadores e *helpdesks* das IES federais

Segundo a análise das respostas dos mediadores e *helpdesks*, as outras informações que também deveriam ser consideradas na oferta de produtos e serviços personalizados eram: interesse do usuário, vínculo institucional possuído usuário, nível de familiaridade com tecnologias, nível de domínio de idiomas, disponibilidade de horário, o próprio histórico de acessos e de buscas realizados pelo usuário e o tipo de informação que o usuário busca, como mostra o gráfico a seguir.

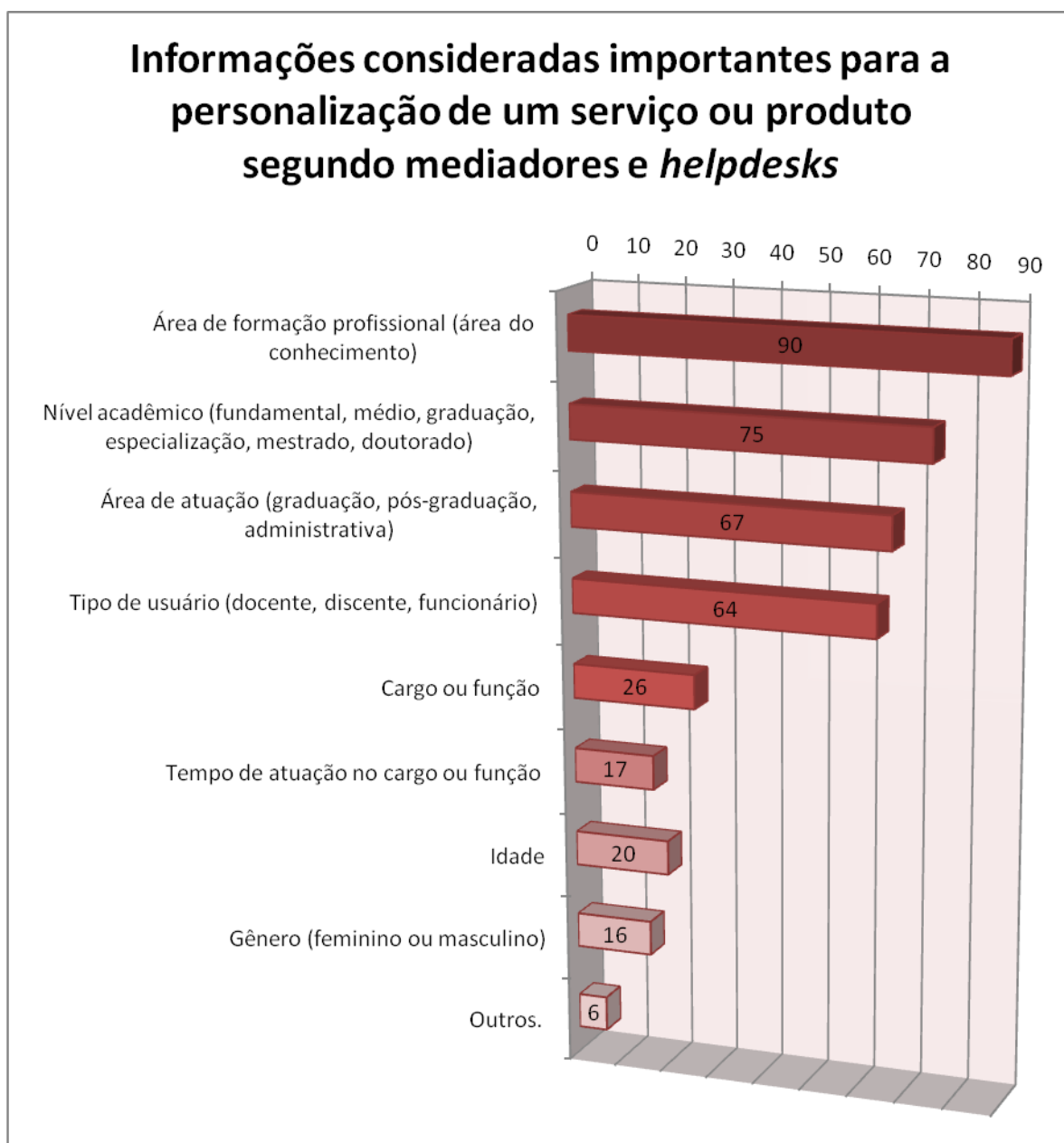


Gráfico 11: Características consideradas importantes por mediadores e *helpdesks* para a personalização de um produto ou serviço

Entretanto, nas palavras de um dos mediadores:

Se for brincado, a idade vai importar. Se for sobre ginástica, importa sexo, idade... depende muito...

Outras opiniões sobre as formas de coleta de informações pelos sistemas de personalização podem ser observadas no gráfico 13, a seguir, onde as opções de coleta mais indicadas foram a coleta por meio de cadastro e a coleta combinada entre um cadastramento breve e a navegação realizada.

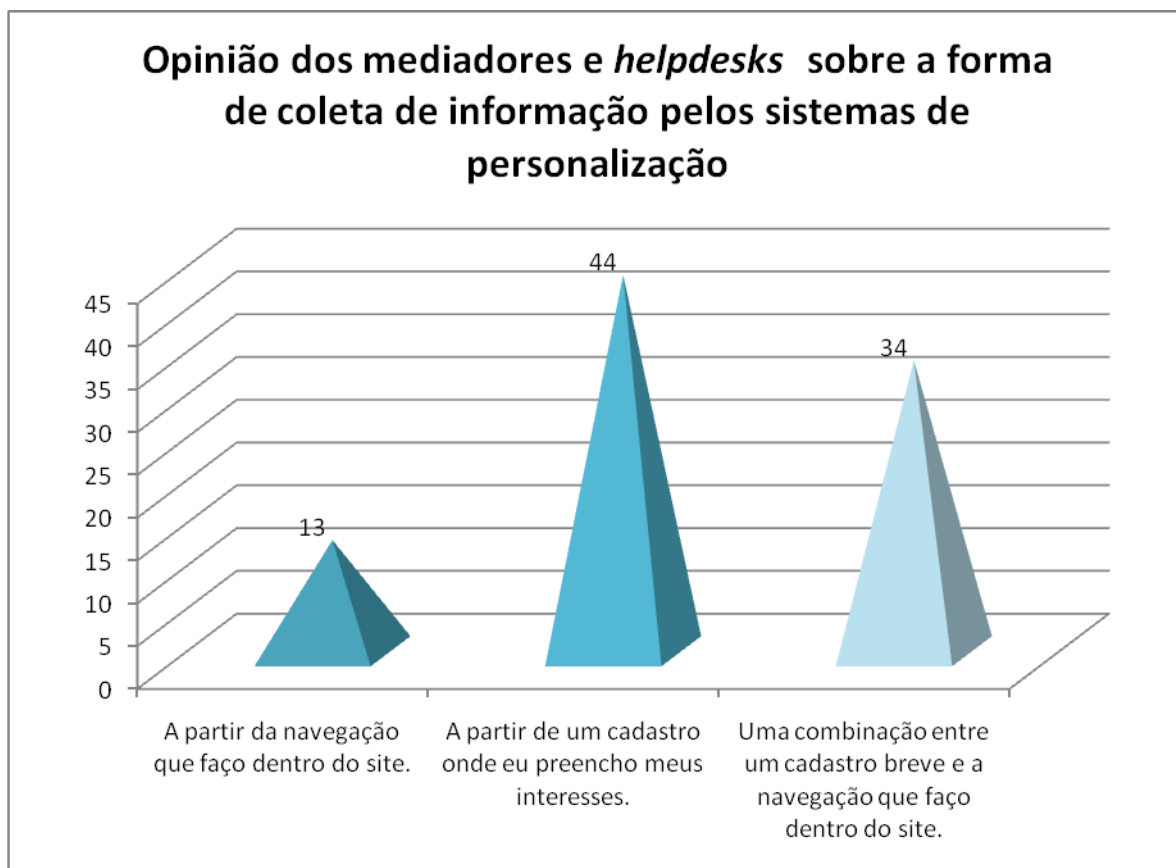


Gráfico 12: Opinião dos mediadores e *helpdesks* sobre a forma de coleta de informação pelos sistemas de personalização

Ao responderem a questão sobre a atualização periódica de cadastros com informações sobre o usuário, devido à rápida desatualização relacionada a informações de interesse principalmente relativos à realização de pesquisas ou trabalho, os mediadores e *helpdesks* julgaram interessante que o sistema alertasse sobre a necessidade de atualização ou informasse a data da última atualização realizada.

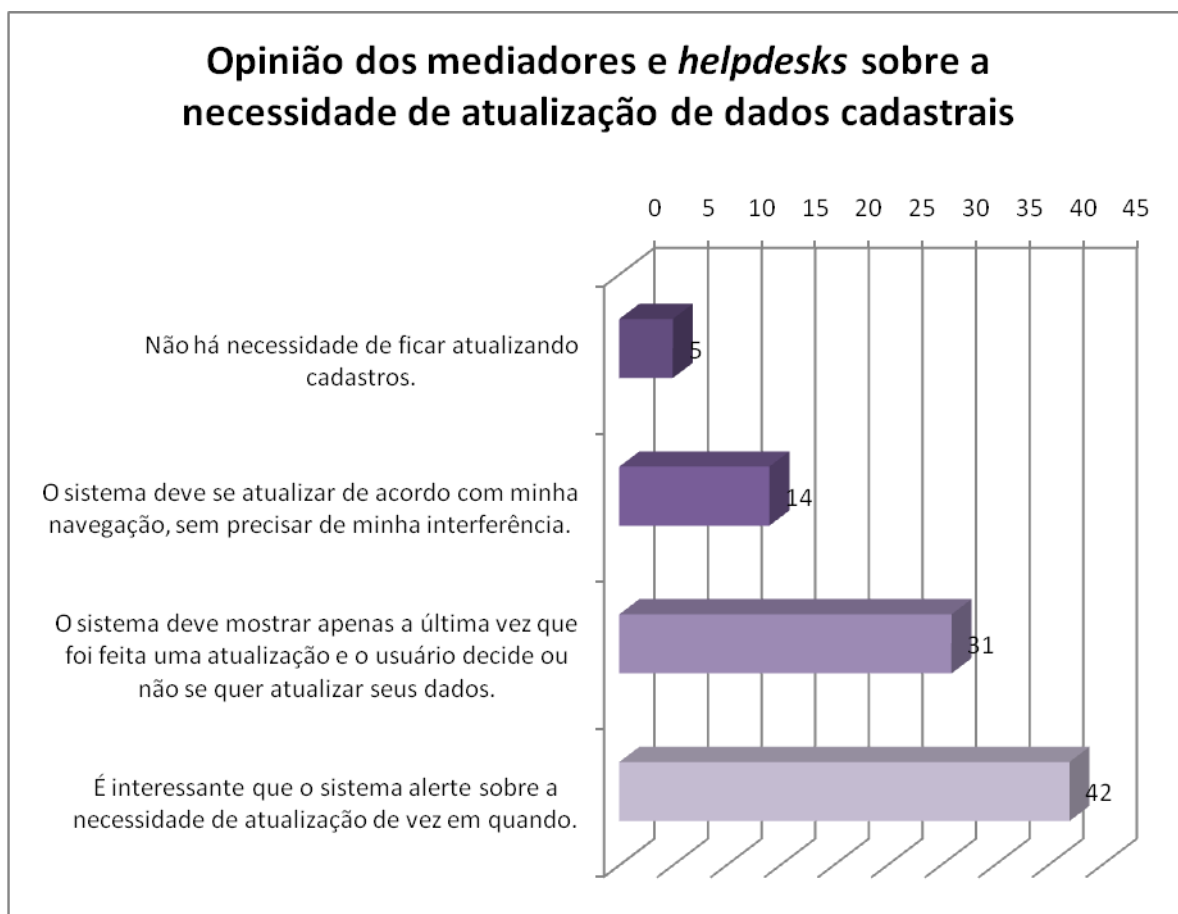


Gráfico 13: Opinião dos mediadores e *helpdesks* sobre a necessidade de atualização de dados cadastrais

Com relação aos serviços ou bases do Portal de Periódicos preferidos pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais, 46 dos respondentes declararam não ter preferência e 28 indicaram a preferência pelos seguintes itens, conforme mostra o gráfico 15:

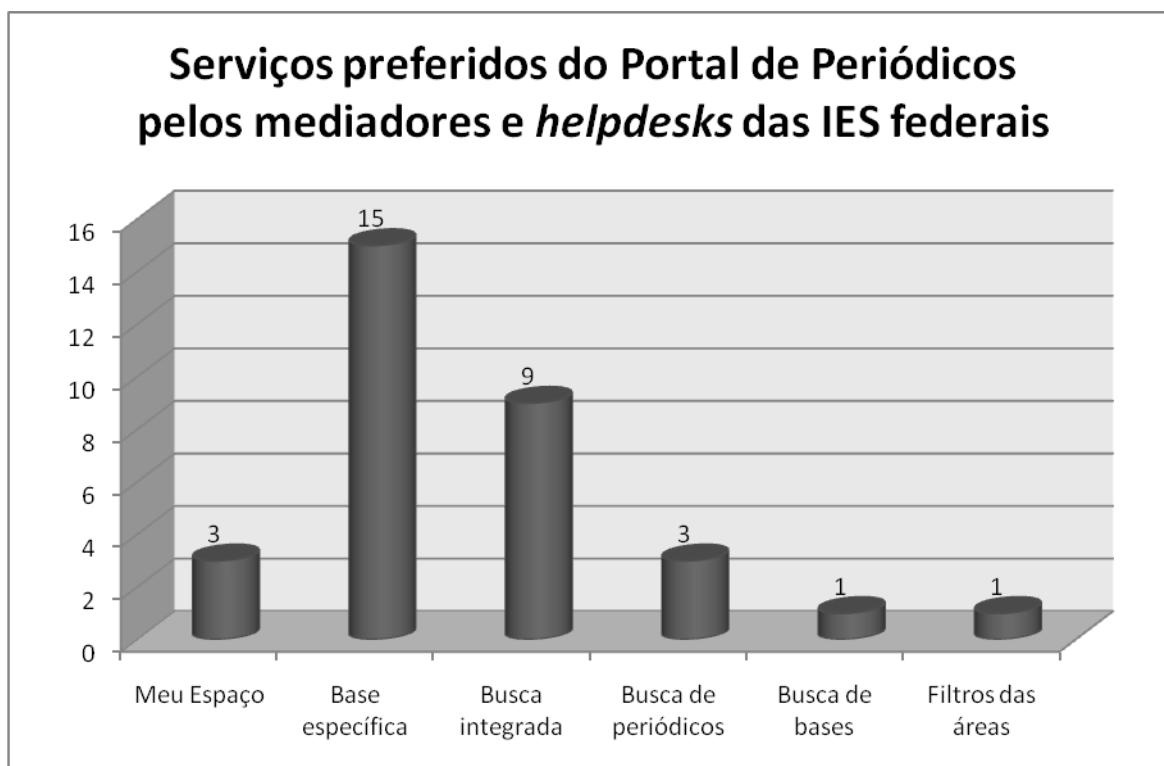


Gráfico 14: Serviços preferidos do Portal de Periódicos pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais

Sobre as preferências declaradas pelo Meu Espaço, os respondentes afirmaram que conheciam as limitações relacionadas ao registro e gerenciamento de periódicos favoritos e sabiam sobre a necessidade de não poder criar o espaço pelo usuário. Mesmo assim utilizavam e tinham preferência pelo serviço, que possibilita a criação de conjuntos de bases prediletas para a realização de buscas e marcação de periódicos e artigos para posterior verificação.

Com relação às bases específicas do Portal os respondentes afirmaram sua preferência pelas bases referenciais, devido aos recursos oferecidos de análises de citações. Foram citadas as bases *Web of Science* e *Scopus* e as bases de texto completo *Science Direct*, *Compendex*, *ACS*, *JSTOR*, *Gale* e *Wilson*. Também foram lembradas por um dos respondentes as bases de acesso livre, como a base *SciELO*.

A busca integrada foi citada como preferida para realização de buscas por assunto e a busca por periódicos como facilitadora na busca por periódicos desejados.

A respeito da nova funcionalidade disponível no Portal de Periódicos, o Meu Espaço, os respondentes foram questionados com relação à opinião sobre o preenchimento de cadastros.

A opinião dos mediadores e *helpdesks* pesquisados sobre a extensão dos

cadastros a serem preenchidos pelos usuários de um serviço é apresentada no gráfico seguinte. Entre os respondentes, 69 afirmaram que preenchiam cadastros, sendo que 34 deles não se importavam com a extensão desses cadastros, desde que houvesse vantagem no seu preenchimento. Considerando as respostas do questionário, na visão dos respondentes, a explicitação das vantagens no cadastro para a personalização de serviços de informação pode estimular o preenchimento de cadastros longos. Como nenhum mediador informou que gostava de preencher cadastros, essa situação pode insinuar que o cadastramento voluntário deve ser motivado por alguma justificativa do interesse da pessoa que deverá preencher o referido cadastro.

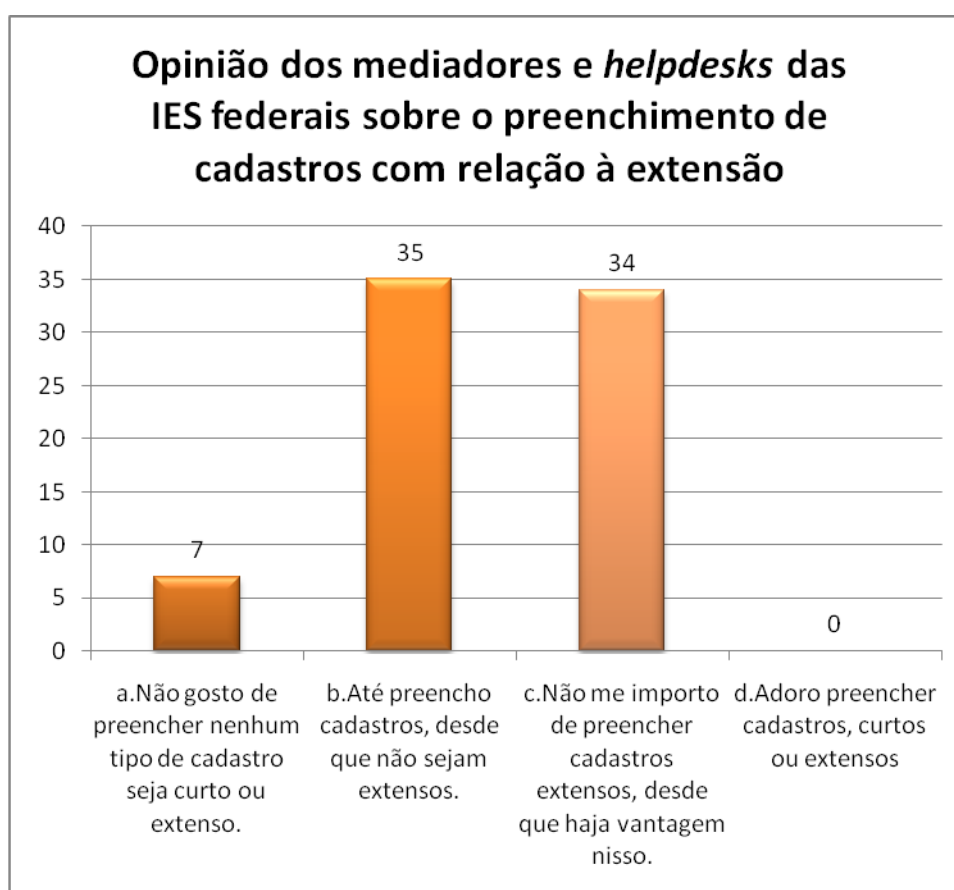


Gráfico 15: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre o preenchimento de cadastros com relação à extensão dos cadastros

Sobre o fornecimento de dados pessoais no preenchimento de cadastros, 56 respondentes afirmaram ter restrições para fornecer essas informações, sendo que 8 deles revelaram ter tido experiências anteriores ruins a esse respeito. Pelos dados coletados, pode-se verificar que, mesmo quando conhecem a empresa ou instituição, mais da metade dos respondentes possui restrições para o fornecimento de informações pessoais, mesmo não tendo relatado experiências negativas

anteriores. No gráfico seguinte podem ser apreciadas as respostas sobre o tema.

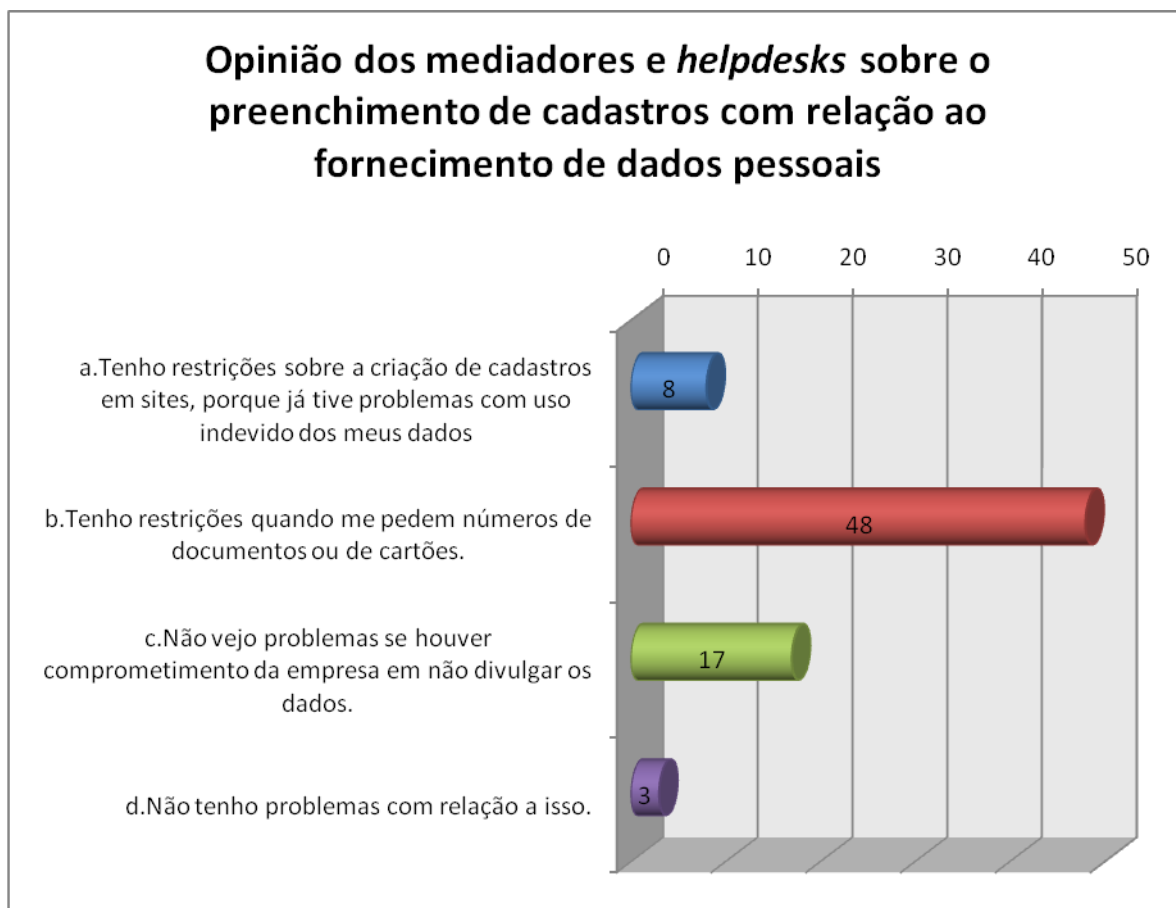


Gráfico 16: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre o preenchimento de cadastros com relação ao fornecimento de dados pessoais

A alteração realizada no Portal de Periódicos da CAPES trouxe novas funcionalidades e atualizações de ferramentas que já estavam disponíveis no Portal. O gráfico a seguir mostra a opinião dos mediadores e *helpdesks* pesquisados sobre a nova funcionalidade, denominada “Meu Espaço”.

