



Universidade de Brasília

Faculdade de Ciência da Informação

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

JANAINA DE ARAUJO NERY BEZERRA

**ESTUDO DE OFERTA E DEMANDA DE INFORMAÇÃO: O
CASO DA BIBLIOTECA DO CONSELHO FEDERAL DE
CONTABILIDADE**

Brasília – DF

2013

JANAINA DE ARAUJO NERY BEZERRA

**ESTUDO DE OFERTA E DEMANDA DE INFORMAÇÃO: O
CASO DA BIBLIOTECA DO CONSELHO FEDERAL DE
CONTABILIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

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

Brasília – DF

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bezerra, Janaina de Araujo Nery

Estudo de oferta e demanda de informação: o caso da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade / Janaina de Araujo Nery Bezerra – Brasília, 2013.

154p.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

1. Necessidade de informação
2. Oferta de informação
3. Demanda de informação
4. Produtos e serviços de informação
5. Estudo de usuários
6. Conselho Federal de Contabilidade
7. Sistema CFC/CRCs.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: *"Estudo de oferta e demanda da informação: o caso da biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade"*

Autor (a): Janaina de Araújo Nery Bezerra

Área de concentração: Gestão da informação

Linha de pesquisa: Comunicação e Mediação da Informação

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

Dissertação aprovada em: 24 de Julho de 2013.



Prof.ª. Dr.ª. Sueli Angelica do Amaral
Presidente (UnB/PPGCINF)



Prof. Dr. Edmundo Brandão Dantas
Membro Externo (UFB)



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

Prof.ª. Dr.ª. Lillian Maria de Araújo Rezende Alvares
Suplente - (UnB/PPGCINF)

A Deus, meu bondoso Pai, que esteve comigo em todos os momentos; sem Ele nada seria possível.

Aos meus pais Gilberto e Ieda, que me ensinaram que a educação, a disciplina e o respeito são os meios para se chegar aos sonhos.

Aos meus pais que ganhei de presente, Cavalcante e Margarene, que me ensinaram o exemplo de dedicação ao trabalho, independente de qual seja.

Ao Nelson, meu eterno amor, companheiro e melhor amigo. Amo-te agora e depois no infinito e além!

Aos meus filhos Maria Beatriz, Mariana e João Gabriel, minhas fontes de inspiração e razão do meu viver.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha Coordenadora Administrativa, Eunice Rosa de Melo, que acreditou na importância do trabalho e possibilitou a realização desta pesquisa.

À minha orientadora, Sueli Angélica do Amaral, pela parceria e ensinamentos ao longo da jornada. Muito obrigada!

Ju e Martinha, ex-servidora e servidora da secretaria da pós-graduação da FCI, pelo apoio, força e incentivo! Cheguei até aqui por causa de vocês também! Obrigada, meninas!

Agradeço também aos meus examinadores da banca, professores Edmundo Brandão Dantas, Murilo Bastos da Cunha e Lílian Maria Araújo de Rezende Alvares, por terem gentilmente aceitado o convite.

A toda a minha família e amigos que compreenderam os momentos de ausência, pela força, orações, incentivos e carinho. Valeu a torcida!

Aos amigos do Conselho Federal de Contabilidade, em especial aos da Biblioteca, que colaboraram com a pesquisa.

Muito obrigada a todos os professores e amigos da Universidade de Brasília com quem tive a oportunidade de conviver, aprender e questionar os caminhos do trabalho desenvolvido e a vida.

A todos vocês o meu eterno agradecimento e orações!

RESUMO

Pesquisa descritiva caracterizada como aplicada, teve como objetivo analisar a oferta de produtos e serviços da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) em relação à satisfação das necessidades de informação dos servidores do CFC para o desempenho de suas atividades profissionais. A coleta de dados foi realizada em duas etapas. Na primeira, para a obtenção de dados e informações sobre a oferta, sob o ponto de vista gerencial, foram empregadas as técnicas de análise documental, de observação do *website* do CFC e da Biblioteca e de entrevista com o seu gestor. Os dados coletados na primeira etapa serviram de base para a elaboração do instrumento de coleta da segunda etapa. Os questionários elaborados foram enviados por *e-mail* aos servidores do CFC identificados como usuários internos no cadastro de usuários da Biblioteca, para estudar a oferta de produtos e serviços em relação à demanda destes referente às necessidades de informação para o desempenho de suas atividades profissionais. Conclui-se que, embora satisfeitos com os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca, os servidores do CFC revelaram que a utilizam, mas gostariam de maior participação da biblioteca, melhoria na política de utilização, no acervo técnico, nos canais de comunicação e na divulgação dos produtos e serviços oferecidos. Sugerem-se a atualização do cadastro de usuários, a implantação de políticas e procedimentos que visem a melhorias na divulgação e promoção dos produtos e serviços oferecidos pela biblioteca, o treinamento dos usuários, os estudos futuros com os usuários externos e a implantação de rede de bibliotecas no Sistema CFC/CRCs.

Palavras-chave: Necessidade de informação, Oferta de informação, Demanda de informação, Produtos e serviços de informação, Estudo de usuários, Conselho Federal de Contabilidade. Sistema CFC/CRCs.