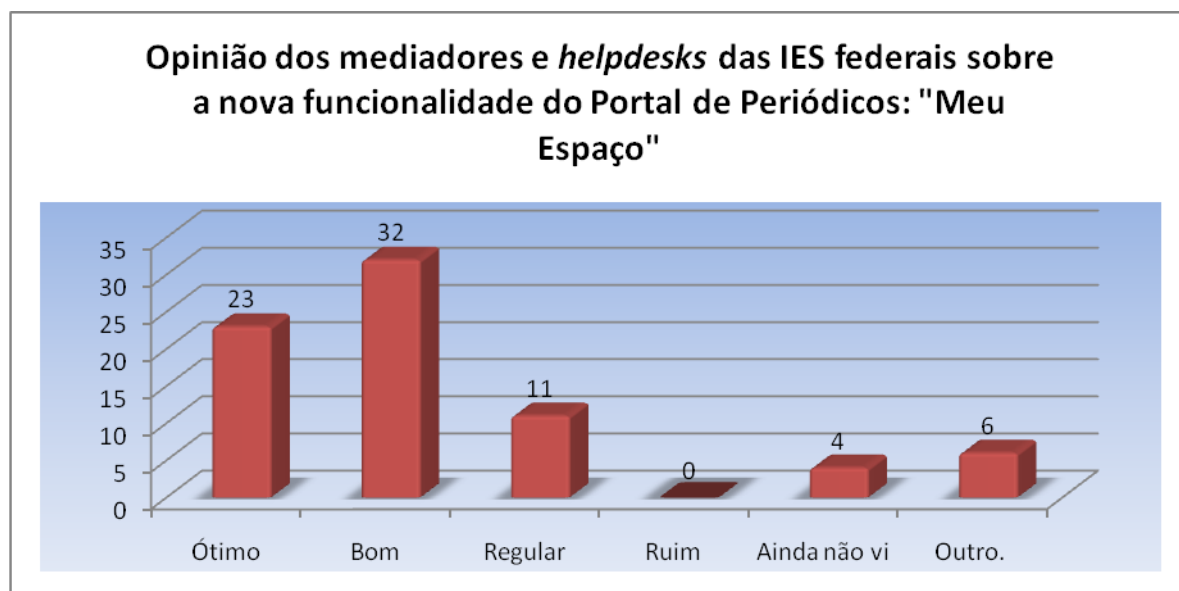


Gráfico 17: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre a nova funcionalidade do Portal de Periódicos da CAPES: "Meu Espaço"

Os comentários recebidos sobre a ferramenta Meu espaço revelaram que quatro dos mediadores pesquisados ainda não tinham utilizado a ferramenta. Outros mediadores relataram que a área de periódicos ainda não permitia o gerenciamento destes e dois deles classificavam a ferramenta como muito complexa. É possível que essas observações devam-se ao fato do pouco tempo de uso de recursos de personalização, que trazem consigo grandes mudanças e novidades avançadas. Talvez essas questões possam ser resolvidas mediante treinamento mais detalhado desta ferramenta, conforme comentário de um dos respondentes:

Achei muito complicado o recurso de gerenciamento do MEU ESPAÇO, e no treinamento oferecido pela CAPES, não entraram em detalhes.

Bom mas os periódicos ainda não apresentam a possibilidade de gerenciar pastas

[sobre as alterações] requer treinamento antecipado

Conforme o gráfico a seguir, que mostra as opiniões dos mediadores e *helpdesks* pesquisados em relação à atualização da área de treinamentos do Portal de Periódicos, 49 respondentes consideraram a atualização ótima ou boa. Entretanto, houve três opiniões negativas que não foram comentadas no questionário. Dois comentários recebidos foram sobre a necessidade de maior frequência de atualização da área e a indicação de maior participação dos

bibliotecários multiplicadores na produção de informações da área.

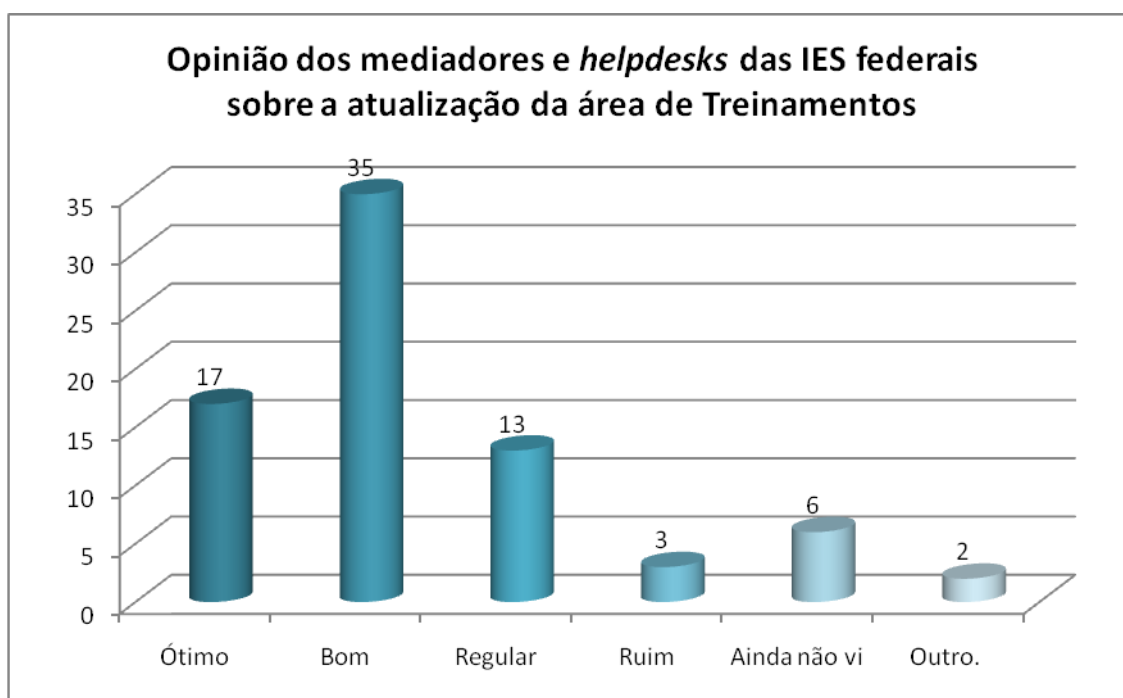


Gráfico 18: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre a atualização da área de Treinamentos do novo Portal de Periódicos da CAPES

A opinião dos respondentes sobre a nova área de Estatísticas do Portal é mostrada no gráfico a seguir. Essas estatísticas tiveram maior índice de respostas indicativas de que ainda não tinham sido visualizadas pelos mediadores e *helpdesks* que participaram da pesquisa. O fato pode estar relacionado à pouca procura por informações deste tipo, embora um dos respondentes tenha comentado que havia necessidade de maior detalhamento para essa área.

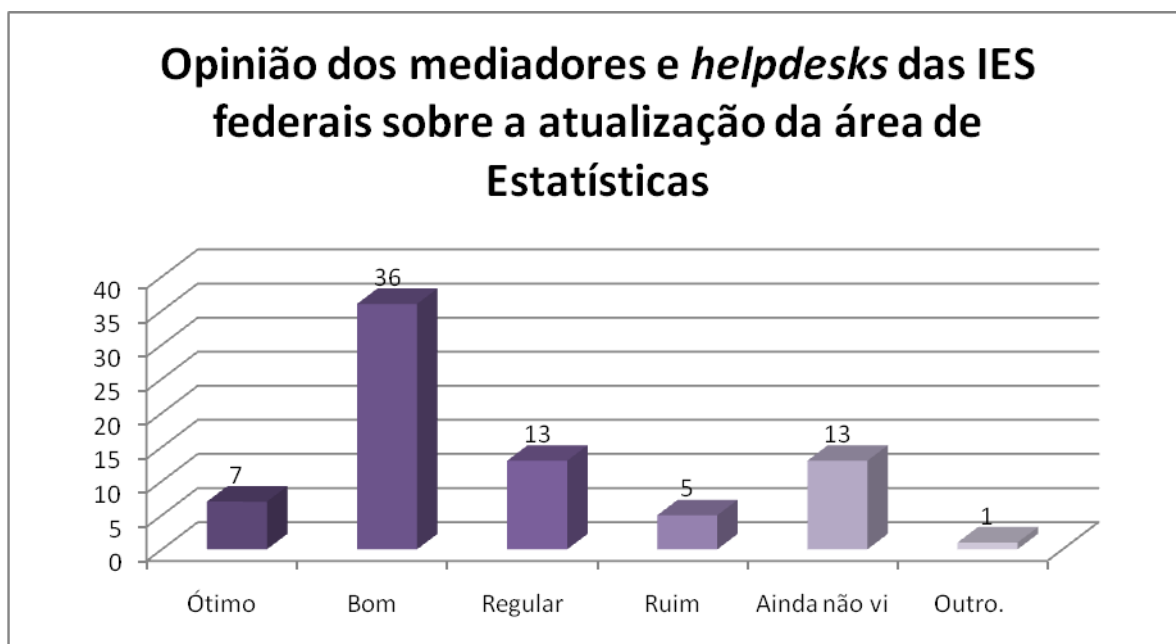


Gráfico 19: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre a atualização da área de Estatísticas do Portal de Periódicos da CAPES

Na opinião dos mediadores, os conteúdos personalizados, disponíveis a partir do preenchimento do cadastro no novo Portal de Periódicos, como notícias, coleções e área de suporte foram considerados como ótimo ou bom por 57 respondentes, como mostra o gráfico 20. Essa foi a segunda área com maior índice de respostas indicativas de que os mediadores ainda não tinham visualizado. Entretanto, considerando que a personalização de conteúdo é feita mediante cadastramento prévio dos usuários, possivelmente estes usuários não tenham se cadastrado no Portal para perceberem a funcionalidade.

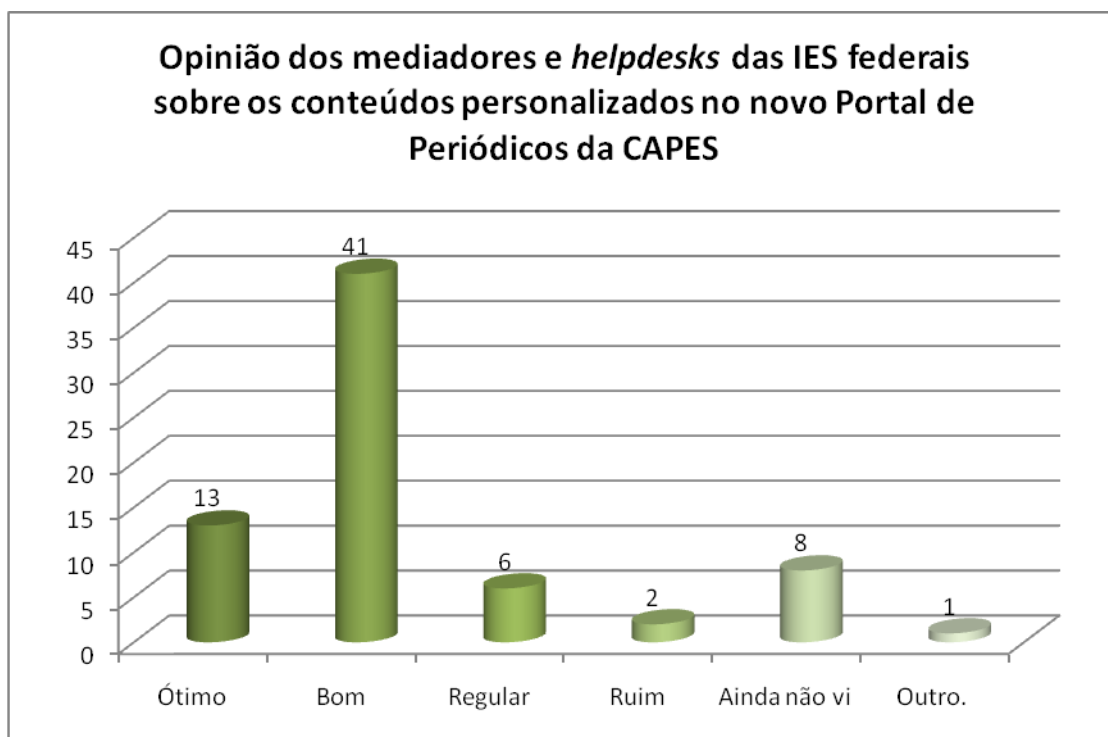


Gráfico 20: Opinião dos mediadores e *helpdesks* das IES federais sobre os conteúdos personalizados no novo Portal de Periódicos da CAPES

O comentário de um mediador sobre os conteúdos personalizados do novo Portal referiu-se às atualizações que o Portal vem realizando em sua interface, com as seguintes palavras

Sugiro que as alterações das ferramentas ou nomes (identifique-se/meu espaço) sejam divulgadas em notícias, para nos atualizarmos

As *helpdesks*, quando entrevistadas sobre a facilidade de interação que o novo Portal de Periódicos teria ou não com elas e com os usuários, todas classificaram como bom, indicando o grau 2 na escala de zero a 3, com a variação de 0 para ruim, 1 para Regular, 2 para Bom e 3 para Ótimo. As observações feitas pelas profissionais relacionaram-se à necessidade de esclarecer algumas informações sobre o Portal que ainda pareciam estar obscuras com relação às bases indicadas e quantidade de bases que poderiam ser selecionadas de uma única vez para a busca integrada. De acordo com as *helpdesks* entrevistadas, isso é questionado pelos usuários e elas sentem dificuldades de colocar a informação de forma clara para eles, conforme citação de uma *helpdesk*:

Isso é que fica um pouco obscuro pra gente e pra gente explicar para o usuário. Por que essa seleção, como é feita essa seleção... Quando vai fazer a pesquisa que te mostra só essa parte... Essa parte é que às vezes teria que... não sei... colocar de forma mais clara para o usuário

Incentivados a apresentar seus comentários, sugestões, reclamações ou elogios relativos à personalização dos serviços de informação no novo Portal de Periódicos da CAPES, os mediadores e *helpdesks* das IES federais apresentaram as seguintes considerações:

- Comentários:
 - o tempo de uso ainda é pouco para subsidiar sugestões e críticas construtivas,
 - necessidade de maior divulgação,
 - esclarecimentos sobre as novas funcionalidades da Busca Integrada e o “Meu Espaço”,
 - a melhora da interface ainda não é suficiente pois ainda exige treinamento e continuam existindo cobranças com relação ao acesso remoto
- Sugestões:
 - elaboração de mais tutoriais e maior visibilidade de informações sobre o acesso remoto,
 - destaque no Portal para questões relacionadas a bibliotecas digitais e e-biblio,
 - disponibilidade de acesso às novas ferramentas fora da instituição e aumento do número de bases para consulta simultânea;
 - formato de treinamento no Portal deve ser alterado, com relação a maior interatividade e oferta de treinamentos EAD além da criação de mais materiais de apoio;
 - os serviços devem ser aperfeiçoados com relação à efetividade e funcionamento,
 - a área de Estatísticas deve ser aperfeiçoada com relação à efetividade e funcionamento;

- controle da disponibilidade de acesso às coleções do Portal;
- incorporação de tecnologia AJAX para agilizar o processamento das informações;
- adoção de uma interface mais intuitiva a partir de comandos compreensíveis e similares,
- tutorial claro e divulgação de mensagens de erro mais usuais.
- Reclamações:
 - A navegação pelos menus não está clara e as opções estão escondidas,
 - os ícones não estão claros, pois não há correspondência como era de se esperar como é o caso do ícone de acesso ao texto completo;
 - os treinamentos não estão sendo detalhados o suficiente;
 - a carga de trabalho para os bibliotecários aumentou e a implementação do Pró-Multiplicar não auxiliou nesse sentido;
 - algumas pesquisas que eram realizadas na versão anterior não são possíveis na nova versão;
 - a funcionalidade do alerta é básica, sem possibilidade de maiores informações sobre os resultados recuperados;
 - a relevância dos resultados recuperados na busca integrada não é clara;
 - existem problemas com relação a recuperação de títulos de periódicos e por assunto;
 - a quantidade de informação disponível confunde;
 - existem problemas de configuração na área do “Meu Espaço” com relação ao gerenciamento de artigos, alguns *links* ficam escondidos
- Elogios:
 - Os filtros das páginas por área do conhecimento são muito bons (notícias),
 - as novas funcionalidades permitem promover maior desempenho do usuário com relação às pesquisas que está desenvolvendo;

- a criação do “Meu Espaço” veio facilitar e individualizar o uso de cada usuário, isso os agradou muito pois acrescentou novas formas e possibilidades de pesquisa;
- a personalização atende às necessidades;
- extremamente relevante, além de eficaz contra a perda de tempo na realização de buscas/pesquisas;
- os novos recursos são amigáveis e complementares aos já disponibilizados;
- ótimo poder registrar as últimas pesquisas e a busca simultânea em várias bases;
- a mudança conceitual foi boa e a criação do “Meu Espaço” foi excelente;
- a nova interface tem sido aceita com elogios pelos usuários.

Quadro 10: Comentários, sugestões, reclamações e elogios encaminhados pelos mediadores e helpdesks

12. Use o espaço a seguir para incluir algum comentário, sugestão, reclamação, elogio relativo à personalização dos serviços na nova interface do Portal.	
1	Devido aos treinamentos que realizamos na instituição, temos obtido grandes resultados, mas a disseminação das estatísticas do Portal não nos ajudar a disseminar isso. Gostaria que a liberação das estatísticas do portal fossem mais ágeis.
2	Penso que quanto mais utilizarmos mais ficaremos familiarizados e o desempenho tende a melhorar.
3	Ainda é pouco tempo de uso (6 meses) a manifestação dos usuários ao longo do tempo vai subsidiar sugestões e críticas construtivas.
4	O Acervo é um pouco escondido. A busca da página inicial tem menos funções mais é mais utilizada pelos usuários. Os filtros das páginas por área do conhecimento são muito bons (notícias) mas a área de estatísticas precisa melhorar. A monitoração do conteúdo (acesso) precisa melhorar. A folha (ícone) dá a sensação de ter acesso ao PDF o que confunde o usuário.
5	Considero que essa funcionalidade promoverá maior desempenho do usuário com relação às pesquisas que estão desenvolvendo.
6	Elaboração do Tutorial sobre Meu Espaço.
7	Muitos dos multiplicadores não tem o domínio da língua inglesa, inclusive os usuários, então acho os treinamentos muito superficiais, os bibliotecários são muito cobrados, os alunos multiplicadores não tem responsabilidade, tivemos apenas aumento de trabalho, e pouco reconhecimento.
8	Precisamos divulgar mais isto em nossa instituição.
9	Deixar visível informações e procedimentos sobre acesso remoto para novas instituições.
10	Parabenizo a CAPES pela iniciativa da metabusca
11	Não gostei da mudança que houve no Portal. Algumas pesquisas não são atendidas pela nova interface
12	O alerta é muito básico ele não trás maiores informações sobre as atualizações. sobre a relevância do conteúdo da busca integrada tem pouca relevância
13	A criação do meu espaço veio facilitar e individualizar o uso de cada usuário, o que tem agradado muito.
14	Com relação à minha área: Odontologia, o Portal deixa um pouco a desejar, pois, são poucos os títulos disponíveis com texto completo
15	A parte de relação de bibliotecas digitais e <i>e-biblio</i> merecia um tópico na página principal
16	Considero que o novo buscador facilitou a pesquisa principalmente para os usuários.
17	Acredito que ele veio acrescentar novas formas e possibilidades de pesquisa
18	As bases poderiam disponibilizar parcialmente o português na interface, porém cobram o uso do termo de pesquisa em inglês a exemplo da EBSCO
19	Comentário com setor competente
20	A personalização atende as necessidades
21	Extremamente relevante,além de eficaz contra a perda de tempo na realização de buscas/pesquisas.
22	Só elogios
23	Achei os recursos novos oferecidos amigáveis e complementar aos já disponibilizados.
24	Achei ótimo ficar registrado as últimas pesquisas e a busca simultânea em várias bases.

25	Considero o Portal CAPES uma alavanca propulsora da ciência e tecnologia no Brasil, uma experiência inovadora de sucesso e repercussão mundial que abre um leque de possibilidades de pesquisa para a comunidade acadêmica brasileira! Sinto-me honrada em participar do processo de divulgação e educação em relação ao uso das bases de dados de literatura técnico-científica, pois sei que estou contribuindo com minha pequena parcela para o avanço da ciência e tecnologia e, conseqüentemente, com a melhoria da qualidade de vida e da sociedade!
26	Sugiro que o Meu espaço possa ser acessado fora da Instituição e que o limite de pesquisas em mais de 11 bases diferente poderia ser liberado.
27	Não tenho comentários
28	Parabenizo a equipe da Capes, em especial a Helenara Chaves, pois ela conduziu o processo de mudança de forma admirável.
29	Os treinamentos não devem ser oferecidos somente usando <i>power point</i> , mas sim deve ser interativo usando a internet. A CAPES deveria oferecer treinamentos EAD e materiais de apoio.
30	Acredito que os serviços necessitam de aperfeiçoamento para ficarem mais produtivos e permitirem resultados mais efetivos.
31	Não acredito que seja possível personalizar e atender a necessidade de todos
32	encontram duvidas de quantos registros podem ser armazenados e o quanto tempo esses registros podem ser guardados .
33	Percebi que algumas bases novas não estão sendo acessadas pela versão antiga do Portal, como o JSTOR, por exemplo. Alguns usuários reclamam disso alegando que, se a página antiga ainda está permitindo o acesso, deveria ser possível acessar o mesmo conteúdo que a versão nova oferece.
34	O que se pode notar é que está havendo melhora na interface, mas isso não é suficiente. Acredito que só o treinamento trará a facilidade no uso.
35	Incorporar tecnologia AJAX para agilizar o processamentos das informações.
36	Ainda não utilizei.
37	A nova interface do Portal ainda apresenta alguns problemas na recuperação de títulos de periódicos e na recuperação por assunto. Alguns ajustes são necessários. A mudança conceitual foi boa e a criação do "meu espaço" foi excelente.
38	Ainda há muita informação que confunde. A página tem alguns problemas de configuração, na opção de gerenciamento dos artigos o link para armazenar os artigos na pasta escolhida fica muitas vezes escondido.
39	Considero este serviço, já oferecido pelos editores, um ótimo serviço desta nova plataforma.
40	A nova interface tem sido bem aceita com elogios por parte dos usuários. Entretanto, há uma certa cobrança quanto ao acesso remoto através do dentifique-se.
41	Não conheço a nova interface ainda.
42	Parabéns às iniciativas; de modernizar, de democratizar o acesso ao Portal, de incluir material útil também ao ensino médio, de usar a busca integrada, de consultar a comunidade estando em permanente avaliação, de incluir material de acesso livre e, de respeitar e considerar a opinião dos bibliotecários.
43	Acho que a mudança no Portal favoreceu a navegação e os serviços personalizados são importantes para os usuários mais especializados.
44	Falta uma interface mais intuitiva, com comandos compreensíveis, tutorial claro e na primeira página e mensagens de erro mais claras.
45	A interface poderia ser um pouco mais intuitiva e a divisão de menus e janelas também. O uso de alguns recursos mais avançados não segue uma lógica muito clara, que permita entender de uma tela para outra como funcionam por similaridade, pois não há muita similaridade. Mas o avanço em relação a versão anterior é enorme e não deve ser subestimado.

Neste sentido, as entrevistas com as *helpdesks* apresentaram como sugestões dar maior destaque às informações sobre como realizar o acesso remoto ao Portal de Periódicos, a inclusão da lista de livros (citado por 3 *helpdesks*) e a possibilidade de buscar periódicos nacionais por subárea do conhecimento, como existia no Portal anterior e não existe mais hoje.

Durante as entrevistas, uma *helpdesk* sugeriu incluir a possibilidade de salvar no Meu Espaço referências bibliográficas encontradas em bases específicas, mas complementou sua sugestão com o seguinte comentário:

Eu nem mandei a sugestão pra CAPES porque acredito que talvez nem seja compatível.

O *layout* muito claro do Portal também foi citado nas entrevistas com as *helpdesks*, que se referiram a ele afirmando que “pra leitura está muito ruim”. Foi comentado também a possibilidade de gerenciamento de periódicos no Meu Espaço, que ainda não existe.

6.3 Caracterização e descrição da prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e helpdesks nas IES federais em relação à possibilidade de personalização

Consultados sobre a oferta de apoio e infraestrutura oferecida pela CAPES para o desempenho das atividades como mediadores e *helpdesks* nas IES federais, 72 respondentes afirmaram haver apoio e 34, não.

Sobre a falta de apoio os respondentes afirmaram que os tutoriais disponíveis são insuficientes pois falta a cobertura das áreas do “Meu Espaço” e informações sobre acesso remoto, há necessidade de mais material de divulgação, além de colaboração financeira com alguns projetos pois segundo um dos mediadores,

Neste sentido, houve outros comentários sobre a questão da infraestrutura disponível que, segundo os mediadores e *helpdesks*, é da instituição que presta o serviço e não da CAPES. Para um dos mediadores a situação era complicada:

A infra-estrutura é por conta da universidade.

Porque as universidades já estavam com *deficit* de equipamentos, então não podemos direcionar todas as máquinas para treinamentos, temos que dividir também para usuários pesquisarem nossos catálogos. Quando a biblioteca tem o apoio da Direção, geralmente é bem equipada, outras não.

Também foi citada pelos mediadores e *helpdesks* a necessidade de mais treinamentos e maior detalhamento das funcionalidades do novo Portal, considerando que nas palavras de um dos mediadores:

As informações repassadas para os mediadores de informações são básicas e não propiciam conhecimento diferenciado ao bibliotecário. Dessa forma não há desenvolvimento da equipe de mediadores.

A necessidade de acréscimo de outras ferramentas ao Portal, como a possibilidade de acrescentar os parâmetros tempo e idioma na busca integrada também foram indicadas, embora referindo-se às sugestões de alteração do Portal, por isso foram desconsideradas na questão relacionada ao apoio da CAPES para o desempenho das atividades de mediação e de *helpdesk*. Foi considerada também a questão da falta de informações sobre as alterações realizadas no Portal, levando em conta que a informação estava relacionada à ferramenta de trabalho para a prestação de serviço.

Foram apresentados comentários de mediadores e *helpdesks* sobre a necessidade de mais pessoal na CAPES para atender às demandas do novo Portal. O comentário recebido foi:

Acredito que a Capes não tem pessoal suficiente para atender a demanda, principalmente, com o lançamento do Novo Portal, que está gerando muitas dúvidas em relação ao funcionamento e às ferramentas.

Essa questão foi corroborada por outros comentários de mediadores e *helpdesks* sobre a demora em ser respondido ou ficar sem resposta do Fale Conosco do Portal de Periódicos, listadas a seguir:

As dúvidas encaminhadas ao Fale Conosco não têm sido respondidas. As alterações realizadas no Novo Portal não são divulgadas, o que acarreta falhas na utilização do serviço.

Às vezes a CAPES demora a responder aos questionamentos que são repassados por *helpdesks*, como eu.

Acredito que a CAPES tem se esforçado, mas está aquém de satisfazer a demanda. Há demora na resposta às dúvidas.

Sempre sou atendida quando solicito apoio da CAPES, apesar da lentidão no atendimento.

Algumas demandas recebidas dependem exclusivamente de respostas da CAPES o que gera demora no atendimento.

Destaco a demora no retorno de questões encaminhadas.

Sobre o apoio da CAPES, também foram citados os tutoriais disponíveis, o atendimento às solicitações apesar da lentidão e o contato fácil com a CAPES, contato rápido dos *helpdesks*, os treinamentos regulares oferecidos, a estrutura do Portal que facilita a pesquisa e recuperação de documentos, as centrais de atendimento disponíveis (possivelmente referindo-se às *helpdesks*), disponibilidade de acervo vasto, as parcerias feitas pela CAPES com as instituições e os bibliotecários.

Questionados sobre a existência de um setor ou departamento específico na IES federal para a prestação do serviço de mediação e *helpdesk* no uso dos serviços de informação do Portal de Periódicos, 52 respondentes afirmaram haver a existência desse setor e 29 respondentes afirmaram não existir.

Dentre os questionários, 51 afirmaram que a biblioteca era o local onde a atividade era desempenhada, sendo que em 17 destes as atividades eram desempenhadas na referência da biblioteca, 5 no setor de periódicos, em 5 as atividades eram desempenhadas em um setor específico, dedicado ao Portal de Periódicos. Em um deles as atividades aconteciam no setor de Processamento Técnico, em 7 deles em laboratórios de Informática localizados nas bibliotecas, e em 3 destes as atividades aconteciam em um setor responsável pelo Acesso às Bases de dados.

Sobre a infraestrutura disponível nas IES federais disponível para a prestação dos serviços de informação oferecidos no Portal de Periódicos pelos mediadores e *helpdesks*, foram respondidos 75 questionários. Dentre as respostas recebidas mais da metade declarou possuir telefone e computador disponíveis para o desempenho das atividades conforme gráfico a seguir.

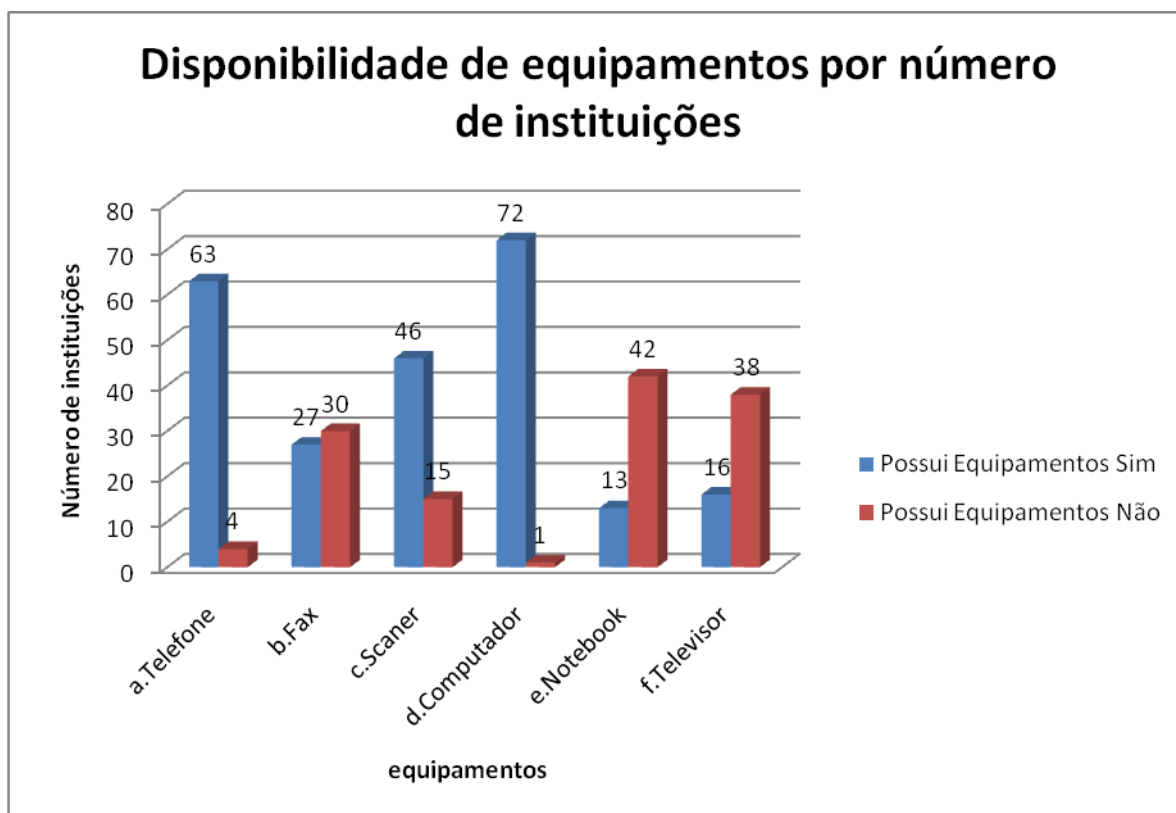


Gráfico 21: Disponibilidade de equipamentos para a prestação de serviços de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks*

Dentre os equipamentos disponíveis, verificou-se que mais da metade, excluindo-se os computadores, eram de uso compartilhado, o que permite concluir que o serviço de mediação e *helpdesk* não era uma atividade com dedicação exclusiva pelos profissionais nas IES federais.

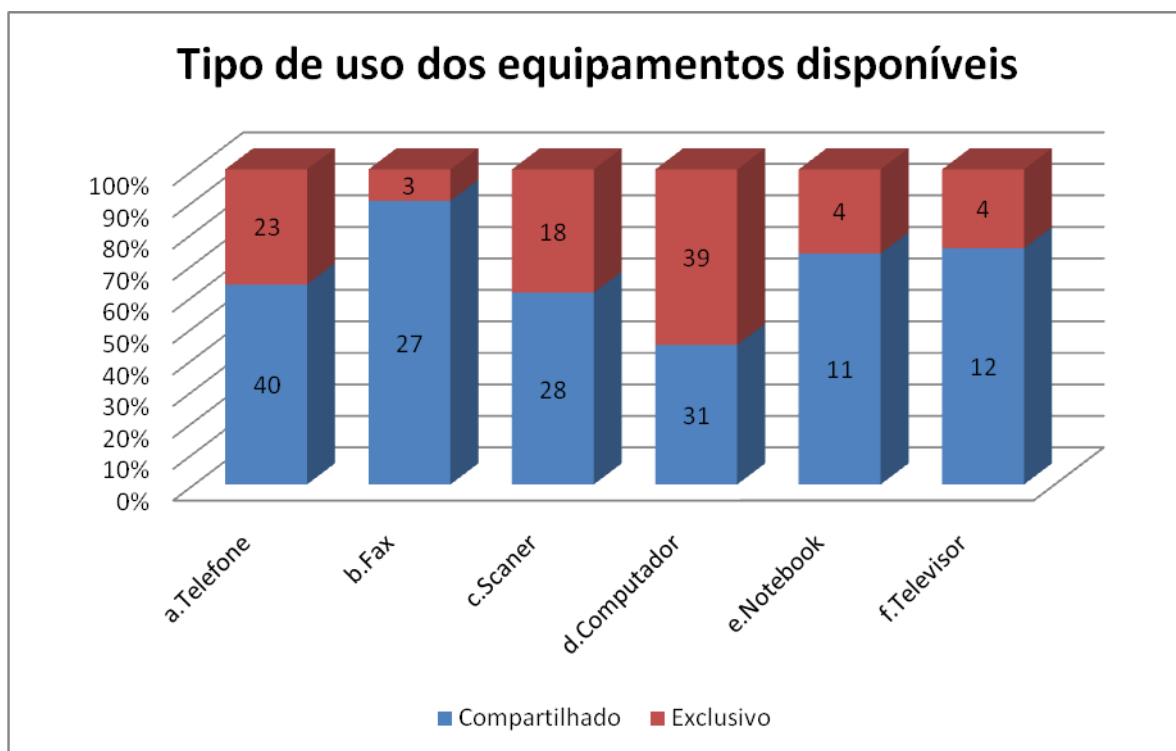


Gráfico 22: Tipo de uso dos equipamentos disponíveis para a prestação de serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks*

Sobre o número de equipamentos disponíveis nas IES federais para prestação de serviços de informação pelos mediadores e *helpdesks*, pode-se verificar a existência de poucos equipamentos com exceção dos computadores, o que pode ser um limitador na prestação dos serviços, considerando que estes, em sua maioria, são de uso compartilhado.

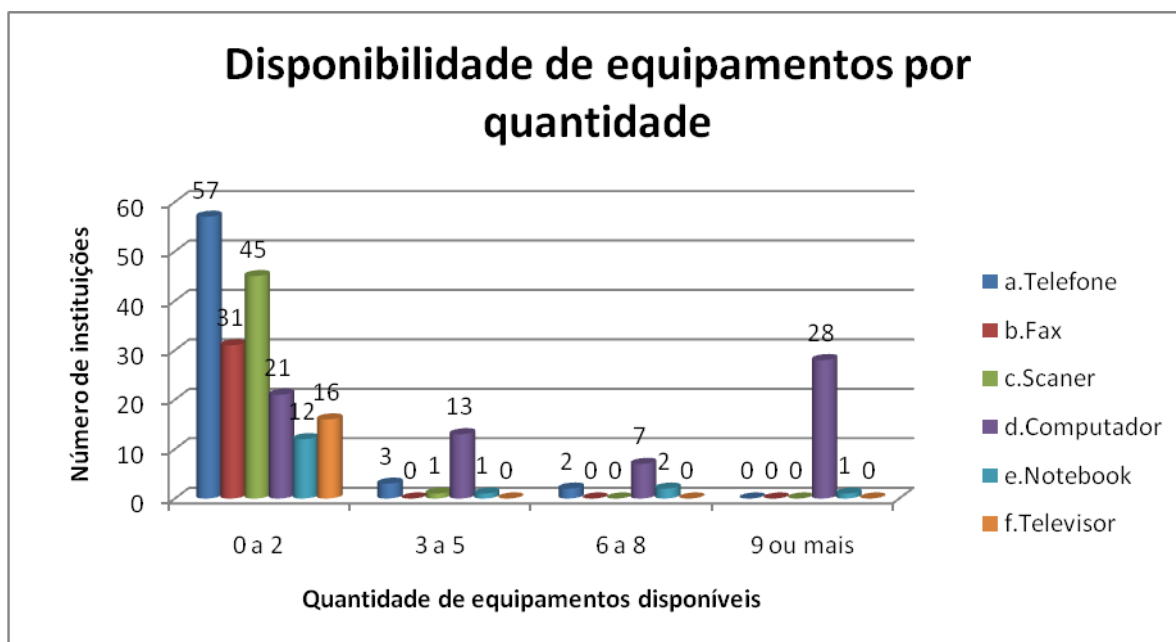


Gráfico 23: Quantidade de equipamentos disponíveis nas IES federais para a prestação de serviços de informação pelos mediadores e *helpdesks*

Os serviços de mediação e *helpdesk* referentes ao uso de serviços de informação no Portal de Periódicos foi informado por 60 respondentes a disponibilidade de acesso remoto para a prestação do serviço e por 21 respondentes da inexistência dessa disponibilidade. Segundo entrevistas com as *helpdesks*, este era um serviço muito questionado pelos usuários, mas, segundo o Portal de Periódicos (CAPES, 2010a), é de responsabilidade exclusiva de cada instituição.

Sobre a forma de atendimento realizada pelos mediadores e *helpdesks*, mais de 75% dos respondentes afirmaram que ele acontece pela Internet, e quase 70% que acontece por meio da troca de *e-mails* com os usuários. Não ficou claro o tipo de atendimento realizado pela Internet, o que poderia ser verificado de forma mais detalhada, considerando a variedade de tecnologias disponíveis, principalmente por meio de redes sociais. A preferência por estes meios de atendimento também pode estar relacionada às outras questões referentes à disponibilidade de equipamentos e infraestrutura.

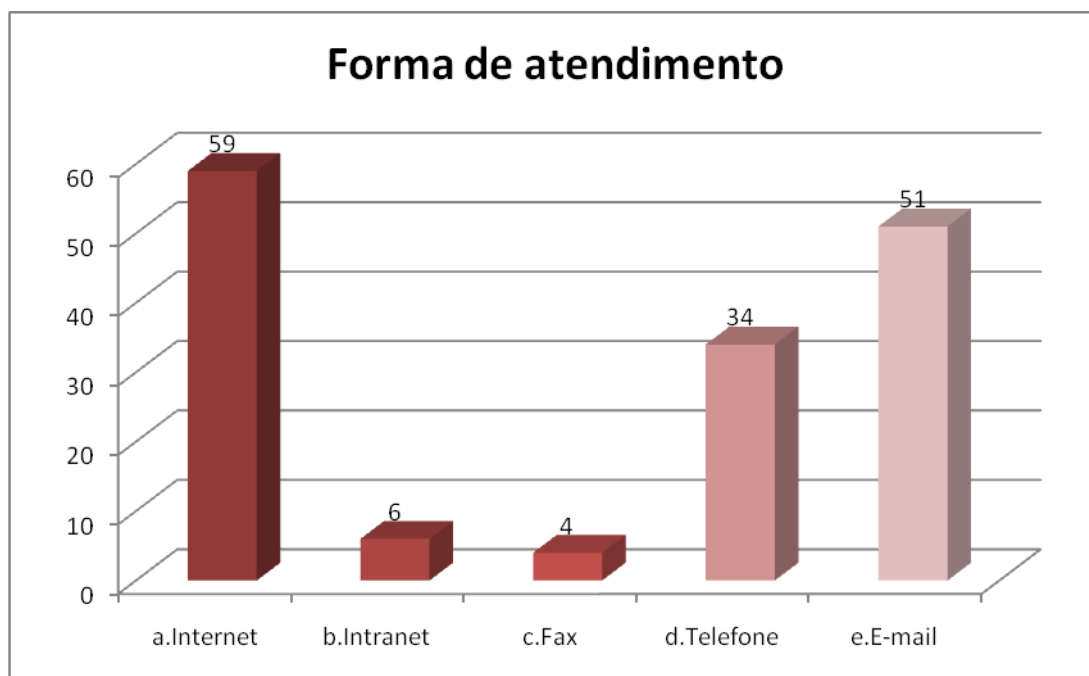


Gráfico 24: Forma de atendimento ao serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e helpdesks

Questionados sobre a existência de um *site* próprio da biblioteca, 55 respondentes afirmaram que o *site* da biblioteca existia na Internet e 14 confirmaram a existência de um *site* da intranet. O gráfico a seguir permite questionar a subutilização da intranet para divulgação das informações sobre o serviço para alunos e funcionários como professores e pesquisadores.

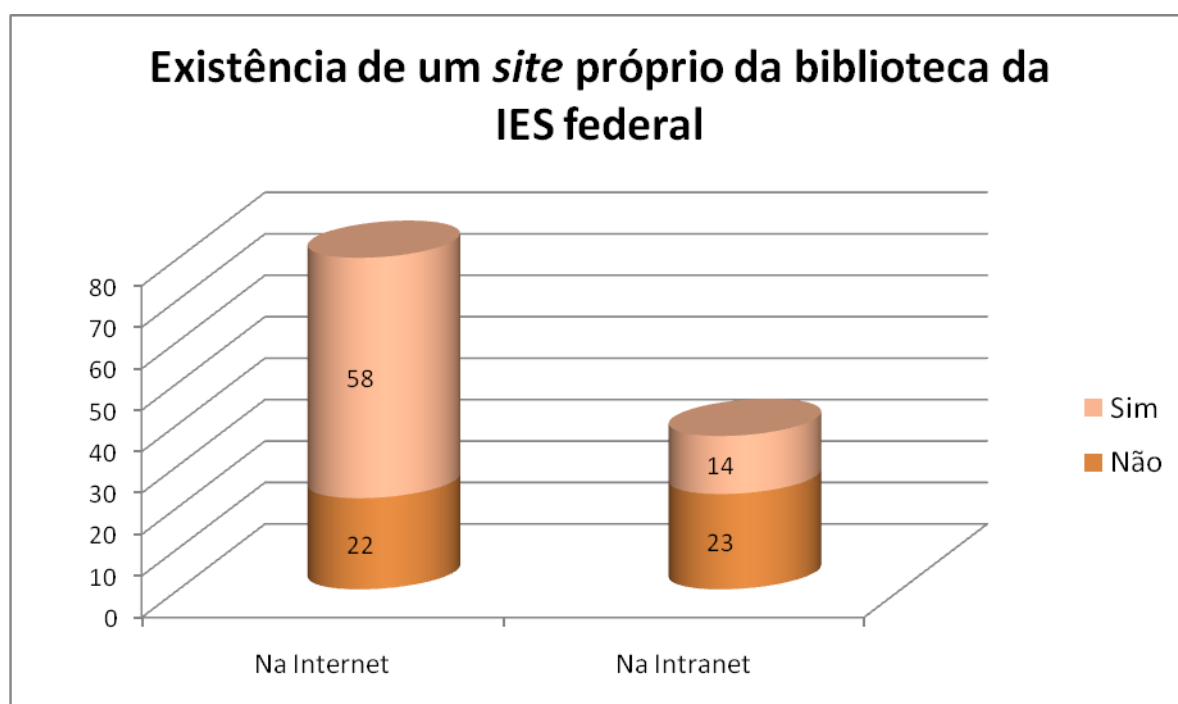


Gráfico 25: Existência de um *site* próprio da biblioteca na internet e na intranet da IES federal

Sobre a satisfação com relação ao mobiliário e às instalações disponíveis para a prestação do serviço nas IES federais foram obtidas 76 respostas descritas a seguir. Pelo gráfico 26 pode-se verificar que a satisfação com relação às instalações possuía maior concentração nas opções Bom e Regular com 30 e 28 respondentes, respectivamente, assim como em relação ao mobiliário disponível, com 26 respondentes para Bom e 27 para Regular.

Não foram encontradas relações entre a disponibilidade de equipamentos e as instalações que foram consideradas regulares. Entretanto, verificou-se que em aproximadamente 50% dos respondentes que afirmaram terem instalações regulares os equipamentos eram compartilhados ou em pouca quantidade. Dentre as respostas que consideraram as instalações ruins, mais de 80% dos telefones, fax e *scanners* era de uso compartilhado e 60% dos computadores também. Nenhum destes respondentes afirmaram possuírem material de apoio disponível.

Dentre os 27 que afirmaram terem mobiliários regulares, verificou-se que aproximadamente mais de 50% possuíam equipamentos compartilhados e mais de 50% menos de 3 equipamentos (telefone, fax, *scanner*, *notebook*, televisor) com exceção dos computadores com maior variação no número de equipamentos disponíveis. Dentre os 6 que afirmaram terem mobiliários ruins disponíveis para a prestação do serviço não foram verificados *notebooks* e televisores disponíveis para o atendimento. Também verificou-se que mais de 60% dos equipamentos disponíveis variavam em quantidade de até 2 unidades e 60% deles eram de uso compartilhado. Não foi possível verificar se os atendimentos eram realizados por fax ou intranet, e 5 deles afirmaram não haver material de apoio disponível para o atendimento. Contudo, este mesmo número de respondentes afirmou realizar atividades de divulgação.

Não foram identificados padrões de respostas com relação ao apoio da direção no desempenho da atividade de mediação e *helpdesk*, o que permite considerar que esta questão talvez esteja sendo considerada pelos respondentes como muito relacionada ao número de equipamentos disponíveis e exclusividade de uso destes.

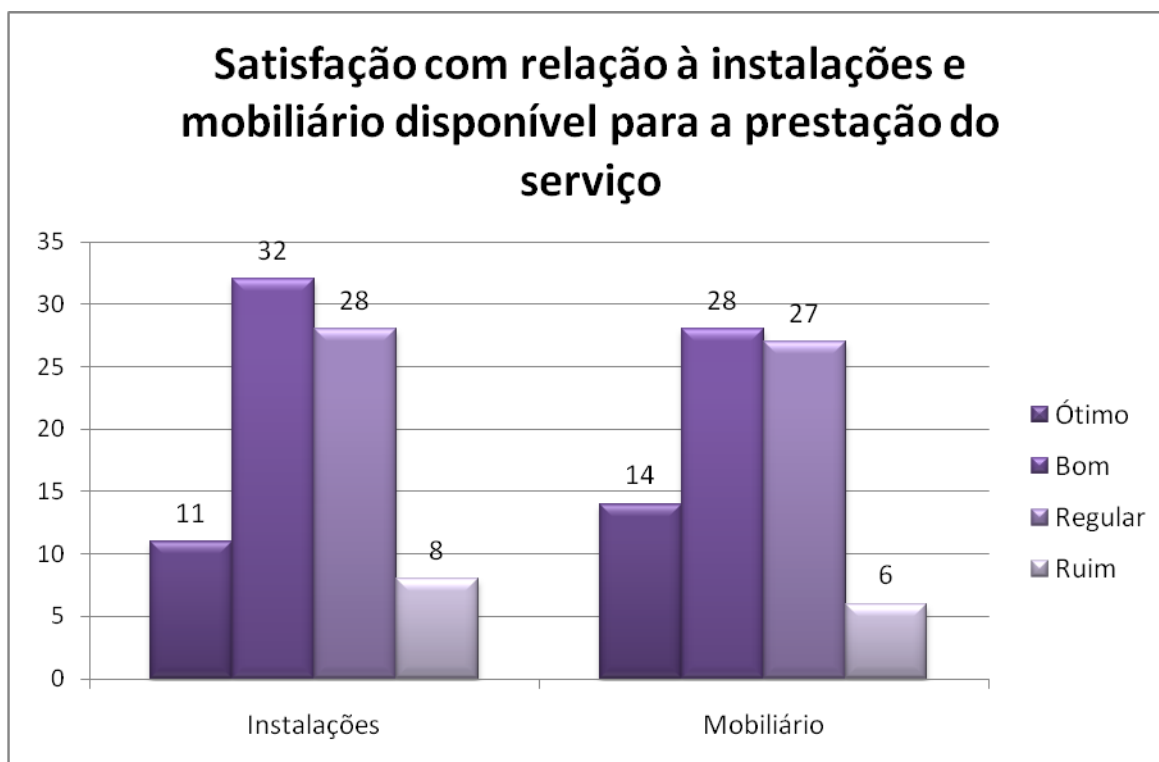


Gráfico 26: Satisfação dos mediadores e helpdesk com relação às instalações e mobiliário disponível para a prestação do serviço nas IES federais

Com relação à existência de material de apoio disponível para a prestação do serviço, 39 respondentes confirmaram a existência desse tipo de material e 41 negaram.

Nas respostas sobre a disponibilidade desse tipo de material os respondentes referiram-se a materiais de divulgação como manuais, guias, tutoriais da CAPES e dos editores responsáveis pelas bases de dados e periódicos além dos já desenvolvidos pela biblioteca, cartilhas, *folders* e folhetos, marcadores de páginas, cartazes e *banners*, além de cartões de referência, disponibilidade de laboratórios de informática, telefone, computador, *e-mail*, Internet, *data show* para a realização de treinamentos e materiais de escritório.

A existência de equipe técnica para o desempenho das atividades relacionadas à mediação e atuação como *helpdesk* do Portal de Periódicos foram indicadas como sim por 49 respondentes e não por 31.

Nesse sentido foram questionados também quais e quantos profissionais integravam a equipe técnica disponível. As 44 respostas recebidas foram analisadas e tabuladas configurando-se o gráfico a seguir.

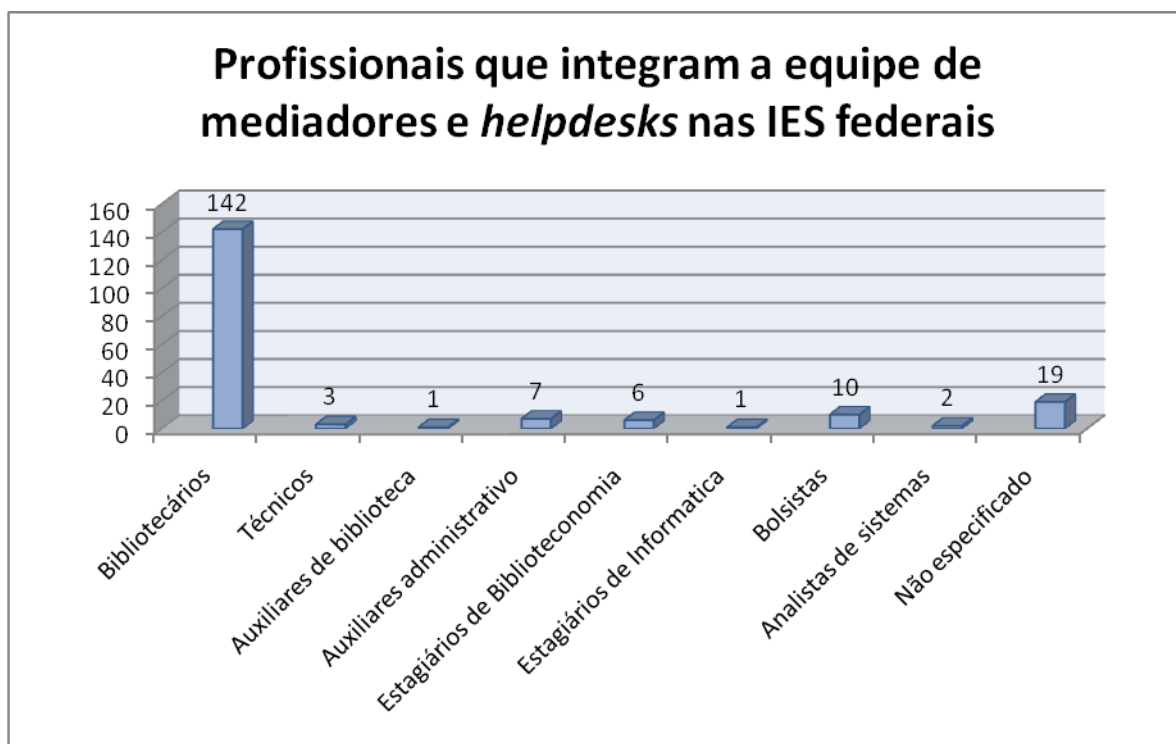


Gráfico 27: Perfil dos profissionais que integram a equipe de mediadores e *helpdesks* nas IES federais

Neste panorama, a equipe total de profissionais que atuam nas bibliotecas das IES federais pesquisadas informada pelos respondentes somou 191 profissionais, sendo 142 bibliotecários. Dentre as atividades dos bibliotecários atuantes foi verificado que apenas 6 dos 57 bibliotecários realizavam atividades exclusivas com relação à prestação de serviço de informação no Portal de Periódicos da CAPES, e eram *helpdesks* do Portal.

Questionados sobre o horário disponível para a prestação do serviço de mediação e *helpdesk*, 35 respondentes afirmaram haver um horário específico para o atendimento. Entretanto, 5 deles afirmaram que atendiam sobre demanda, a partir de um agendamento prévio ou ainda quando solicitado. Nos outros 30 questionários respondidos verificou-se maior concentração da prestação dos serviços no período entre das 8 horas até as 18 horas e no horário comercial, com 13 respostas.

Dentre o total de respondentes, 10 afirmaram que o serviço permanecia após o horário comercial, mas apenas 7 afirmaram que o serviço ficava disponível após as 20 horas. Sobre a continuidade do horário disponível, 13 respondentes afirmaram que o serviço ficava disponível por mais de dez horas consecutivas e dois respondentes afirmaram que o serviço fica disponível por menos de oito horas.

A média de tempo disponível para a prestação do serviço de mediação e

helpdesk era de aproximadamente nove horas, sendo a máxima de quatorze horas e meia e a mínima de duas horas.

Questionados sobre os usuários-alvo da prestação de serviço de informação no uso do Portal de Periódicos da CAPES, 68 respondentes afirmaram que atendiam a comunidade acadêmica como um todo. Para essa pesquisa, a comunidade acadêmica foi considerada como comunidade interna e externa à instituição. Apenas 20 respondentes afirmaram atender apenas à comunidade interna à instituição, dentre estes respondentes, não se verificou um padrão relacionado à instituições de determinada região do país ou relação com equipamentos, mobiliário e instalações disponíveis para o atendimento nesse sentido. Possivelmente, embora se trate de política institucional, essa questão merece maior investigação.

Com relação à preferência de atendimento os alunos de pós-graduação com 19 indicações, alunos de graduação com 14 e professores com 13 indicações. Apenas 6 respondentes indicaram como usuários com preferência os funcionários e servidores das instituições e só 2 respondentes citaram bibliotecários como tendo preferência no atendimento. Esses comentários e preferências foram coletados em questões abertas com o objetivo de obter informações diferenciadas com relação à preferência de atendimento como as respostas a seguir:

Para pós-graduandos, docentes, alunos de graduação inscritos em Iniciação científica, monitores, professores visitantes em exercício na Universidade

É prestado das duas formas. Agendamos capacitação com os professores ou grupo interessado e também oferecemos algumas capacitações por demanda de usuários, divulgadas pela universidade e no site da BU.

O serviço é oferecido a toda comunidade universitária, mas atendemos também a comunidade externa da instituição. Mas a prioridade são os alunos funcionários e professores e ex alunos da instituição.

- 1) Serviço aberto para toda a comunidade universitária - agenda pré definida no início de cada semestre;
- 2) Atendimento especial para grupos de pesquisa, professores ou profissionais de um setor (ex. médicos e enfermeiros do CTI do HU) de acordo com solicitação - atendimento em data e horário mais apropriado aos solicitantes.

Sim. É prestado a toda comunidade de acordo com a demanda solicitada por eles, e também para grupos específicos quando solicitado.

Não podemos atender à graduação por termos mais de 50 000 estudantes e não termos mão de obra suficiente para cadastrar e manter os cadastros de tanta gente. Aguardamos solução interna ou a abertura do acesso remoto pelo Portal Capes (CAFe)

Serviço é prestado para toda a comunidade. Contudo, devido ao lançamento do Novo Portal realizamos recentemente apresentações só para bibliotecários, logo após para pós-graduação e em agosto para toda comunidade acadêmica. Após este treinamento geral, cada bibliotecário vai ficar responsável por difundir as informações do Novo Portal em seu centro.

Pelos comentários pode-se verificar que o atendimento é feito por demanda, principalmente por agendamento prévio, com preferência para solicitações de professores e grupos de pesquisa. Verificou-se também preferência de atendimento para profissionais e alunos que já tiveram vínculo com a instituição.

A preferência de atendimento aos usuários foi respondida por 35 respondentes como sendo inexistente. Dentre os 19 respondentes que afirmaram haver preferência no atendimento foi afirmado que a preferência está relacionada às demandas específicas de cada área, à questão da biblioteca ser setorial ou de área específica, portanto atende aos usuários da área a que se destina. A preferência também foi citada para os programas de pós-graduação, estudantes, professores e bibliotecários.

Também foi citado por um respondente a existência de preferência para determinadas áreas da instituição a qual atende, mas não de forma oficial.

Os 35 respondentes que afirmaram não haver preferência no atendimento apresentaram comentários afirmando que o atendimento é prestado de acordo com a necessidade e demanda da comunidade acadêmica, interna e externa à IES federal.

O cadastro de usuários atendidos durante a prestação de serviços permite planejar o atendimento e verificar alterações no comportamento desses usuários. Sobre essa questão, 45 respondentes afirmaram possuir um cadastro dos usuários atendidos em sua instituição e 33 respondentes não tinham esses cadastros.

Entretanto, 70 respondentes consideraram que as informações a seguir eram

importantes em um cadastro de usuários:

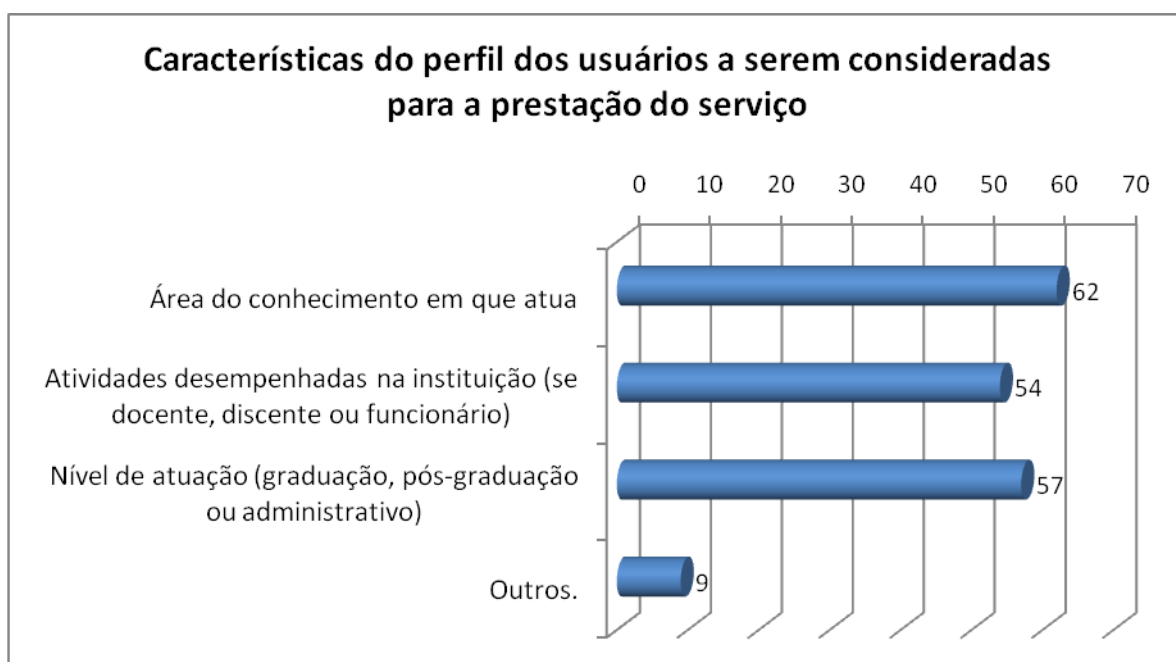


Gráfico 28: Itens que devem ser considerados no perfil do usuário a ser atendido segundo mediadores e helpdesks

Além dos itens apresentados, 9 respondentes também consideraram importantes questões relacionadas aos dados pessoais e de contato como nome, endereço, telefone e *e-mail*, instituição ao qual está vinculado, finalidade da pesquisa e delimitação do tema, assuntos mais pesquisados pelo usuário, se o usuário é externo à IES federal e conhecimento prévio dos assuntos de pesquisa solicitados.

O registro dos atendimentos realizados foi relatado por 45 respondentes e os 31 deles afirmaram não haver esse registro, embora reconhecessem a sua importância e a intenção de fazê-lo com o objetivo de subsidiar o planejamento do serviço. Aqueles que afirmaram registrar os atendimentos, o faziam por meio de estatísticas internas e por *e-mails* recebidos de usuários que eram utilizados nas estatísticas da biblioteca para relatórios. Também informaram que:

Os dados coletados são utilizados para tomada de decisão no planejamento do setor e da unidade como um todo.

Só para conferência de dados ou senhas.

Para relatórios de produção e para estudos de otimização de produtos e serviços da seção.

Sobre o planejamento, questionou-se a realização de estudos de uso e de usuários do Portal pelas IES federais. Foi afirmado por aproximadamente 82% dos respondentes (n=63) que essa atividade não era realizada na instituição a que estavam vinculados. Possivelmente, esse comportamento seria reflexo da falta de coleta e registro dos atendimentos dos serviços prestados, como já foi verificado.

Dentre as instituições que realizavam estes estudos, destacam-se instituições do nordeste, sudeste e sul onde a maior parte dos profissionais eram especialistas (n=7) ou mestres (n=4) e todos (n=14) com familiaridade no uso de tecnologias. Dentre os respondentes que afirmaram realizar estudos de uso e de usuário, 13 afirmaram realizar atividades de divulgação do Portal de Periódicos, 12 faziam o registro dos atendimentos realizados e tinham disponível o serviço de acesso remoto, 11 afirmaram que existia um setor específico para a prestação do serviço de mediação no uso do Portal de Periódicos na biblioteca de sua instituição e 10 afirmaram que existia um *site* da biblioteca na Internet. A equipe técnica disponível para a prestação de serviço era em média aproximada de 4 profissionais por instituição. Nesse sentido, os respondentes que afirmaram realizar estudos de uso e de usuários apresentavam melhor infraestrutura de trabalho, com relação à disponibilidade de recursos humanos e estrutura interna para o desenvolvimento de atividades do serviço e divulgação da ferramenta de trabalho, o Portal de Periódicos. Considerando que a realização destes estudos pode fomentar estas atividades com relação ao melhor planejamento do serviço sua para melhoria ou otimização, a relação entre a possibilidade de realização destes estudos e a disponibilidade de infraestrutura e mão de obra deve ser verificada em outro estudo mais aprofundado.

Questionados sobre a oferta de treinamentos nas IES federais no uso do Portal de Periódicos sem a intervenção da CAPES, 59 respondentes afirmaram que realizavam esse treinamento, e os 13 que afirmaram não realizar essas atividades por conta própria da IES federal justificaram-se ao apresentar como motivo a limitação de funcionários e infraestrutura disponíveis. Dois respondentes afirmaram não existir motivo e um deles considerou que:

O motivo talvez seja a falta de demanda por outros treinamentos além dos oferecidos pela CAPES. O uso dos tutoriais do próprio Portal CAPES também já é um treinamento em serviço.

As atividades de divulgação do Portal de Periódicos da CAPES dentro das IES federais foi confirmada como realizadas por 66 respondentes e consideradas como inexistentes por 11 deles. O gráfico 29, a seguir, apresenta as atividades realizadas:

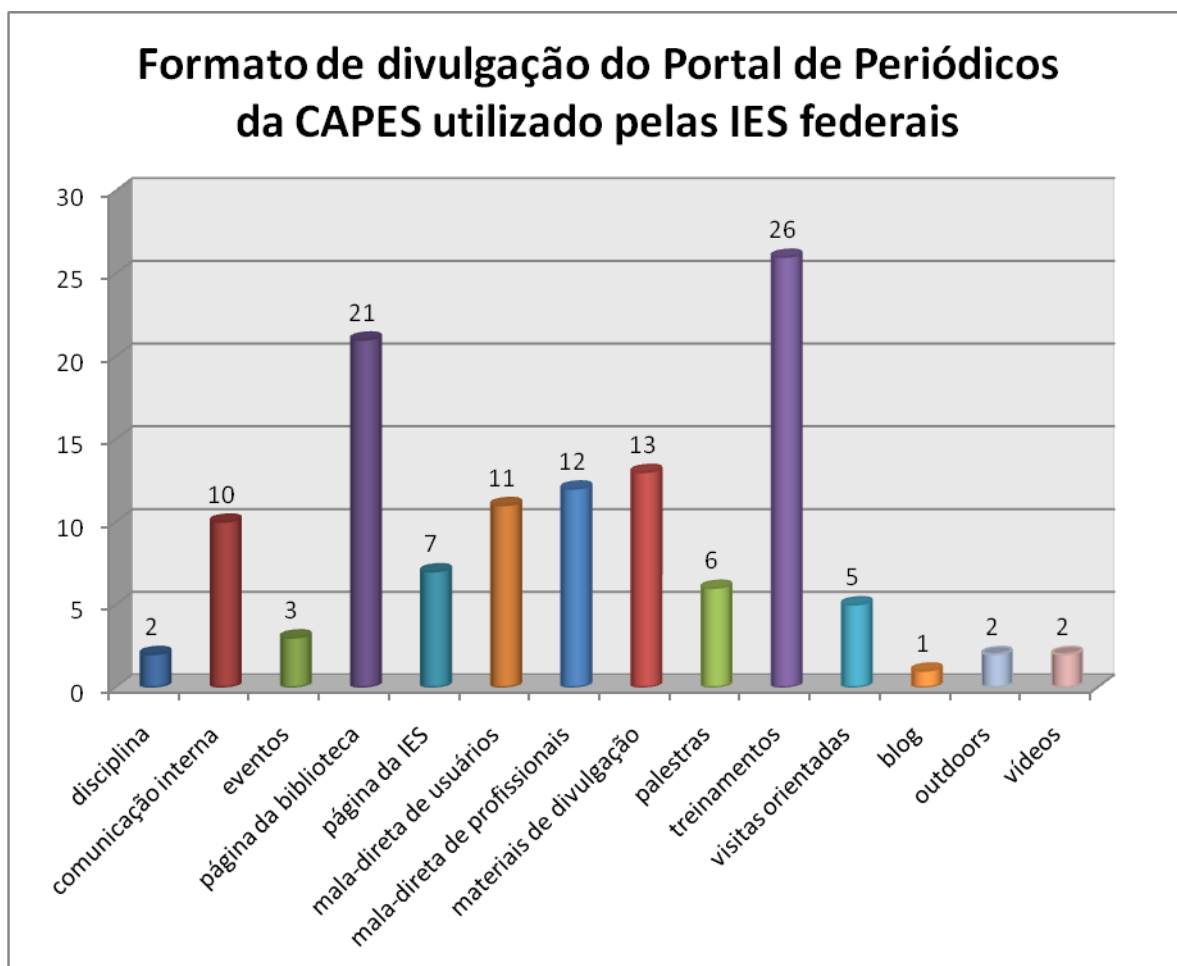


Gráfico 29: Formato de divulgação do Portal de Periódicos da CAPES utilizado pelas IES federais

Embora identificados outros meio de divulgação como *outdoors*, produções de vídeos e *blogs*, a maior divulgação do Portal de Periódicos era por meio dos treinamentos e da página da biblioteca. Este resultado se justifica por que são incentivadas pela CAPES por meio do termo de compromisso, que as instituições assinam quando passam a integrar a lista de instituições participantes, onde se comprometem a incluir a logomarca do Portal na página da instituição e da

biblioteca, se houver, e por meio da participação no Programa de Formação de Multiplicadores do Portal de Periódicos (Pró-Multiplicar), lançado pela Portaria CAPES nº 144, de 20 de outubro de 2009. Segundo a CAPES (2010)

O Pró-Multiplicar tem por objetivo expandir o conhecimento sobre o uso do Portal de Periódicos. Direcionado à comunidade acadêmica que acessa a ferramenta, o Programa se fundamenta em treinamentos ministrados a bolsistas de mestrado e doutorado, que ficam responsáveis por repassar o conhecimento sobre o Portal de Periódicos a alunos de graduação e pós-graduação.

O apoio da direção das bibliotecas e áreas envolvidas para a prestação de serviços de informação, no uso do Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais, é muito importante para o funcionamento e bom desempenho do serviço. Neste sentido, 56 respondentes afirmaram contar com o apoio da direção das IES e 9 afirmaram não ter apoio.

Os respondentes que afirmaram não terem apoio da direção não relacionaram motivos, apenas um deles afirmou que:

Quando solicitados treinamentos para os servidores contratados no último concurso foi negado.

Os exemplos de apoio citados foram: a liberdade de ação para decidir o que fazer, liberação para aperfeiçoamento de recursos humanos, acompanhamento das atividades relacionados ao serviço, possibilidade de criação de um grupo de estudo sobre o Portal, espaço para palestras sobre o Portal em eventos acadêmicos e em salas de aula, apoio na divulgação e infraestrutura necessária para o desempenho da atividade. O gráfico 30 mostra que o apoio da direção concentrava-se com destaque em relação à infraestrutura e na divulgação do Portal, na realização dos treinamentos e no aperfeiçoamento de recursos humanos. Logo, pode-se entender que as IES federais estão cumprindo o compromisso formado com a CAPES sobre o Portal.

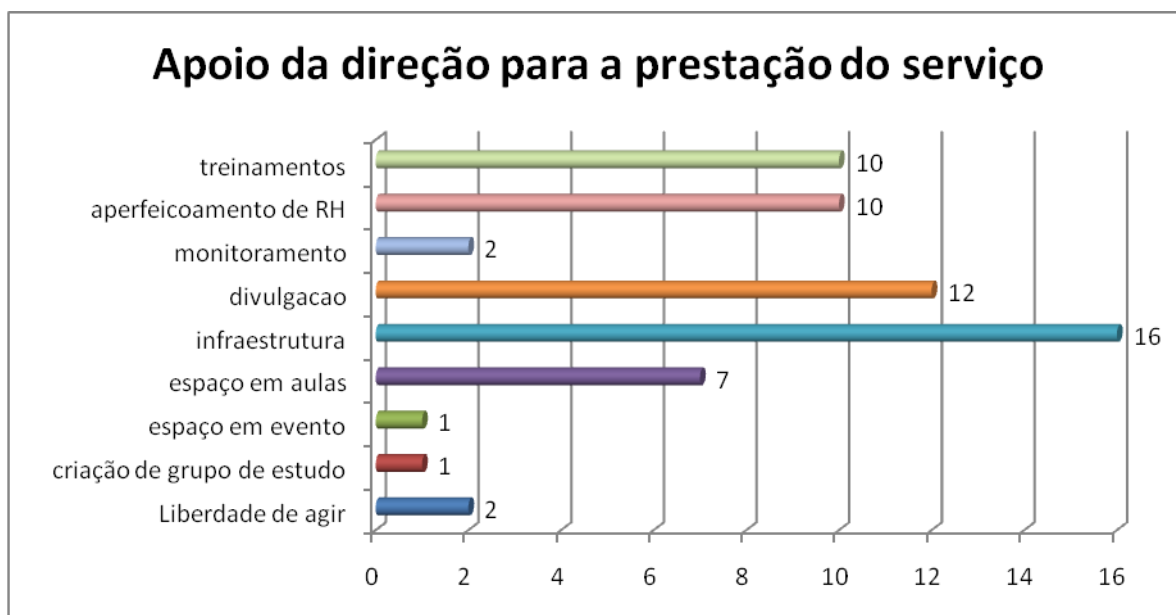


Gráfico 30: Apoio da direção das IES federais para a prestação de serviços de informação no Portal de Periódicos por mediadores e helpdesks

Questionados sobre interferências na comunicação interna com relação à prestação do serviço de mediador no uso do Portal de Periódicos, 36 respondentes confirmaram essas interferências. Dentre as dificuldades foram apontadas a impossibilidade de a informação atingir os estudantes devido à falta de apoio dos professores e da assessoria de comunicação da IES federal para divulgação das informações relacionadas, além da falta de informação de alguns mediadores sobre o serviço. Segundo os respondentes:

A informação não circula da forma esperada.

Muitos colegas bibliotecários e assistentes não conhecem o serviço e não sabem informar aos usuários quando são abordados.

Principalmente a falta dela [comunicação interna], pois estávamos com problemas para acessar o portal, só depois de buscarmos ajuda é que soubemos das mudanças feitas.

É preciso que a equipe responsável capacite bibliotecários de outros setores para que toda a equipe da biblioteca esteja apta a prestar um serviço de qualidade quando necessário.

Também foram lembrados problemas com a infraestrutura como responsáveis pela interferência da comunicação interna em especial o serviço de *e-mail* irregular e problemas com a rede de telecomunicação interna. Os comentários sobre a sobre-

carga de trabalho devido à existência de poucos profissionais atuando na prestação do serviço de mediação ou a falta de preparo destes profissionais para atuar na prestação desse serviço também foram indicados como influências indiretas na comunicação interna.

Destaca-se que com relação à interferência da comunicação interna na prestação do serviço um respondente considerou que:

Interfere de forma positiva dando maior credibilidade e agilidade ao trabalho.
--

Considera-se que o fato de ter sido contatada a subutilização da intranet possa explicar o impacto negativo dessa comunicação interna conforme indicado por alguns respondentes, que não consideraram a utilidade da intranet para a divulgação de informações sobre o serviço prestado para alunos, funcionários, professores e pesquisadores no uso do Portal.

6.4 Análise do impacto das mudanças ocorridas na prestação dos serviços aos usuários finais do Portal nas IES federais em que os mediadores e helpdesks atuam, em relação à personalização desses serviços.

A versão 2009 do Portal de Periódicos adotou uma nova metodologia de pesquisa, novo *layout* e o conteúdo disponível foi reorganizado. As coleções disponíveis antes apresentadas por tipo de publicação, editor e área e subárea do conhecimento, agora estão agrupadas sobre a aba Acervo, item Metabusca, e distribuídas dentre três possibilidades de busca: a busca integrada, a busca por base e a busca por periódicos. Essa reorganização exigiu um reaprendizado por parte dos mediadores e *helpdesks* do Portal.

Com relação à rotina de prestação de serviço de informação no Portal de Periódicos após a mudança de versão, os respondentes foram questionados sobre o uso que vinha sendo feito do Portal. Foi verificado maior uso para a realização de pesquisa e atendimento aos usuários, seguido dos usos disponíveis desta versão anterior que eram os *links* de acesso a periódicos e bases de dados já conhecidos.

Nesse sentido a nova funcionalidade de Busca Integrada, representada pela opção 'realização de pesquisa', vem sendo utilizada quase duas vezes mais que as antigas funcionalidades dos *links* de acesso disponíveis no Portal. Também verificou-se como um novo uso a pesquisa de referência completa para solicitação ao COMUT e a utilização do Portal para esclarecimento de dúvidas, conforme gráfico a seguir:

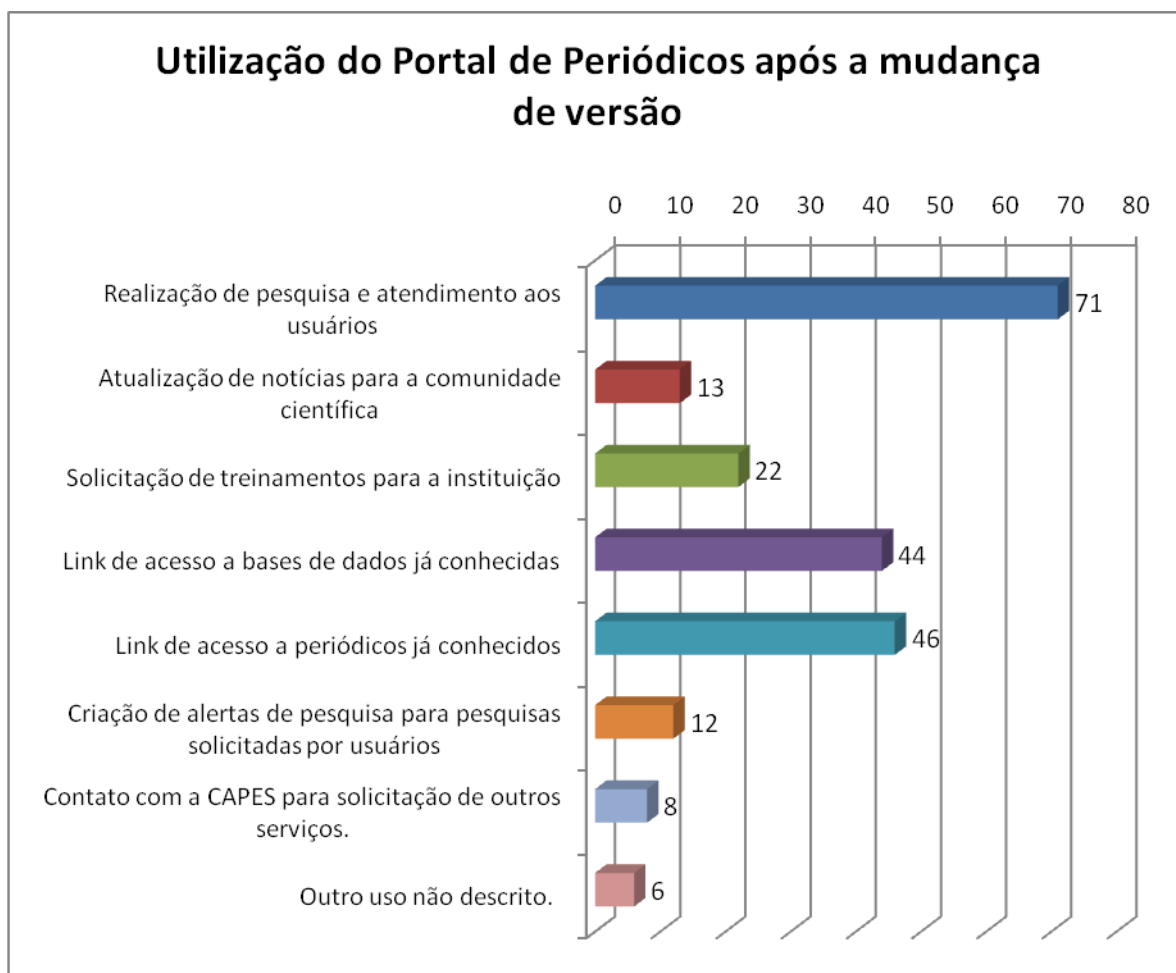


Gráfico 31: Utilização do Portal de Periódicos após a mudança de versão com relação à rotina de prestação de serviço pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais

Sobre a rotina de trabalho dos mediadores e *helpdesks*, os respondentes foram questionados quanto às alterações sentidas na rotina da prestação de serviço após as alterações realizadas no Portal de Periódicos. Mais da metade dos respondentes afirmaram não terem sentido diferença na rotina ou afirmaram que o serviço ficou mais fácil, conforme mostra o gráfico 32.

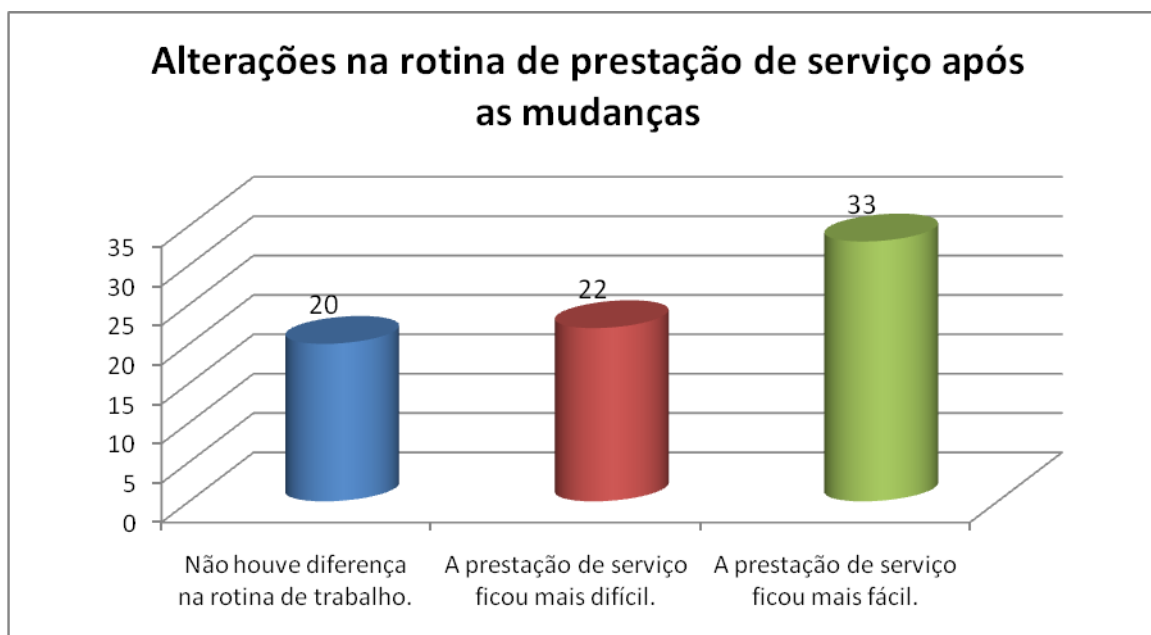


Gráfico 32: Alterações na rotina de prestação de serviço pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais após as alterações realizadas no Portal de Periódicos da CAPES

Dentre as *helpdesks* entrevistadas, as questões mais solicitadas foram relacionadas a informações sobre como participar do Portal, utilização do serviço de acesso remoto, problemas para acessar determinados periódicos além de solicitações de treinamentos. Neste sentido, foi afirmado pelos *helpdesks* que estas solicitações permaneciam, portanto não houve alteração na rotina de serviço, conforme justificado por uma delas:

A necessidade de informação do usuário não muda, o que muda é a facilidade, agilidade, maior que ele tem.

As alterações relatadas estavam relacionadas ao formato de treinamento cujas solicitações agora incluem a apresentação da versão nova e da anterior, a localização de livros foi considerada por uma *helpdesk* como mais difícil de localizar do que na versão anterior, quando afirmou:

Os questionamentos estão mais voltados para a pesquisa. Na versão anterior era mais sobre os problemas de acesso e como usar o acesso remoto.

A questão relacionada às interferências sentidas pelos mediadores e *helpdesks* após as alterações no Portal de Periódicos apresentaram como principal dificuldade a falta de informação no Portal sobre as mudanças realizadas, o *design* com letras claras e a reorganização do tipo de publicação, que não permite as pesquisas que a versão anterior permitia. Também foram descritos como obstáculos

a busca, que ficou mais complexa, exaustiva e menos precisa, os travamentos do sistema, a falta de clareza na disponibilidade de documentos e o aumento do número de cliques para se chegar aonde deseja. Sobre as facilidades foram lembradas: a facilidade de navegação e de uso, maior rapidez na obtenção de dados, interface mais amigável e organizada e também mais completa, pois permite a busca por assunto em diversas bases ao mesmo tempo. Também foram indicadas a criação do Meu Espaço como um elemento facilitador, a interface em português, a otimização do acervo a partir da maior visibilidade de algumas bases de dados, a personalização de ambientes e resultados de busca, disponibilidade de tutoriais. Os respondentes que não perceberam alterações na rotina de trabalho, afirmaram que houve maior demanda de treinamento dos usuários, que não foi sentida mudança significativa, pois os usuários ainda estão se adaptando a nova versão do Portal.

Quadro 11: Interferências sentidas após as mudanças no Portal de Periódicos pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais

4. Caso tenha sentido diferença, descreva quais foram as interferências sentidas após as mudanças recentes no Portal de Periódicos.
1. Maior demanda dos usuários para se familiarizarem com a nova interface. Treinamentos internos para usuários e bibliotecários mais frequentes
2. Está muito mais fácil mas ainda tem limitação. Às vezes demora, às vezes falta informação. Por exemplo, bases indicadas por área geral não têm informação sobre a seleção. Mais fácil: navegabilidade, facilidade de uso, a busca integrada é um avanço, pois ajuda a encontrar o que se quer e onde buscar. Talvez puxar as buscas para a página inicial ajude mais.
3. Mudou minha rotina com relação ao estudo da nova interface do portal.
4. Facilidade na pesquisa e maior rapidez na obtenção dos dados.
5. Interface mais amigável, organizada, mas acho que ainda estão faltando mais facilidades, como cadastramento para uso a domicílio pois são muitos cadastramentos desnecessários.
6. Complicou nosso trabalho. A tela inicial é mais apagada que a da versão anterior. O <i>design</i> da tela inicial só piorou. Sinto falta de ter aquela aba que separava patentes de teses ou <i>e-books</i> . A disposição das notícias e novidades também piorou muito.
7. Ainda não houve mudanças na rotina de trabalho, pois minha biblioteca está fechada para obras.
8. Facilidade de busca nos diretórios.
9. A busca ficou mais exaustiva e menos precisa.
10. Necessidade do <i>helpdesk</i> estudar mais para repassar as mudanças com segurança para os usuários, como o Meu Espaço.
11. Algumas páginas estão travando; algumas informações não são claras; muitas vezes o usuário não consegue acessar o documento que quer; a limitação de resultados recuperados faz muitas vezes com que o usuário abandone a busca integrada e parta para a busca em bases e documentos específicos.
12. Tornou-se mais acessível para todos os tipos de usuários.
13. Aumentou o número de recursos, não existentes anteriormente, e alguns acessos trocaram de lugar. A navegação ficou um pouco modificada.
14. O novo Portal Capes está mais complexo. Eu só assisti uma apresentação. Ainda não trabalhei com ele.
15. Ficou mais fácil e rápido encontrar um artigo.
16. A usabilidade ficou complexa com vários cliques até chegar a informação procurada.
17. Periódico que estava disponível no portal antigo, no continua no recente (Journal of Periodontology). Antes a visualização da lista dos periódicos por área do conhecimento era mais rápida de se achar. Em compensação o portal recente está mais completo, podendo fazer busca pelo assunto.
18. Busca nas bases, ficou mais rápida pois os resultados da mesma são apresentados em uma única vez.
19. Ficou mais fácil realizar pesquisas de maneira geral: por assunto, por bases de dados e periódicos.
20. A metabusca facilitou para os usuários que buscam por informações mais "simples" e rápidas, mas dificultou para os pesquisadores que necessitam de pesquisas mais elaboradas.
21. Ficou mais ágil para atender aos usuários e também para orientar os pesquisadores a utilizarem sozinhos o portal.
22. A interface anterior era melhor.
23. Sei das mudanças mas não trabalho diretamente com esta informação.
24. A grande diferença é a possibilidade de realizar pesquisas simultâneas em até 11 bases (assunto, título, autor entre outros).

25.A pesquisa por título de periódico ficou muito mais fácil.
26.É tudo bem diferente e mais complexo.
27.Problemas com a pesquisa integrada, que não recupera de fato todos os itens que existem nas bases individualmente. A busca integrada só serve para ter uma noção de qual das bases tem maior quantidade de itens sobre o tema pesquisado. Mas a pesquisa efetiva deve ser feita dentro da base individualmente, pois o resultado da busca integrada não é eficaz.
28.A utilização da ferramenta Metabusca, a criação do Meu espaço. A possibilidade das buscas simultâneas em bases diferentes.
29.Facilidade em reunir informações sobre determinado assunto, em diversas fontes, simultaneamente.
30.As novas funcionalidades, de um modo geral, facilitam o acesso: a interface em português - eliminando a barreira linguística, a Metabusca (Metalib e SFX).
31.Como os usuários estavam acostumados com a interface anterior, eles têm dificuldades com a nova versão, uma vez que a não estão acostumados com a mesma.
32.Dificuldade de salvar resultados; Resultados de pesquisa muito extenso.
33.As mudanças deveriam causar alteração na forma que prestamos o serviço. Mantemos a rotina por considerarmos insatisfatório o resultado obtido no novo portal
34.A metabusca favoreceu o acesso a algumas bases de dados que antes não eram tão utilizadas.
35.Facilidade na pesquisa, opção de salvar em pastas (Meu Espaço) as buscas realizadas, facilidade de saber sobre os novos treinamentos e novas aquisições do portal etc
36.Os usuários ainda não se acostumaram com a nova interface.
37.Possibilidade de realizar metabuscas e de personalizar ambiente e resultados de buscas obtidos
38.Ainda não observamos mudanças significativas.
39.Elaboração de tutoriais. Maior interatividade do usuário com o Portal como um todo, através do ambiente "Meu Espaço" .
40.A página ficou pesada. Como desenvolvedor de <i>webservices</i> diria que é como comparar uma página em html com uma flash. A primeira é mais simples, mas mais ágil. Entre beleza e agilidade, deve-se priorizar a segunda.
41.Como ainda não houve treinamento para utilização da nova versão, encontramos maior dificuldade na utilização, na busca para encontrar o artigo.
42.A pesquisa agora é direta em todas as bases e editoras, antes tinha que escolher um editor para assim fazer a pesquisa
43.Nossos usuários ainda estão se adaptando às novas mudanças. No início foi um pouco mais difícil como ocorre com tudo que é novo.
44.Na realidade não ficou exatamente mais difícil, apenas foi preciso se readaptar as mudanças, modificar material didático, e repensar algumas dinâmicas para as capacitações.
45.Não acho exatamente que a prestação de serviço tenha ficado mais difícil. Eu diria que ela ficou mais complexa.
46.Não ficou mais fácil, nem mais difícil, mas tivemos que mudar a abordagem.
47.Facilitou os treinamentos com o novo formato da interface.
48.A incorporação da ferramenta de busca integrada amplia o acesso às bases. O pesquisador passa a conhecer fontes até então desconhecidas pelos meios limitados de pesquisa do portal anterior.
49.Destaco a busca integrada. Ótima para pesquisar assuntos usando os termos apropriados. Acho que a disposição da informação no Portal Capes ficou mais organizado/concentrado no novo Portal.

50.O modo de navegação na *interface* ficou mais complicado. Alguns comandos são incompreensíveis.

51.Disponibilização de ferramentas que não estão claras quanto ao seu uso.

52.O Portal ficou mais dinâmico.

53.O portal antes era apenas uma lista de *links* de coisas que a CAPES mantinha assinaturas. Agora ele é realmente um portal de informações.

Questionados sobre a repercussão dos serviços personalizados oferecidos pela nova versão do Portal de Periódicos junto aos usuários de sua IES, as *helpsdesks* entrevistadas afirmaram terem recebidos comentários variados. Sobre os comentários positivos elas afirmaram que

Eu não recebi nenhum comentário para difícil. O comentário de todos é que está melhor.

Os usuários apresentam comentários sobre a facilidade de uso: 'Puxa o Portal era horrível pra pesquisar!' não sei o quê... 'tu ias nas bases e só buscava naquelas bases, agora já consigo fazer em todas e o resultado é bem mais significante'. Eles realmente colocam assim como se realmente tivesse ficado mais fácil pra eles.

No primeiro impacto é 'Não gostei', bem no início era 'Não gostei, me achava mais no outro'. Claro, o que a gente já sabe fazer, é um negócio novo... [...] Eles não gostavam porque ficavam perdidos, esperando que as coisas aparecessem pra eles num passe de mágica. Mas que melhorou, melhorou" "eu sempre percebi da seguinte forma: é o novo, então o novo eu não conheço, tenho medo de conhecer, eu vou ter que reaprender, então primeira coisa é negar a mudança porque tu te familiariza mais com uma coisa. Por exemplo, se eu escrevo sempre com caneta preta e você me dá uma caneta verde. 'Ah! Não gostei!' mas é caneta. Escreve igual. [...] Acho que é só a questão da adaptação do novo, começar a conviver porque depois as pessoas que no início se manifestavam assim, nenhum retornou retificando, dizendo 'Realmente não dá, eu tentei, mas não funciona', isso não.

Sobre os comentários negativos elas afirmaram que

Está mais complicado de trabalhar, os usuários voltam para o antigo que continua no ar.

Houve muitos questionamentos porque eles também queriam alguns campos específicos, como eles já tem nas bases de dados que eles já estão habituados a usar, como período, data, língua...

Eles reclamam muito, justamente da interface, que no antigo conseguiam visualizar uma coisa e agora não conseguem.

No início os usuários comentavam, questionando muito essa parte [dos critérios].

Dentre os respondentes do questionário 27 afirmaram que a repercussão foi positiva, 9 deles consideraram negativa e 18 não teceram comentários, conforme descrito no quadro a seguir.

Quadro 12: Repercussão sentida pelos mediadores e helpdesks das IES federais sobre os serviços personalizados oferecidos na nova versão do Portal de Periódicos junto aos usuários das IES federais

11. Comente sobre a repercussão dos serviços personalizados oferecidos no Portal junto aos usuários de sua IES.
Devido a limitação do quantitativo de nossas coleções de periódicos e bases de dados, foi uma revolução para os nossos serviços.
É muito bom.
Boa aceitação, ainda estão se familiarizando. Consideram um ganho e uma facilitação para posterior uso dos recursos
O alerta está sendo muito comentado como bom pelos usuários. A parte sobre gerenciar os periódicos ainda está sendo cobrado para melhorar
Os usuários treinados relataram que essa funcionalidade irá otimizar suas pesquisas.
Muitos vibram, outros dizem que não acham nada.
Não tivemos comentários sobre este ponto ainda. Parece que não estão usando muito este recurso.
Bastante positivo.
Os usuários elogiam o novo Portal, pela possibilidade de oferecer a busca integrada e poderem acessar remotamente.
Os usuários reclamam da dificuldade de identificação do acesso pela senha
Não recebemos nenhum comentário dos usuários quanto a esse serviço.
Todos os usuários sentiram dificuldade no uso do novo portal
Quando informados, os usuários ficam satisfeitos com os recursos disponíveis
Nos não costumamos trabalhar serviços personalizados
Não sei.
As pessoas ainda tem dificuldade em usar os serviços personalizados, a maioria acredita que o cadastro não é uma vantagem competitiva.
Gostaram muito, principalmente quando acham o texto completo
Bem aceito por alunos de Pós, quanto aos alunos de graduação, só é procurado pelos concluintes e isso quando os professores orientadores indicam
Os usuários passaram a utilizar com menos receio as ferramentas do Portal, pois compreendem melhor o processo de busca.
Dependendo da área do conhecimento, há dúvidas com relação à segurança da informação. Ainda há dúvidas e restrições com relação ao armazenamento de títulos de periódicos no "Meu espaço".
Ainda não tive a oportunidade de trabalhar com o mesmo de forma efetiva. As respostas foram baseadas no uso feito na versão anterior.
Prefiro não tecer comentários.
Comentários ficam com o setor competente
Nos treinamentos ministrados até o momento, os usuários têm gostado das possibilidades do Meu Espaço (alertas e gerenciamento das referências)
Ainda precisamos trabalhar bastante para a utilização do mesmo, porém com o Novo Portal será mais fácil o entendimento dos alunos quanto ao seu uso.
Os usuários da minha instituição têm muita dificuldade em acessar o portal, uma grande maioria não sabe como acessar.
Achei interessante. Quanto mais informações, melhor.
Devido à falta de pessoal (férias) e o portal estar em período de teste, só estaremos divulgando agora no início de agosto. Somente, nós, funcionários utilizamos.

Quanto às estatísticas, têm muitos problemas. Preciso de estatísticas de uso do Portal CAPES pela instituição, em comparação com outras universidades, ou seja, no ranking. Entretanto, somente a contagem de acessos não é suficiente para se fazer um <i>ranking</i> , já que cada universidade tem um número de alunos e docentes diferente da outra, isto deveria ser considerado, ou seja, o <i>ranking</i> deveria ser o total de acessos, dividido pelo total de usuários (alunos, docentes e TAs) daquela universidade, assim o numero seria mais sensato.
Muito boa.
Não tenho comentários.
A Metabusca, a formação de bases preferenciais, assim como o sistema de alerta tem recebido muitos elogios da comunidade. Realmente funciona
Os usuários ficam deslumbrados com tais serviços.
São pouco procurados.
Eles geralmente precisam de treinamento para acessar o portal ou para tirar dúvidas.
A maioria ainda sente dificuldades.
os usuários que estão fazendo uso estão satisfeitos.
Gostaram muito dessa ferramenta oferecida pela Capes.
Em geral está sendo de boa repercussão. Apenas reitero que não usufruímos melhor ainda desses recursos, principalmente pela limitação da quantidade de servidores de que a Biblioteca Central dispõe.
Não houve comentários.
Houve comentários positivos.
Os usuários preferem usar o portal antigo, pois obtém a informação de forma mais rápida.
Ainda não foi utilizado.
Nem todos conhecem e se interessam, querem só o artigo.
Os usuários aprovaram a criação do Meu Espaço. Foi a melhor inovação do Portal.
Gostam bastante, principalmente das opções de armazenar e gerenciar artigos e bases de dados. Também gostam da opção de criar alertas.
De modo geral este serviço tem tido uma avaliação positiva por parte dos nossos usuários.
Com base nos treinamentos que oferecemos, verificamos uma satisfação com relação ao incremento dos serviços.
Não tenho recebido nenhum comentário acerca desses serviços;
Não houve repercussão.
É da natureza do pesquisador uma certa "preguiça" em ter que desvendar novos serviços. Ele quer facilidades, rapidez e eficácia. Quando eles têm isso, ficam felizes e comentam. Temos observado uma boa resposta dos usuários.
No momento estamos realizando treinamentos básicos para uso do Portal com alunos da graduação.
Ainda não é de conhecimento da maioria dos usuários da instituição.
Como novidade, os usuários ficam bastante encantados, mas tenho impressão que a utilização desses serviços nunca é de longo prazo. Apenas para um ou outro projeto específico. Depois o usuário esquece tudo.

Questionadas as *helpdesks* sobre alterações no perfil dos usuários atendidos, verificou-se que o perfil dos usuários permanecia o mesmo: mais alunos e professores da pós-graduação. Segundo informe das *helpdesks*, os alunos da graduação e iniciação científica já vinham utilizando o Portal.

Como *helpdesk* não dá pra perceber um perfil ou a mudança dele pois nem todos os usuários se identificam. São alunos, professores e até profissionais, sem vínculo institucional, mas que utilizam o Portal pelas instituições cadastradas

O número de atendimentos realizados não foi alterado, segundo as *helpdesks* entrevistadas mesmo nas federais que registravam esse número. Nenhuma *helpdesk* havia percebido essa diferença.

Não notei muita alteração no número. Eu notei eles mais independentes na hora de pesquisar.

O aumento no número de atendimentos aconteceu apenas no período próximo ao lançamento

No início da versão atual tivemos um aumento significativo voltado mais para a pesquisa, não sei te falar quanto foi mas a gente percebeu que teve esse aumento. E agora as pessoas já vão se familiarizando mais com a interface, já estão explorando mais, então já não estamos recebendo tantos questionamentos quanto no início do ano. Até em um período de férias, tivemos um aumento nos questionamentos.

Para o atendimento destas solicitações, 40% dos respondentes consideraram a necessidade de mais profissionais dedicados na equipe disponível para as atividades relacionadas ao serviço de mediação no uso de serviços de informação do Portal. Em complementação aos itens relacionados à infraestrutura de serviço disponível verificou-se que aproximadamente 50% dos equipamentos disponíveis para o serviço eram de uso compartilhado, apesar de mais de 60% dos respondentes terem afirmado que havia um setor específico em sua instituição para o desempenho das atividades de mediação.

7 CONCLUSÃO

O Portal de Periódicos da CAPES foi criado em novembro de 2000, com o objetivo de auxiliar o Programa de Apoio à Aquisição de Periódicos a diminuir as disparidades regionais e fomentar a pesquisa científica brasileira por meio da disponibilidade de acesso aos periódicos científicos mundiais de forma eletrônica, para as instituições de ensino e pesquisa brasileiras. O público alvo é a comunidade acadêmica brasileira, representada por funcionários, pesquisadores, professores e alunos de instituições de ensino superior federais e privadas, e instituições de pesquisa brasileiras.

Além da reorganização do Portal na versão de 2009, as novidades implementadas foram relacionadas à possibilidade de realizar busca por assunto em até 11 bases de dados ao mesmo tempo, chamada de busca integrada, dentre aquelas disponíveis pelo Portal. Na versão 2009, que foi objeto de estudo desta pesquisa, é possível criar um espaço personalizado, mediante cadastramento prévio dos usuários. Neste espaço o usuário pode guardar artigos, periódicos e bases de dados favoritos, além de armazenar históricos de busca e criar alertas de pesquisa para novos documentos localizados sobre a pesquisa já realizada. Estas funcionalidades têm sido apreciadas pelos mediadores e *helpdesk*, apesar das restrições quanto ao gerenciamento de periódicos neste espaço personalizado e da falta de informações detalhadas sobre o funcionamento da busca integrada, que foi comentado pelos mediadores como um grande empecilho para a prestação dos serviços de informação por eles aos usuários das suas instituições .

Além disso, a nova ferramenta de busca apresenta maior detalhamento de opções para a realização das buscas. Antes de iniciar sua pesquisa, o usuário deve definir o tipo de busca que será realizada. Caso se trate da busca por assunto deverá selecionar a busca integrada, incluir seu termo de pesquisa, selecionar a área do conhecimento em que se dará a pesquisa e então selecionar onde o sistema buscará os resultados por meio da seleção de até 11 bases de dados. A nova organização do Portal aumentou o número de cliques necessários para os usuários atingirem seu objetivo. Contudo, a personalização dos serviços oferecidos também permitiu aos usuários do Portal que eles congregassem em um único lugar suas

pesquisas.

As alterações realizadas no Portal de Periódicos da CAPES permitiram alinhar essa denominação do Portal à conceituação desse tipo de ferramenta conforme definido pelos autores sobre esse tema na literatura revisada com relação à definição do termo portal. Estas alterações permitiram ao Portal alcançar o segundo nível das gerações categorizadas pela literatura que dizem respeito às ferramentas de personalização. A evolução para o próximo estágio está relacionada à incorporação de ferramentas de interação que ainda não estão disponíveis na versão de 2009, objeto de estudo desta pesquisa.

No tocante ao nível de aprofundamento, conteúdo e público a que se destina, o Portal de Periódicos da CAPES pode ser considerado um portal público, horizontal e especializado em informação científica.

Os mediadores e *helpdesks* que prestam serviço de informação no uso do Portal que participaram da pesquisa eram em sua maioria do sexo feminino, especialistas com formação principalmente na área de Ciências Sociais Aplicadas e que ocupavam cargos técnicos há até 5 anos. Embora a maior parte desses profissionais tivesse familiaridade com as tecnologias, de modo geral, a conceituação sobre personalização de serviços de informação e até mesmo o uso da terminologia relativa a esses conceitos ainda não era clara para eles. Nesse sentido, o Portal de Periódicos poderia trabalhar de forma a esclarecer aos seus usuários o que está oferecendo com relação à personalização de serviços e principalmente alinhar informações junto aos seus *helpdesks* e mediadores sobre as atualizações que vem sendo realizadas nas versões do Portal, de forma que o discurso sobre o uso e o treinamento do Portal seja único, claro e detalhado.

Com relação à proposta de personalização mediante cadastramento prévio, foi verificado que os mediadores e *helpdesks* pesquisados consideravam que o preenchimento do cadastro é tolerado, caso seja justificado. Nesse caso, a divulgação maior das vantagens que podem ser obtidas a partir do cadastramento poderá diminuir a resistência ao uso dessa funcionalidade.

A proposta de incorporar funcionalidades relacionadas à oferta de recomendações durante a navegação, ou a possibilidade de incluir comentários sobre os serviços disponíveis no Portal também deve ser considerada como alternativa para auxiliar os usuários, ano entendimento da necessidade de

cadastro no sentido de que a CAPES ao prover os serviços de informação oferecidos pelo Portal possa conhecer os interesses de pesquisa dos usuários e melhorar o serviço oferecido adequando-o às necessidades de informação de quem vai utilizá-lo. A implementação dessa funcionalidade permitiria ao Portal evoluir para a terceira geração em relação à conceituação de portais proposta nas definições apresentadas na literatura revisada sobre o assunto.

As facilidades para o desempenho das atividades relacionadas ao serviço pelos mediadores e *helpdesks* pesquisados foram relacionadas à formação na área, tempo que já realizava o atendimento e a própria facilidade de uso do Portal, considerada intuitiva. Dentre as dificuldades foram considerados a infraestrutura disponível para a prestação do serviço na instituição e a falta de treinamento mais detalhado.

A prestação de serviço pelos mediadores e *helpdesks* pesquisados era em grande parte realizada na seção de referência das bibliotecas das instituições de ensino superior federais em que os profissionais atuavam, com pouca variação indicando seções de periódicos ou existência de um setor específico para o serviço. Esta situação pode justificar que a infraestrutura relacionada a equipamentos, mobiliário e local de trabalho tenha sido informada como de uso compartilhado. Como as questões referentes a situação não foram aprofundadas não se pode concluir até que ponto pode interferir na prestação do serviço uma vez que com uma maior divulgação seria lógico esperar que o serviço seria mais procurado e aumentaria o trabalho destes profissionais

O apoio da CAPES considerado pelos mediadores e *helpdesks* participantes desta pesquisa foi relacionado à oferta de treinamentos, suporte técnico, material didático e de divulgação. O atendimento da equipe do Portal, apesar de elogiado, foi percebido pelos respondentes como aquém do esperado, considerando o impacto que a versão 2009 do Portal de Periódicos gerou. As principais queixas foram relacionadas à demora das respostas aos *e-mails* encaminhados ao Fale Conosco, à indisponibilidade de materiais didáticos detalhados e à impossibilidade de agendar treinamentos mais detalhados no uso dos novos serviços disponíveis no Portal. Nesse sentido, a CAPES poderia disponibilizar materiais didáticos mais detalhados e oferecer treinamentos à distância, por meio de vídeos ou ferramentas multimídia como a vídeo-conferência, o que poderia auxiliar nesta questão considerando que

grande parte dos mediadores e *helpdesks* citou a oferta de treinamentos como necessária para a melhoria da prestação do serviço, ou ainda como forma de divulgação para aumento do uso do Portal.

A mão-de-obra para a prestação do serviço nas instituições de ensino superior federais foi considerada escassa, com maior concentração na Região Sudeste, onde foram considerados principalmente bibliotecários atuando na atividade. Nesse sentido, o apoio de outros profissionais da área administrativa ou de tecnologia poderia agregar valor e reforçar o número de profissionais que prestam esse serviço

Com relação ao impacto da personalização dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES que foram verificados, não pode ser percebida a variação no perfil dos usuários atendidos. O número de solicitações recebidas pelas *helpdesks* aumentou durante o período próximo ao lançamento do Portal, mas vem se normalizando. As novas solicitações dos usuários finais recebidas pelos mediadores e *helpdesks* das IES federais estavam relacionadas aos treinamentos mais detalhados, ao se justifica pelo crescimento do número de serviços oferecidos pelo Portal, treinamento nas duas versões do Portal, considerando que a versão anterior continua disponível, ao maior questionamento dos usuários sobre o funcionamento das buscas e à comparação entre os resultados recuperados no Portal e às bases comumente utilizadas por eles.

De acordo com as informações obtidas dos mediadores e *helpdesks* das bibliotecas das IES federais, verificou-se que as possibilidades de personalização dos serviços de informação oferecidos pelo Portal vêm proporcionando maior independência dos usuários na realização das suas pesquisas e também na consciência destes com relação ao funcionamento da busca, fontes utilizadas na pesquisa. Nesse sentido, os objetivos propostos pelo projeto de atualização do Portal de otimizar o uso das coleções disponíveis e incentivar a realização de pesquisas foi alcançado. Esta indicação foi positiva no sentido de despertar a preocupação no usuário com relação à qualidade do conteúdo recuperado pela ferramenta de busca. Essa característica vai ao encontro de do papel social desempenhado pelo Portal de Periódicos da CAPES ao cumprir sua missão de fomentar a pesquisa brasileira.

8 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

É preciso destacar que a versão 2009 do Portal de Periódicos é recente e a ferramenta continua passando por alterações. Nesse sentido, propõe-se que outros estudos sejam realizados sobre esta versão como forma de complementar a pesquisa realizada.

O foco desta pesquisa foi o impacto produzido na prestação de serviços de informação no uso do Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores e *helpdesks* do Portal, não sendo relatadas as competências necessárias para o desempenho desta atividade. Nesse sentido, pesquisas futuras sobre essas competências podem agregar conhecimento, abordando questões relacionadas à compreensão do conceito de personalização de serviços de informação na Internet pelos usuários e prestadores de serviço e ao uso de novas tecnologias para a prestação de serviços de informação.

Outra pesquisa a ser desenvolvida seria estudar a influência da infraestrutura disponível para o planejamento e mediação dos serviços de informação personalizados oferecidos na *web*. Essa associação poderia ser empregada para verificar técnicas de divulgação dos serviços oferecidos pelo Portal a partir de estudos de uso e de usuários. Os Estudos de uso e de usuários poderão ser realizados sob a perspectiva do *marketing* da informação, ao aplicar técnicas de segmentação de mercado e análise do consumidor. Também poderia ser desenvolvida pesquisa para estudar as atividades de *marketing* relativas à promoção de serviços de informação pelas instituições participantes do PAAP e os números de acessos ao Portal de Periódicos da CAPES.

Sugere-se também verificar o impacto do envolvimento de outros setores das instituições das instituições de ensino e pesquisa que participam do PAAP, além das bibliotecas, na prestação dos serviços de informação oferecidos pelo Portal de Periódicos da CAPES, principalmente as pró-reitorias de pesquisa. Poderia ser estudada a influência da comunicação interna dessas instituições na personalização dos serviços de informação oferecidos pelo Portal.

Ainda como proposta para estudos futuros, sugere-se a continuidade da pesquisa junto aos usuários finais do Portal nas instituições de ensino e pesquisa

participantes do PAAP, utilizando como referência os resultados obtidos nesta pesquisa com relação às preferências de uso de serviços de informação e opinião sobre as alterações realizadas no Portal. Esta proposta permitiria a realização de pesquisa com uma amostra probabilística, com maior possibilidade de eliminação de vieses.

Referências

ALMEIDA, Elenara Chaves Edler de. **O Portal de Periódicos da CAPES: estudo sobre sua evolução e utilização**. 180 f. 2006. (Dissertação)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília. 2006.

ALMEIDA, Carlos Cândido de. Portais verticais. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIN, Marta Lúcia Pomim. (Org.) **Avaliação de fontes de informação na internet**. Londrina : Eduel, 2004.p. 57-86.

AMARAL, Sueli Angelica do. Unidades de informação. **Marketing**: abordagem em unidades de informação. Brasília : Thesaurus, 1998. p. 17-52.

_____. **Marketing da informação na internet**: ações de promoção. Campo Grande: UNIDERP, 2004. 330 p.

_____. Web sites: uso de tecnologias no cumprimento das funções da biblioteca. **Informação e sociedade**: estudos, João Pessoa, v. 15, n. 2, p. 15-40, jul./dez. 2005.

_____. Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada. **Informação e sociedade**, João Pessoa, v. 18, n. 1, p. 31-44, 2008.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. AMA definition of marketing. Disponível em:
<http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Additional/Definition/default.aspx>> Acesso em: 20 jun. 2010

ARAGONES, Amy; HART-DAVIDSON, William. Why, when and how do users customize web portals? **Reflections on communication**, p. 375-388. 2002.

ASHCROFT, Linda; HOEY, Clive. PR, marketing and the Internet: implications for information professionals. **Library Management**, v. 22, n. 1/2, p.68-74, 2001.

BORKO, H. Information science: what is it? **American Documentation**, v. 19, is.1, p. 3-5, jan. 1968.

BRASIL. Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal De Nível Superior. Portaria nº 34 de 19 de julho de 2001. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 19 jul. 2001. Seção 1, n. 142-E, p. 54, 24 jul. 2001.

BRINKLEY, Monica. The library web site in 1999: a virtual trip to the library. In: INTERNET LIBRARIAN & LIBTECH INTERNATIONAL, 1. 1999, London. **Proceedings...** Medford, New Jersey: Information Today, 1999. p. 8-15.

BRITTAIN, J. M. Information needs and application of the user studies. In: DEBONS, A. & CAMERON, WJ. **Perspectives in information science**. Leyden, Noordhoff, 1975. p. 425-47.

BETTIOL, Eugênia Maranhão. Necessidades de informação: uma revisão. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 1, p. 59-69, jan./jun. 1990. Disponível em: <<http://www.tempusactas.unb.br/index.php/RBB/article/viewFile/616/614>> Acesso em 05 jul. 2010.

BONETT, Monica. Personalization of web services: opportunities and challenges. **Ariadne**, n. 28, 22. Jun. 2001. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue28/personalization/>>. Acesso em: 04 maio 2009.

CARVALHO, R. B.; FERREIRA, M. A. T. Using information technology to support knowledge conversion processes. **Information Research**, v. 7, n. 1, out. 2001. Disponível em: <<http://informationr.net/ir/7-1/paper118.html>>. Acesso em 27 maio 2009.

CALVA GONZÁLEZ, Juan José. La investigación sobre las necesidades de información en comunidades de usuarios. **Investigación bibliotecológica**, v. 18, n. 37, jul. 2004. Disponível em: <<http://www.ejournal.unam.mx/ibi/vol18-37/IBI03703.pdf>>. Acesso em 25 jun. 2009.

CARRIÓN GÚTIEZ, Alejandro. **Las tecnologías de la información y las comunicaciones en las bibliotecas públicas españolas**: nuevos usuarios y nuevos servicios [em linha]. [Madrid]: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2001. Disponível em: <http://www.bibliotecaspublicas.info/bp/bp07_1amp.htm>. Acesso em: 08 abr. 2010

CERT.BR. **Spams reportados ao CERT.BR**. jun. 2009. Disponível em: <<http://www.cert.br/stats/spam/2009-jun/total.html>>. Acesso em 23 jul. 2009.

CHLEBA, Márcio. **Marketing digital: novas tecnologias & novos modelos e negócio.** São Paulo : Editora Futura, 2000.

CHOO, Chun Wei. **Gestão de informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente.** Lisboa : Caminho, 2003. (Caminho das bibliotecas e informação) Tradução de Information management for the intelligent organization. ISBN 9722115065.

_____. 1999. The Art of Scanning the Environment. **Bulletin of the American Society for Information Science**, v. 25, n. 3, 1999. p. 13-19. Disponível em: <<http://choo.fis.utoronto.ca/FIS/ResPub/ASISbulletin/default.html>>. Acesso em: 30 jun. 2008.

CHOO, Chun Wei et al. Working with information: information management and culture in a Professional services organization. **Journal of information Science**, v.32, n. 6, p. 491-510, 2006. Disponível em: <<http://choo.fis.utoronto.ca/FIS/ResPub/JIS2006.pdf>>. Acesso em 30 jun. 2008.

CHOO, Chun Wei; DETLOR, Brian; TURNBULL, Don. **Web work: information Seeking and knowledge work on the world wide web.** Disponível em: <<http://choo.fis.utoronto.ca/Kluwer/default.html>>. Acesso em: 5 maio 2009.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Disponível em: <<http://www.cgi.br>>

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Projeto de atualização do Portal da CAPES.** 30 out. 2008. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/sala-de-imprensa/36-noticias/2424-projeto-de-atualizacao-do-portal-da-capes-rnp-assina-contrato-com-exlibris>>. Acesso em: 09 mar. 2009.

_____. **Lançado o Projeto de atualização do Portal de Periódicos da CAPES.** 18. Nov. 2009. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/sala-de-imprensa/36-noticias/2450-lancado-o-projeto-de-atualizacao-do-portal-de-periodicos-da-capes>>. Acesso em: 09 mar. 2009.

_____. **Portal de Periódicos da Capes.** Disponível em: <<http://novo.periodicos.capes.gov.br>>. Acesso em 10 jun. 2010.

_____. **Instituições já podem concorrer ao Pró-Multiplicar 2010.** Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/sala-de-imprensa/36-noticias/3412-instituicoes-ja-podem-concorrer-ao-pro-multiplicar-2010>>. Acesso em 20 jul. 2010.

CUNHA, Murilo Bastos da. Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. **R. Bibliotecon. Brasília**, v. 10, n. 2, p. 5-19, jul./dez. 1982.

_____. Biblioteca digital: bibliografia internacional anotada. **Ciência da informação**, Brasília, v. 26, n. 2, p. 195-213, 1997a.

_____. Desafios na construção de uma biblioteca digital. **Ciência da informação**, v. 28, n. 3, p. 257-268, set./dez. 1999b.

_____. A era da referência virtual. In: CICLO DE PALESTRAS: SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NO LEGISLATIVO, 2004, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília : Information Resource Center, 2004c.

DANTAS, Edmundo Brandão. A INFORMAÇÃO COMO INSUMO NA PRÁTICA DO MARKETING: possibilidade de capturar o conhecimento do cliente. **Informação e Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.16, n.1, p.47-64, jan./jun. 2006.

DAVENPORT, Thomas H. A informação e seus dissabores. In: _____. **Ecologia da informação**. São Paulo : Futura, 1998. p. 11-25.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Lawrence. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

DE SORDI, José Osvaldo de. **Administração da informação**. São Paulo : Saraiva, 2008. 185 p.

DIAS, Cláudia Augusto. Portal corporativo: conceitos e características. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n;1, p. 50-60, jan./abr. 2001.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Paradigmas modernos da Ciência da Informação**. São Paulo : Polis : APB, 1999.

_____. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília, DF: IBICT, 1994. 154p.

_____. Aspectos especiais de estudos de usuários. **Ciência da Informação**, v. 12,

n.2, p. 43-57, jul./dez. 1983.

FOX, Edward A. Electronic Librarians, Intelligent Network Agents, and Information Catalogues. In: RECONNECTING SCIENCE AND HUMANITIES IN DIGITAL LIBRARIES, 1995, Lexington. **Drafts...** Lexington: University of Kentucky, 1995. Disponível em: <<http://www.uky.edu/~kiernan/DL/fox.html>>. Acessado em 23 mar. 2010.

FREITAS, Rogério Afonso de; QUINTANILLA, Leslie Witting; NOGUEIRA, Ari dos Santos. **Portais corporativos** : uma ferramenta estratégica para a gestão do conhecimento. Rio de Janeiro : Brasport, 2004. 104 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo : Atlas, 1996. 159 p.

GUIMARÃES, Tatiara Paranhos. Uso promocional do site de biblioteca: o caso da Biblioteca Central da Universidade de Brasília. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 23/24, p. 109-118, Especial, 1999/2000.

GUINCHAT, Claire; MENO, Michel. Usuários: papel, categoria, métodos de estudos. In: GUINCHAT, Claire; MENO, Michel. Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação. Brasília : IBICT, 1995. p. 481-492.

HORTINHA, Joaquim. E-marketing. Lisboa : Edições Sílabo, 2001. 288p.

IBOPE. Tempo de navegação do brasileiro alcança mais uma marca inédita. **IBOPE//NetRatings Notícias**, Press Releases, 14 jul. 2009. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortallBOPE&pub=T&db=cald&comp=Noticias&docid=0C603C3C20140371832575F3004B038C>>. Acesso em: 23 jul. 2009.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Censo da educação Superior 2008**. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/default.asp>>. Acesso em 13 mar. 2010.

JACKSON, Mary E. The advent of portals. **Library journal**, v. 125, n. 15, p. 36-39, Sept. 15, 2002.

JICK, Todd D. Mixing qualitative and quantitative methods: triangulation in action. **Administrative science quarterly**, v. 24, n. 4, p. 602-611, dec. 1979. Disponível em: <<http://links.jstor.org/?sici=0001-8392%28197912%2924%3A4%3C602%3AMQAQMT%3E2.0.CO%3B2-Q>>. Acesso em 11 jan. 2010.

JOINT, Nicholas. Evaluating the quality of library portals. **Library review**, v. 54, n. 6, p. 337-341, 2005. DOI 10.1108/00242530510605458.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2001. p. 220.

_____. Definição de marketing para o século XXI. IN: KOTLER, Philip. **Marketing essencial**. São Paulo : Prentice Hall, 2005. p. 1-23.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. Prentice Hall Brasil, 2006. 12. ed. 776p.

KOTLER, Philip; LEVY, Sidney J. **Demarketing, yes, demarketing**. Chapter 7. p. 75-83. In: LEVY, Sidney J.;ROOK, Dennis W. **Brands, consumers, symbols, & research**: Sydney J. Levy on marketing. Sage, 1999. ISBN 0761916970,

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos básicos. IN: _____. **Administração de marketing**. São Paulo : Atlas, 2006. p. 3-17. ISBN 8522442436.

LE COADIC, Yves-François. O objeto: a informação. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília : Brique de Lemos, 2004. 124 p.

LONGO, Rose Mary Juliano. Gestão do conhecimento e unidades de informação. In: VERGUEIRO, Waldomiro; MIRANDA, Angélica C. D (Org.). **Administração de unidades de informação**. Rio Grande, RS : FURG, 2007. p. 35-49.

LOONEY, Michael; LYMAN, Peter. Portals in higher education. **Educause**, jul./aug. 2000. p. 29-37. Disponível em: < <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/erm0041.pdf> >. Acesso em: 20 jan. 2010.

LUCAS, André et al. Estudo de usuário como estratégia para gestão da informação e do conhecimento: um estudo de caso. **Revista ACB** : Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 59-79, jan./jun., 2008.

MASLOW, A. A theory of human motivation. **Psychological Review**, v. 50, 1943. p.370-396.

MCGARRY, Kevin. Sobre conhecimento e informação. In: _____. **O contexto dinâmico da informação**: uma análise introdutória. Brasília : Briquet de Lemos, 1999. p. 1-34.

McMULLIN, Susan; TAYLOR, Robert S. Problem dimensions and information traits. **The information society**, v. 3, n. 1, 1984. p. 91-111.

MERLO VEGA, José Antonio. El servicio bibliotecario de referencia. **Anales de documentación**, n. 3, 2000, p. 93-126. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/14138/1/AD07-2000.PDF>>. Acesso em 27 mar. 2010.

MICHAELIS: Moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo : Melhoramentos, 2009. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/>> Acesso em 28 mar. 2010.

MICHALAK, Sarah C (ed.). **Portals and libraries**. Binghamton (NY) : Haworth, 2005. ISBN 9780789029324.

MICHAUD, Claude. Modelos e conhecimento. In: TARAPANOFF, Kira (org.). **Inteligência, informação e conhecimento**. Brasília : IBICT, UNESCO, 2006. p. 211-240.

MIRANDA, Silvânia. Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. **Ciência da informação**, v. 35, n. 3, p. 99-114, set./dez. 2006.

MOLINA, Letícia Gorri. Gestão da informação e do conhecimento e as TICs aplicadas aos portais corporativos. IN: VALENTIM, Marta (Org.) **Gestão da informação e do conhecimento**. São Paulo : Polis : Cultura Acadêmica, 2008. p. 71-92.

MORESI, Eduardo Amadeu Dutra. Gestão da informação e do conhecimento. In: TARAPANOFF, Kira (Org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília : Universidade de Brasília, 2001. p. 111-142.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa:** como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. São Paulo : Campus; Rio de Janeiro : Elsevier, 1997. 358 p.

OWEN, John Mackenzie. Knowledge management and the information professional. **Information services & use**, v 10, n. 1, p. 7-16, 1999.

PEREIRA, Maria de Nazaré F. Bibliotecas virtuais: realidade, possibilidade ou alvo de sonho. **Ciência da informação**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 214-217, 1995.

POLANYI, Michael. **The tacit dimension**. New York : Doubleday & Company, 1966. p. 3-25. Disponível em:
<<http://www.chaight.com/Wk%20%20E205B%20Polanyi%20-%20Tacit%20Knowing.pdf>> Acesso em 07 jul. 2010.

ROBREDO, Jaime. Breve histórico da Internet. In: _____. **Documentação de hoje e de amanhã**. Brasília : edição do autor, 2005. p. 235-247.

ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A informação científica e tecnológica e os serviços de informação. **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 16, n. 1, p.49-62, jan./jun. 2006. Acesso em 08 abr. 2010. Disponível em:
<<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/441/1493>>

SADEH, Tamar; WALKER, Jenny. Library portals : toward the semantic web. **New library world**, v. 104, n. 1184/1185, p. 11-19, 2003. DOI 10.1108/03074800310458241.

SANTOS, Gildenir Carolino; RIBEIRO, Célia Maria. **Acrônimos, siglas e termos técnicos**. Campinas, SP : Átomo, 2003. 277 p. ISBN 8587585452

SÃO PAULO (Estado). Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. Programa Biblioteca Eletrônica. São Paulo. Disponível em:
<<http://probe.bvs.br/transf.php?xml=xml/pt/about.xml&xsl=xsl/pt/text.xsl>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

SCHMITZ, Queli Terezinha; CARVALHO, Hélio Gomes de; BENEVENTO, Maurilio. Portais corporativos como ferramenta estratégica na gestão do conhecimento organizacional: um estudo exploratório. In: SIMPÓSIO ACADÊMICO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 4, 2008, Viçosa. **Anais...** Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2008. f. 5. Disponível em:
<<http://www.saepro.ufv.br/Image/artigos/Artigo20.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2009.

SHILAKES, Christopher C. & TYLMAN, Julie. **Enterprise information portals**. New York, NY: Merrill Lynch, 16 Nov. 1998.

SILVA, Edna Lúcia. Sistema de informação e mensuração da demanda da informação: análise de uso e estudos de usuários: revisão de literatura. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 1, p. 71-91, jan./jun. 1990.

SILVA, Sergio Luis da. Gestão do conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 2, p. 143-151, maio/ago. 2004. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/ci/v33n2/a15v33n2.pdf>>. Acesso em 23 maio 2010.

SOUZA, Katyusha Madureira Loures de. **Biblioteca jurídica virtual do conselho de justiça federal: um estudo de caso**. 2005. 66 f. Monografia (bacharelado em Biblioteconomia) – Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando conhecimento**. Rio de Janeiro : SENAC, 2000. 187 p.

TENNANT, Roy. **Digital v. electronic v. virtual libraries**. 1999. Disponível em:
<<http://sunsite.berkeley.edu/mydefinitions.html>> Acesso em 05 jan. 2010.

TERRA, Guilhermina de Melo. Biblioteca virtual: atualidade e perspectivas. In: Encontro de informação em ciências da comunicação, 14, Porto Alegre, 2004. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre, USP, 2004. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/www_antigo2/institucional/a_rede/endocom/2004/Terra.PDF> Acesso em: 05 jan. 2010.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. **Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 315 p.

TERRA, José Cláudio Cyrineu; GORDON, Cindy. **Portais corporativos: a revolução na gestão do conhecimento**. São Paulo : Campus, 2002. ISBN 8586014842

TORRES, Roberto. **Personalização na internet: como descobrir os hábitos de consumo de seus clientes, fidelizá-los e aumentar o lucro de seu negócio**. São Paulo: Novatec, 2004. 159 p. ISBN 8575220616.

TOWNSEND, James J.; RIZ, Dmitri; SCHAFFER, Deon. Introduction to portals. _____. **Building portals, intranets, and corporate web sites using Microsoft servers**. Quebec : Addison-Wesley Professional, 2004. p. 6-15. ISBN 0321159632, 9780321159632. Disponível em:
<http://books.google.com/books?id=bCXnK31_d_0C&pg=PT1&dq=Building+Portals,+Intranets,+And+Corporate+Web&lr=&ei=_6UYSpqRDaDCzQTt4M27DQ&hl=pt-BR#PPA18,M1>. Acesso em: 23 maio 2009.

TUOMI, I. Data is more than knowledge: implications of the reversed knowledge hierarchy for knowledge management and organization memory. **Journal of Management Information Systems**, v. 16, n. 3, p. 103-117, Winter 1999. Disponível em:
<http://vnweb.hwwilsonweb.com/hww/results/results_single_fulltext.jhtml;hwwilsonid=KR1A2JIZZ52RVQA3DIKSFGGADUNGIIV0>. Acesso em: 06 jul. 2010.

UNITED NATIONS INTERNATIONAL SCIENTIFIC INFORMATION SYSTEM (UNISIST). **Pautas para evaluación de sistemas y servicios de información**. UNESCO : Paris, 1978c. Disponível em:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0002/000299/029962sb.pdf>>. Acesso em 27 mar. 2010.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Informação e conhecimento em organizações complexas. In: VALENTIM, Marta (Org). **Gestão da informação e do conhecimento**. São Paulo : Polis; Cultura Acadêmica, 2008. (Palavra-Chave).

_____. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, ago. 2002.

VASQUEZ, Eduardo. Um novo futuro. **B2B magazine**, São Paulo, v.5, n. 62, p. 22-35, mar. 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo : Atlas, 2006. 2. ed. 287 p. ISBN 8522444617.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Informação e conhecimento em organizações complexas. In: VALENTIM, Marta (Org). **Gestão da informação e do conhecimento**. São Paulo : Polis; Cultura Acadêmica, 2008. (Palavra-Chave).

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo : Atlas, 2006. 2. ed. ISBN 8522444617.

WEINGAND, Darlene E. Serviços aos clientes: um imperativo de marketing. IN: AMARAL, Sueli Angelica (Org.) **Marketing na ciência da informação**. Brasília : Universidade de Brasília, 2007. p. 33-45.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação**: como transformar informação em compreensão. São Paulo : Cultura, 2003. 5. ed. 384 p. ISBN 8529300084. Título original: Information Anxiety.

_____. **Ansiedade de informação 2**: um guia para quem comunica e dá instruções. São Paulo : Editora de Cultura, 2005. 299 p. ISBN 8529300963. Título original: Information Anxiety 2.

ZICK, Laura. The work of information mediators: a comparison of librarians and intelligent software agents. **First Monday**: peer-reviewed journal on the internet, v. 5, n. 5, 1 may 2000. Disponível em: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/748/657>>. Acesso em 20 mar. 2010.

Glossário

BANNER

Termo em inglês que significa bandeira. São figuras que destacam-se dentro dos sites com a função de chamar a atenção na promoção de produtos e serviços, geralmente no formato de bandeiras ou faixas. (SOUZA, 2004, f. 49)

BUSINESS INTELLIGENCE

Business Intelligence é um conjunto de ferramentas usado para manipular uma massa de dados operacionais e para extrair informações essenciais de negócios dessa massa de dados. (CARVALHO, FERREIRA, 2001)

COOKIE:

1. Arquivos transferidos diretamente para o CPU do usuário que servem para rastrear seus passos pela rede. Os *cookies* possuem códigos que permitem aos computadores da rede considerarem a pessoa como usuária, mas não fornecem informações pessoais como nome e endereço; 2. Basicamente é um pedaço de informação que um site da *web* pode enviar ao navegador do usuário, para que seja armazenado para uso futuro – por exemplo, o nome do *logon* e a senha de um usuário; 3. São arquivos enviados pelos sites armazenados no computador do usuário com algumas informações de referência. É considerada uma importante ferramenta para a publicidade *on-line*, pois os proprietários dos sites poderiam vender estas informações a anunciantes e outros interessados. (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 73)

HELPDESK

A tradução da língua inglesa refere-se ao serviço de apoio aos usuários relacionado a suporte e resolução de problemas técnicos em tecnologias de informação, como informática e telefonia.

Nesta pesquisa o termo está relacionado aos profissionais que prestam apoio à equipe do Portal de Periódicos atendendo os usuários de forma regionalizada e voluntária nas questões relacionadas à forma de utilização do Portal, solicitações de treinamento e verificação de inconsistências no Portal.

HUB

[Tradução (Por) – Centro/Central] Um ponto central de conexão. Terminologia clássica para designar um dispositivo que conecta múltiplos computadores numa rede; concentrador (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 117)

FOLDER

[Tradução (Ing) – Booklet/Pamphlet/Folder] 1. Livro pequeno, geralmente com capa de papel; 2. Brochura de poucas folhas; 3. Publicação de formato pequeno para divulgação de cursos, eventos, etc. (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 104)

GATEWAY:

1. Junção comum a duas ou mais ligações de uma rede. Pontos de uma rede de comutação a partir da qual partem muitos troncos, podendo este ponto ser ou não um centro de comutação; 2. Sistema que possibilita o intercâmbio de serviços entre redes com tecnologias completamente distintas, como BITNET e INTERNET; 3. Sistema e convenções de interconexão entre duas redes de mesmo nível e idêntica tecnologia, mas sob administrações distintas; 4. Um computador dedicado com um propósito especial, que se liga a duas ou mais redes e faz o roteamento de pacotes de uma rede para outra. Em particular, um *gateway* da Internet roteia datagramas IP entre as redes conectadas a eles. *Gateways* roteiam pacotes para outros *gateways* até que possam ser enviados ao destino final diretamente através de uma rede física. (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 109)

GROUPWARE

Em Bock e Marca (1995 *apud* CARVALHO, FERREIRA, 2001), *groupware* é descrito como o tipo de software que é projetado para ajudar as equipes que estão geograficamente dispersas e precisam trabalhar juntas. Permite combinar ferramentas síncronas, assíncronas e de grupos focais, como chats, e-mails e fóruns.

LAYOUT

Ordenação do espaço de uma página, com relação às imagens e textos (SOUZA, 2004, f. 50)

LOGIN

[Tradução (Por) – Conexão/Entrada] Procedimento para se conectar a um sistema (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 152)

SITE

Coleção de páginas da *web*, referentes a um assunto, instituição, empresa, pessoa. (SOUZA, 2004, f. 50)

WORKFLOW

Sistemas de Workflow apoiam processos de negócios padronizados. Esse sistema regula o fluxo de informação de pessoa para pessoa, lugar para lugar, atividade para atividade, em processos que requerem ordenação e estruturação de informação. (CARVALHO, FERREIRA, 2001)

Apêndice A – Carta encaminhada às bibliotecas das universidades federais



Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação
Departamento de Ciência da Informação e Documentação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCINF

Brasília, 06 de junho de 2010.

Prezado Senhor(a) Diretor(a) de Biblioteca,

Com o objetivo de obter o grau de mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília e colaborar com a pesquisa científica brasileira no uso do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), solicito sua colaboração nesta empreitada.

O objetivo da pesquisa é investigar a prestação de serviços de informação no Portal de Periódicos da CAPES pelos mediadores das instituições participantes.

Assim, solicitamos sua colaboração no sentido de indicar técnicos ou responsáveis pelo atendimento aos usuários desta biblioteca, ou seja, aqueles que fazem a mediação no uso do Portal de Periódicos na sua instituição.


Esta pesquisa permitirá identificar o perfil destes mediadores e necessidades sentidas frente à prestação de serviços de informação no uso do novo Portal que será futuramente encaminhada à CAPES como informe e possível sugestão de aperfeiçoamento caso seja necessário.

Contando com sua colaboração coloco-me a disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Respeitosamente,

Katyusha Madureira Loures de Souza
Bibliotecária
Mestranda em Ciência da Informação
Universidade de Brasília

Apêndice B – Questionário de pesquisa


 Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação
 Departamento de Ciência da Informação e Documentação
 Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCINF

Questionário de pesquisa: O Portal de Periódicos da CAPES e o serviço de personalização

Esta pesquisa tem como objetivo identificar a opinião dos mediadores no uso dos serviços do Portal de Periódicos da CAPES para desenvolvimento de dissertação de mestrado em Ciência da Informação a ser apresentada na Universidade de Brasília.

Estes profissionais foram escolhidos pelo conhecimento do perfil dos usuários que utilizam o Portal,. A visão mais apurada e crítica destes profissionais pode auxiliar na obtenção de dados que permitam compor um diagnóstico mais preciso sobre os serviços oferecidos pelo Portal de Periódicos em estudo.

Nas respostas às questões objetivas e de múltipla escolha, solicitamos que, por favor, não sejam utilizadas abreviaturas.

Nome: _____ Gênero: () fem. () masc.

Instituição: _____ Estado: _____

Data: ___ / ___ / _____

Parte I: Perfil do mediador

1) Qual o seu nível de formação acadêmica? (desconsidere cursos em andamento)

- () a. Nível fundamental (pule para a questão 3)
- () b. Nível médio
- () c. Bacharelado
- () d. Especialização
- () e. Mestrado
- () f. Doutorado

2) Qual é a sua área de formação profissional?

3) Qual cargo ou função desempenha atualmente em sua instituição?

4) Há quanto tempo exerce essa função ou cargo?

- () a. 1 a 5 anos
- () b. 5 a 10 anos
- () c. 10 a 15 anos
- () d. Mais de 15 anos

5) Em geral, você possui familiaridade com o uso de tecnologias?

6) Ao atuar como mediador na prestação de serviços de informação do Portal de Periódicos na sua instituição, você considera o desempenho dessa atividade de fácil ou difícil desempenho? Justifique.

7) Como mediador na prestação de serviços de informação oferecidos pelo Portal para os usuários finais da sua instituição, você considera que a CAPES oferece intra-estrutura e apoio adequados para atender suas necessidades rotineiras para o desenvolvimento desta atividade? Explique.

Parte II: Preferências do mediador com relação ao uso de serviços na Internet

1) Você utiliza algum serviço de informação na web? Qual? (em caso negativo pule para a questão 6)

- a. Serviço de correio eletrônico (e-mail)
- b. Serviço de redes sociais (Orkut, Facebook, Myspace, blogs, Twitter)
- c. Serviço de divulgação de informação (jornais e revistas eletrônicas)
- d. Compra de produtos e serviços na Internet (lojas virtuais)

2) Você já utiliza algum serviço de personalização na web?

- Sim. Qual? _____
- Não.

3) Alguns *websites* de lojas virtuais oferecem a seus usuários recomendações de produtos/serviços. Em geral, essas recomendações são baseadas em produtos/serviços mais acessados ou visualizados. Qual sua opinião sobre essas recomendações?

- a. Não vejo recomendações dos sites. (Exemplo: Quem acessou esse conteúdo também acessou aquele)
- b. Gosto e utilizo as recomendações dos sites para verificar outros conteúdos relacionados.
- c. Não vejo recomendações das pessoas que usam os sites e não tenho paciência para recomendar.
- d. Gosto e utilizo as recomendações de outras pessoas para verificar outros conteúdos relacionados mas não tenho paciência para escrever recomendações.
- e. Gosto e utilizo as recomendações de outras pessoas e também colaboro com recomendações sobre produtos ou serviços do site.

- 4) **Ao acessar websites de lojas virtuais, algumas opções ficam disponíveis como comentários de usuários que já compraram e/ou usaram produtos/serviços da loja. Você já fez uso dessa opção? Por quê?**
-

- 5) **Você já fez ou costuma fazer comentários sobre produtos/serviços que adquiriu? Explique.**
-

- 6) **Com relação à apresentação de informações de personalização (como recomendações ou avaliações), tem preferência por formas de exibição? (informação em destaque, uma seção específica para isso, conteúdo apresentado conforme a navegação feita pelo usuário etc.)**

- a. Não gosto de ver essas informações
- b. Gosto de ver essas informações em destaque
- c. Gostaria que essas informações ficassem em uma seção específica para isso
- d. Gostaria que essas informações fossem apresentadas no *website* de acordo com a navegação que faço

- 7) **Que características você considera importante para a personalização de um serviço de informação? (marque todas as alternativas que considerar relevante)**

- a. Área de formação profissional (área do conhecimento)
Nível acadêmico (fundamental, médio, graduação, especialização, mestrado, doutorado)
- b. Área de atuação (graduação, pós-graduação, administrativa)
- c. Tipo de usuário (docente, discente, funcionário)
- d. Cargo ou função
- e. Tempo de atuação no cargo ou função
- f. Idade
- g. Gênero (feminino ou masculino)
- h. Outros. Quais? _____

- 8) **Os sistemas de personalização possuem formas de coletar informações sobre seus usuários. Como você gostaria que seus dados fossem coletados? (marque apenas uma alternativa)**

- a. A partir da navegação que faço dentro do site.
- b. A partir de um cadastro onde eu preencho meus interesses.
- c. Uma combinação entre um cadastro breve e a navegação que faço dentro do site.

- 9) **Qual a sua opinião sobre a necessidade de atualização dos seus dados cadastrados? (marque apenas uma alternativa)**

- a. Não há necessidade de ficar atualizando cadastros.
- b. O sistema deve se atualizar de acordo com minha navegação, sem precisar de minha interferência.

- () c. O sistema deve mostrar apenas a última vez que foi feita uma atualização e o usuário decide ou não se quer atualizar seus dados.
- () d. É interessante que o sistema alerte sobre a necessidade de atualização de vez em quando.

Parte III: Infra-estrutura da IES onde o mediador atua como prestador de serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES

1) Com relação à infra-estrutura disponível na sua instituição para a prestação de serviços do Portal descreva as condições de cada item a seguir:

- a. Há um setor/departamento específico para esse serviço?
() sim () não. Onde? _____
- b. O serviço dispõe de:
- Telefone. () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
 - Fax () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
 - Scanner () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
 - Computadores () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
 - Laptops () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
 - Televisores () exclusivo () dedicado. Quantos? _____
- c. Existe acesso remoto disponível e/ou dedicado para o serviço? _____
- d. O atendimento é oferecido via Internet? _____ pela intranet? _____ por fax? _____ por telefone? _____ por e-mail? _____
- e. Existe um site próprio da biblioteca na internet? _____
E na intranet? _____
- f. Como são as instalações disponíveis para o desempenho dessa atividade? Você considera o mobiliário existente adequado ao desempenho da atividade?

- g. Existe material de apoio disponível e/ou dedicado para o serviço? _____
Em caso afirmativo, quais materiais estão disponíveis e/ou são dedicados?

- h. Existe equipe técnica disponível e/ou dedicada para o serviço? _____
Em caso afirmativo, quais e quantos profissionais integram a equipe?

2) Com relação à forma de oferta do serviço:

- a. O serviço é prestado em horário fixo? Se sim, qual seria?

- b. O serviço é prestado para toda a comunidade ou existe um atendimento especial para um determinado grupo de usuários? Se sim, qual seria?

-
- c. Existe diferenciação na prestação deste serviço para determinadas áreas da instituição? (Considere critérios como urgência, maior abrangência ou detalhamento e maior número de demandas)
-
-
-

3) Sobre os usuários atendidos:

- a. Existe um cadastro dos usuários da instituição? _____
- b. Marque os itens que são considerados no perfil do usuário:
- () Área do conhecimento em que atua
 - () Atividades desempenhadas na instituição (se docente, discente ou funcionário)
 - () Nível de atuação (graduação, pós-graduação ou administrativo)
 - () Outros. Quais? _____
- c. Os atendimentos realizados são registrados? _____
- d. Em caso positivo, esses dados de atendimento são utilizados posteriormente para planejamento e/ou reavaliação do serviço?
-
- e. São realizados estudos de uso e de usuários do Portal pela instituição?
-
- f. A instituição onde trabalha oferece por conta própria, sem intervenção da CAPES, treinamentos no uso do Portal de Periódicos? _____
Em caso negativo, existe um motivo específico para não oferecer esse serviço? _____
-
- g. Existe alguma atividade no sentido de divulgar o Portal de Periódicos dentro da instituição? Qual? _____
-
- h. Existe apoio da direção para a prestação deste serviço? Em caso positivo explique como. _____
-
- i. A comunicação interna interfere de alguma forma no processo de prestação deste serviço? Em caso positivo descreva como. _____
-
-

Parte IV: Opinião sobre os serviços de informação do Portal de Periódicos da CAPES com relação à personalização

1) Possui preferência pelo uso de algum serviço ou base do Portal de Periódicos? Qual?

2) Considerando a rotina de prestação de serviço, o Portal de Periódicos está sendo mais utilizado para: (marque mais de uma se for o caso)

- a. Realização de pesquisa e atendimento aos usuários
 - b. Atualização de notícias para a comunidade científica
 - c. Solicitação de treinamentos para a instituição
 - d. Link de acesso a bases de dados já conhecidas
 - e. Link de acesso a periódicos já conhecidos
 - f. Criação de alertas de pesquisa para pesquisas solicitadas por usuários
 - g. Contato com a CAPES para solicitação de outros serviços. Quais? _____

 - h. Outro uso não descrito. Descreva: _____

-

3) Como relação à rotina de prestação de serviços, após as mudanças recentes no Portal:

- a. Não houve diferença na rotina de trabalho.
- b. A prestação de serviço ficou mais difícil.
- c. A prestação de serviço ficou mais fácil.

Caso tenha sentido diferença, descreva quais foram as interferências sentidas após as mudanças recentes no Portal de Periódicos.

4) Sobre a opção de identificação disponível no novo Portal de Periódicos selecione a opção que esteja de acordo com sua opinião:

Com relação à extensão:

- a. Não gosto de preencher nenhum tipo de cadastro seja curto ou extenso.
- b. Até preencho cadastros, desde que não sejam extensos.
- c. Não me importo de preencher cadastros extensos, desde que haja vantagem nisso.
- d. Adoro preencher cadastros, curtos ou extensos

Com relação a dados pessoais:

- a. Tenho restrições sobre a criação de cadastros em sites, porque já tive problemas com uso indevido dos meus dados
- b. Tenho restrições quando me pedem números de documentos ou de cartões.

- () c. Não vejo problemas se houver comprometimento da empresa em não divulgar os dados.
- () d. Não tenho problemas com relação a isso

5) Sobre os serviços e produtos oferecidos pelo Portal de Periódicos qual sua avaliação sobre:

a. Meu espaço

- () Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Ainda não vi
() Outro. Qual? _____

b. Treinamentos de uso do Portal

- () Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Ainda não vi
() Outro. Qual? _____

c. Estatísticas

- () Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Ainda não vi
() Outro. Qual? _____

d. Conteúdo personalizado (notícias, coleções, suporte)

- () Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Ainda não vi
() Outro. Qual? _____

6) Comente sobre a repercussão dos serviços personalizados oferecidos no Portal junto aos usuários de sua IES

7) Use o espaço a seguir para enviar algum comentário, sugestão, reclamação, elogio relativo à personalização dos serviços na nova interface do Portal

Apêndice C - Roteiro de entrevista com as *helpdesks* do Portal de Periódicos da CAPES

Sabe-se que o novo Portal sofreu alterações que desencadearam novas solicitações. Um questionário já foi encaminhado por e-mail solicitando colaboração no desenvolvimento da pesquisa a respeito, mas com o objetivo de obter mais informações dos profissionais que atuam diretamente com o portal no atendimento ao usuário e visando a possibilidade de explicar de forma mais clara a questão da personalização foi considerada a possibilidade de uma breve entrevista, aproveitando também a oportunidade para esclarecer dúvidas surgidas durante a análise dos dados coletados no questionário.

1. Qual o seu entendimento com relação à personalização de serviços de informação? (Explicando melhor: Você acha que a personalização de serviços de informação proposta pelo Portal atende aos conceitos que você tem como sendo de personalização?)
2. Você percebe de forma clara a personalização proposta pelo Portal? E os usuários que atende?
3. Você percebeu alguma mudança nas solicitações dos usuários que você costuma atender? (Explicando melhor: com relação a pedidos de auxílio, pesquisa)
4. Está recebendo outras solicitações que não costumava receber? Quais? (Caso a questão acima tenha sido respondida com o aumento das solicitações de treinamento)
5. E o perfil dos usuários atendidos? O perfil permanece o mesmo após as alterações do Portal? (Caso não exista um cadastro dos usuários, é possível perceber um perfil dos usuários e em caso positivo, se houve mudança após as alterações do Portal?)
6. É feito algum controle do número de atendimentos realizados? Como ele é feito? Esse controle já era feito antes do novo Portal? (Caso não haja controle de atendimentos, é possível perceber alguma alteração no número de atendimentos após o novo Portal?)
7. (Em caso positivo a questão anterior) Já uma média do número de atendimentos realizados? Houve variação do número desses atendimentos com o novo Portal?
8. Qual grau você atribui com relação a facilidade de interação com o novo Portal? 0 para Ruim, 1 para Regular, 2 para Bom e 3 para Ótimo
9. Os usuários têm apresentado comentários nesse sentido? (facilidade ou dificuldade de uso?)
10. Os comentários dos usuários são informais (quando estão solicitando o atendimento) ou são formais por meio de e-mails e telefonemas? Há um controle sobre esse retorno com relação ao registro destes? Ele é repassado a CAPES?
11. Existem sugestões de melhoria para o novo Portal? Sua e dos usuários? Quais?

Apêndice D - Roteiro para observação do Portal de Periódicos da CAPES

- Levantamento histórico das alterações realizadas no Portal de Periódicos
 - Levantamento histórico dos *layouts* já oferecidos
 - Levantamento histórico dos serviços já oferecidos
- Versão 2009 do Portal de Periódicos
 - Alterações de Layout realizadas na versão 2009
 - Alterações na organização do conteúdo da versão 2009
 - Novos serviços disponíveis na versão 2009
 - Uso de ferramentas de marketing de informação
 - Disponibilidade de informações sobre o Portal
 - Recursos Promocionais
 - Recursos informacionais
 - Recursos relacionados a informações sobre o uso do Portal
 - Mecanismos para estabelecer comunicação com os usuários

Anexo A – Lista de Universidades Federais

Dados coletados no website do Ministério da Educação – MEC (<http://www.mec.gov.br>) entre os dias 03 e 05 de abril de 2010, com exceção dos dados da UNIFEI cujo endereço eletrônico (URL) disponível no website do MEC não condizia com a URL correta.

	IES	Sigla	URL	Região	UF	Município
1	Fundação Universidade Federal de Rondônia	UNIR	http://www.unir.br/	Norte	RO	Porto Velho
2	Universidade Federal da Bahia	UFBA	http://www.portal.ufba.br/	Nordeste	BA	Salvador
3	Universidade Federal do Recôncavo da Bahia	UFRB	http://www.ufrb.edu.br/portal/	Nordeste	BA	Cruz das Almas
4	Universidade Federal da Fronteira do Sul	UFFS	http://www.portal.ufba.br/	Sul	SC	Chapecó
5	Universidade Federal de Grande Dourados	UFGD	http://www.ufgd.edu.br/	Centro-Oeste	MS	Dourados
6	Universidade Federal da Paraíba	UFPB	http://www.ufpb.br/	Nordeste	PB	João Pessoa
7	Universidade Federal de Campina Grande	UFCG	http://www.ufcg.edu.br/	Nordeste	PB	Campina Grande
8	Universidade Federal de Minas Gerais	UFMG	http://www.ufmg.br/	Sudeste	MG	Belo Horizonte
9	Universidade Federal do Triângulo Mineiro	UFTM	http://www.uftm.edu.br/	Sudeste	MG	Uberaba
10	Universidade Federal de Viçosa	UFV	http://www.ufv.br/	Sudeste	MG	Viçosa
11	Fundação Universidade Federal do Acre	UFAC	http://www.ufac.br/	Norte	AC	Rio Branco
12	Fundação Universidade Federal do Amapá	UNIFAP	http://www.unifap.br/	Norte	AP	Macapá
13	Fundação Universidade Federal do Amazonas	UFAM	http://www.ufam.edu.br/	Norte	AM	Manaus
14	Universidade Federal Rural da Amazônia	UFRA	http://www.portal.ufra.edu.br/	Norte	PA	Belém
15	Universidade Federal do Pará	UFPA	http://www.portal.ufpa.br/	Norte	PA	Belém
16	Universidade Federal do Oeste do Para	UFOPA	http://www.ufopa.edu.br/	Norte	PA	Santarém
17	Fundação Universidade Federal de Roraima	UFRR	http://www.ufrr.br/	Norte	RR	Boa Vista
18	Universidade Federal do Tocantins	UFT	http://www.site.uft.edu.br/	Norte	TO	Palmas
19	Universidade Federal de Alagoas	UFAL	http://www.ufal.edu.br/ufal/	Nordeste	AL	Maceió
20	Universidade Federal do Ceará	UFC	http://www.ufc.br/portal/	Nordeste	CE	Fortaleza
21	Fundação Universidade Federal do Maranhão	UFMA	http://www.ufma.br/	Nordeste	MA	São Luís
22	Universidade Federal de Pernambuco	UFPE	http://www.ufpe.br/ufpenova/	Nordeste	PE	Recife
23	Universidade Federal Rural de Pernambuco	UFRPE	http://www.ufrpe.br/	Nordeste	PE	Recife
24	Universidade Federal do Vale do São Francisco	UNIVASF	http://www.univasf.edu.br/	Nordeste	PE	Petrolina
25	Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri	UFVJM	http://www.ufvjm.edu.br/	Sudeste	MG	Diamantina

26	Fundação Universidade Federal do Piauí	UFPI	http://www.ufpi.br/	Nordeste	PI	Teresina
27	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	UFRN	http://www.ufrn.br/ufrn/	Nordeste	RN	Natal
28	Fundação Universidade Federal de Sergipe	UFS	http://www.ufs.br/	Nordeste	SE	São Cristóvão
29	Fundação Universidade de Brasília	UnB	http://www.unb.br	Centro-Oeste	DF	Brasília
30	Universidade Federal de Goiás	UFG	http://www.ufg.br/	Centro-Oeste	GO	Goiânia
31	Fundação Universidade Federal de Mato Grosso	UFMT	http://www.ufmt.br/	Centro-Oeste	MT	Cuiabá
32	Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	UFMS	http://www.ufms.br/	Centro-Oeste	MS	Campo Grande
33	Universidade Federal do ABC	UFABC	http://www.ufabc.edu.br/	Sudeste	SP	Santo André
34	Universidade Federal de Alfenas	UNIFAL	http://www.unifal-mg.edu.br/	Sudeste	MG	Alfenas
35	Universidade Federal do Espírito Santo	UFES	http://portal.ufes.br/	Sudeste	ES	Vitória
36	Universidade Federal Fluminense	UFF	http://www.uff.br/	Sudeste	RJ	Niterói
37	Universidade Federal de Juiz de Fora	UFJF	http://www.ufjf.br/	Sudeste	MG	Juiz de Fora
38	Universidade Federal de Lavras	UFLA	http://www.ufla.br/	Sudeste	MG	Lavras
39	Fundação Universidade Federal de Ouro Preto	UFOP	http://www.ufop.br/	Sudeste	MG	Ouro Preto
40	Universidade Federal de Rural do Rio de Janeiro	UFRRJ	http://www.ufrj.br/portal/modulo/home/index.php	Sudeste	RJ	Seropédica
41	Fundação Universidade Federal de São Carlos	UFSCar	http://www2.ufscar.br/home/index.php	Sudeste	SP	Sao Carlos
42	Universidade Federal de Sao Joao Del-Rei	UFSJ	http://www.ufsj.edu.br/	Sudeste	MG	São João del-Rei
43	Universidade Federal de São Paulo	UNIFESP	http://www.unifesp.br/index.php	Sudeste	SP	São Paulo
44	Fundação Universidade Federal de Uberlândia	UFU	http://www.ufu.br/	Sudeste	MG	Uberlândia
45	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	UNIRIO	http://www.unirio.br/	Sudeste	RJ	Rio de Janeiro
46	Universidade Federal do Rio de Janeiro	UFRJ	http://www.ufrj.br/	Sudeste	RJ	Rio de Janeiro
47	Fundação Universidade Federal do Rio Grande	FURG	http://www.furg.br/	Sul	RS	Rio Grande
48	Universidade Federal do Pampa	UNIPAMPA	http://www.unipampa.edu.br/portal/	Sul	RS	Bagé
49	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	UFRGS	http://www.ufrgs.br/ufrgs/	Sul	RS	Porto Alegre
50	Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre	UFCSPA	http://www.ufcspa.edu.br/	Sul	RS	Porto Alegre
51	Universidade Federal do Paraná	UFPR	http://www.ufpr.br/portal/	Sul	PR	Curitiba
52	Universidade Tecnológica Federal do Paraná	UTFPR	http://www3.utfpr.edu.br/	Sul	PR	Curitiba
53	Fundação Universidade Federal de Pelotas	UFPEL	http://www.ufpel.edu.br/	Sul	RS	Pelotas
54	Universidade Federal de Santa Maria	UFSM	http://www.ufsm.br/	Sul	RS	Santa Maria
55	Universidade Federal de Santa Catarina	UFSC	http://www.ufsc.br/	Sul	SC	Florianópolis
56	Universidade Federal de Itajubá	UNIFEI	http://www.unifei.edu.br/	Sudeste	MG	Itajubá
57	Universidade Federal da Integração Latino-Americana	UNILA	http://www.unila.ufpr.br/	Sul	PR	Foz do Iguaçu

Anexo B – Lista de *helpdesks* do Portal de Periódicos

A lista foi retirada do Portal anterior em 23 de abril de 2010. E deve ser confirmada com os dados divulgados no novo Portal.

REGIÃO CENTRO OESTE:

Instituições	UFG - UNB - UFMS - UFMT - UCB - CEFET/MT - CEFET/CUIABÁ - CEFET/GO - CEFET/URUTAÍ - CEFET/RV - IRB - MAPA - CADE - ANVISA - SENAI-DN - UNIPLAC - UFGD - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região) - Institutos de Pesquisa do MCT (da região)
Representante	Rosina Portela Santos
e-mail	rosina@bce.unb.br
Telefone	(0 XX 61) 3107-2676
Endereço	Universidade de Brasília. Biblioteca Central - Campus Universitário Darcy Ribeiro - Asa Norte - Caixa Postal 04501. 70910-900 - Brasília - DF

REGIÃO NORDESTE:

Instituições	UFC - UFERSA - UFMA - UFPB - UFPI - UFRN - UECE - UESB - UEMA - UNICAP - UNIT - NESC/CPqAM - CEFET/MA - CEFET/CE - CEFET/PB - CEFET/PI - CEFET/RN - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região)
Representante	Ana Cristina Azevedo Ursulino Melo
e-mail	cris_melo@ufc.br
Telefone	(0 xx 85) 3366-9506/9507
Endereço	Universidade Federal do Ceará. Campus do PICI - Cx. Postal 6025 - Fortaleza CE CEP: 60451-970

Instituições	UFPE - UFAL - UNEB - UFBA - UFRPE - UFSE - UFCG - UNIVASF - UEFS - UESC - FESP/UPE - UnP - CEFET/BA - CEFET/AL - CEFET/PE - CEFET/Petrolina - CEFET/SE
Representante	Giane da Paz Ferreira Silva
e-mail	dapaz@ufpe.br
Telefone	(0 xx 81) 3271-8703
Endereço	Universidade Federal de Pernambuco. Biblioteca. R. Acadêmico Hélio Ramos s/nº Cidade Univ. 50740-530 Recife - PE

Instituições	UFSE - UFCG - UEMA - UNICAP - UNIT - NESC/CPqAM - CEFET/PB - CEFET/PI - CEFET/RN - CEFET/SE - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região)
Representante	Ielma Costa Ferro
e-mail	ielma@ufpe.br
Telefone	(00 xx 81) 2126-8665
Endereço	Universidade Federal de Pernambuco. Biblioteca. R. Acadêmico Hélio Ramos s/nº Cidade Univ. 50740-530 Recife - PE

REGIÃO NORTE:

Instituições	UFPA - UFRA - UFAM - UFAC - UNIFAP - UFRR - UNIR - Institutos de Pesquisa do MCT (da região)
Representante	Carmecy Ferreira de Muniz
e-mail	bc@ufpa.br
Telefone	(0 xx 91) 3201-7628
Endereço	Universidade Federal do Pará. Biblioteca Central. Rua Augusto Corrêa, 01 - Guamá. Cx. Postal 66075-110. 66075-900 Belém - PA

Instituições	UEA - UFT - INPA - UNAMA - CEFET/AM - CEFET/PA - CEFET/RR - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região)
Representante	Albirene de Sousa Aires
e-mail	bc@ufpa.br
Telefone	(0 xx 91) 3201-7628
Endereço	Universidade Federal do Pará. Biblioteca Central. Rua Augusto Corrêa, 01 - Guamá. Cx. Postal 66075-110. 66075-900 Belém - PA

REGIÃO SUDESTE:

Instituições	UNIFAL - UFTM - FAFEID - UFSJ - FJP - UNIFEI - UMESP - UFES - CEPEL - JBRJ - IBT - IPT - IPEN - SBIBHAE - FAPEMIG - INPI - CEFET/ES - CEFET/MG - CEFET/UBERABA - CEFET/OURO PRETO - CEFET/BAMBUÍ - CEFET/JANUÁRIA - CEFET/RIO POMBA
Representante	Maria Elizabeth de Oliveira Costa
e-mail	helpdeskcapes@ufmg.br
Telefone	(0 xx 31) 3409-4627
Endereço	Universidade Federal de Minas Gerais. Biblioteca - Av. Antônio Carlos 6627 - Pampulha. 31270-901 - Belo Horizonte, MG

Instituições	UFJF - UFLA - UFMG - UFOP - UFU - UFV - IUPERJ - FIOCRUZ - IRD - IME - LNCC - IMPA - CBPF - UNIMEP - UNIVAP - UNICAMP - UI - USC
Representante	Jane Rodrigues Guirado
e-mail	helpdeskcapes@ufmg.br
Telefone	(0 xx 31) 3409-4627
Endereço	Universidade Federal de Minas Gerais. Biblioteca. Av. Antônio Carlos 6627 - Pampulha. 31270-901 - Belo Horizonte - MG

Instituições	FGV/RJ - ENCE/IBGE - ON - PUC/RJ - UERJ - UNIRIO - UFRRJ - UGF - UENF - UFRJ - UFF - UNAERP - CIP - USF - IMES - UniFMU - IEP/HSL - HAOC - CEFET/QUÍMICA - CEFET/RJ - CEFET/CAMPOS
Representante	Mariza Cristina Torres Talim
e-mail	helpdeskcapes@ufmg.br
Telefone	(0 xx 31) 3409-4627
Endereço	Universidade Federal de Minas Gerais. Biblioteca. Av. Antônio Carlos 6627 - Pampulha. 31270-901 - Belo Horizonte - MG

Instituições	FAENQUIL - FAMERP - FAP - FGV/SP - IAC - INPE - ITA - PUC/SP - USP - UNESP - UFSCAR - UNIFESP/BIREME - PUC/MG - PUCCAMP - CPqRR - CEETPS - CDTN - UFABC - CEFET/SP - Institutos de Pesquisa do MCT (da região)
Representante	Marcia Meireles de Melo Diniz
e-mail	helpdeskcapes@ufmg.br
Telefone	(0 xx 31) 3409-4627
Endereço	Universidade Federal de Minas Gerais. Biblioteca. Av. Antônio Carlos 6627 - Pampulha. 31270-901 - Belo Horizonte - MG

Instituições	FCMSCSP – UMC – UPM – INCA - SENAC/SP - UNISANTOS - FAJE - IPSEMG - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região)
Representante	Maria de Fátima Pinto Coelho
e-mail	helpdeskcapes@ufmg.br
Telefone	(0 xx 31) 3409-4627
Endereço	Universidade Federal de Minas Gerais. Biblioteca. Av. Antônio Carlos 6627 - Pampulha. 31270-901 - Belo Horizonte - MG

REGIÃO SUL:

Instituições	UFRGS - UFPEL - FURG - EST - UFSM - FFFCMPA - PUC/RS - UNISINOS - UCS - UNIFRA - UNIVALI - CEFET/BENTO GONÇALVES - CEFET/RS - CEFET/SÃO VICENTE DO SUL - Centros de Pesquisa da EMBRAPA (da região)
Representante	Rejane Raffo Klaes
e-mail	portal@bc.ufrgs.br
Telefone	(0 xx 51) 3308-5186
Endereço	Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Odontologia. Biblioteca. Rua Ramiro Barcelos, 2492 - Santana. 90035-003 - Porto Alegre - RS

Instituições	UFPR - UFSC - UDESC - UEL - UEM - UNIOESTE - FURB - UEPG - PUC/PR - FUNDINOPI - IAPAR - UNESC - CEFET/SC - UTFPR
Representante	Izabella Elias Fernandes
e-mail	bibbio@ufpr.br
Telefone	(0 xx 41) 3361-1677
Endereço	Universidade Federal do Paraná. Campus Centro Politécnico - Jardim das Américas - Edifício do Setor de Ciências Biológicas. 81531-970 - Curitiba - PR