ABSTRACT

This descriptive research, characterized as applied, had the objective of analyzing the supply of products and services of the library of the Federal Council for Accounting (CFC) in relation to meeting the need of information of the staff at the CFC for the fulfillment of its professional activities. The data was collected in two stages. At first, with the purpose of obtaining information regarding the supply from a management point of view, the techniques employed included document analysis, CFC and CFC library websites observation and interviews of management officials. The data collected at the first stage were used as basis for preparing the data collection tools for the second stage. The questionnaires that were prepared were sent via email to those of the CFC staff that were identified as users at the library database, in order to assess the supply of products and services *vis a vis* the demand regarding the information necessities in their professional activities. It is concluded that, even though the staff of the CFC were in general satisfied with products and services offered by the library, they revealed that they want more participation in the library and that there is room for improvement in the policies for use, the library collection, the communication channels and advertisement of the products and services. It is suggested that the user records be updated, the adoption of policies and procedures for: improving the promotion and communication of products and services offered to the library users; user training; future studies with external users; and the adoption of a network of libraries in the Federal and Regional Accounting Councils Systems.

Keywords: need of information, supply of information, demand of information, products and services of information, user study, Federal Council of Accounting. Federal and Regional Accounting Councils Systems.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo NEIN.....	34
Figura 2 – Organograma do CFC.....	62
Figura 3 – Vista do acervo.....	63
Figura 4 – Vista do ambiente interno da Biblioteca.	63
Figura 5 – Mapa estratégico do CFC.	77
Figura 6 – Integração de atividades e relacionamentos.	96

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Área de formação profissional.	79
Gráfico 2 – Área dos assuntos solicitados em relação à frequência das solicitações.	84
Gráfico 3 – Frequência de uso das fontes de informação da Biblioteca pelos servidores do CFC.....	86
Gráfico 4 – Frequência de uso dos canais de comunicação com a Biblioteca pelos servidores do CFC.	90
Gráfico 5 – Conhecimento dos produtos e serviços da Biblioteca pelos usuários.....	91
Gráfico 6 – Frequência de atendimento das necessidades de informação pelos produtos e serviços oferecidos relacionados ao empréstimo	98
Gráfico 7 – Frequência de atendimento das necessidades de informação pelos produtos e serviços oferecidos não relacionados ao empréstimo.	99
Gráfico 8 – Frequência de atendimento das necessidades de informação dos contadores pelos produtos e serviços oferecidos relacionados ao empréstimo.....	100
Gráfico 9 – Frequência de atendimento das necessidades de informação dos contadores pelos produtos e serviços oferecidos não relacionados ao empréstimo	101
Gráfico 10 – Produtos e serviços relacionados ao empréstimo que não são utilizados	102
Gráfico 11 – Demais produtos e serviços oferecidos que não são utilizados.....	102

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Relação dos Conselhos Federais de Fiscalização do Exercício Profissional no Brasil.	10
Quadro 2 – Alterações da Resolução CFC n.º 1.374/11	27
Quadro 3 – Relação entre objetivos e técnicas utilizadas para a coleta de dados ...	55
Quadro 4 – Relação dos objetivos específicos com as variáveis	56
Quadro 5 – Objetivos específicos, técnica de coleta de dados, variáveis estudadas e seus correspondentes itens do instrumento de coleta	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil demográfico.....	72
Tabela 2 – Perfil socioeconômico dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca	76
Tabela 3 – Distribuição dos cargos comissionados por categoria	81
Tabela 4 – Comparação do perfil do contador do CFC usuário da Biblioteca e do contador do DF que trabalha no CFC em relação ao gênero	83
Tabela 5 – Frequência de solicitação de informações à Biblioteca pelos servidores do CFC	89
Tabela 6 – Satisfação dos servidores do CFC em relação à oferta de produtos e serviços para o desempenho de suas atividades profissionais	104
Tabela 7 – Avaliação dos produtos e serviços oferecidos	105

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CDPROF - Coordenadoria de Execução de Desenvolvimento Profissional

CFC - Conselho Federal de Contabilidade

FASB - *US Financial Accounting Standards Board*

GAB - Grupo de Atividades Básicas

GAE - Grupo de Atividades Especializadas

GAP - Grupo de Atividades Profissionais e Tecnológicas

GAT - Grupo de Atividades Técnico-Administrativas

GPC - Gestão de Pessoas por Competências

IASB - *International Accounting Standards Board*

NEIN - Necessidade de Informação

PCCS - Plano de Cargos, Carreiras e Salários

PVCC - Programa de Voluntariado da Classe Contábil

RIDE/DF - Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno

SEBIB - Setor de Biblioteca

SUDECO - Superintendência do Desenvolvimento do Centro-Oeste

TIC - Tecnologia de Informação e Comunicação

UI - Unidade de Informação

VIPROF - Vice-presidência de Desenvolvimento Profissional e Institucional

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	1
LISTA DE GRÁFICOS	1
LISTA DE QUADROS	2
LISTA DE TABELAS	3
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	4
1 INTRODUÇÃO	7
1.1 Contextualização do problema de pesquisa.....	8
1.2 Objetivos	17
2 REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1 A informação no ambiente organizacional	18
2.2 Informação contábil para o desempenho profissional do contabilista	23
2.3 Estudos de usuários e de necessidades de informação	30
2.4 <i>Marketing</i> da informação em bibliotecas	40
3 METODOLOGIA	45
3.1 Caracterização da pesquisa.....	45
3.2 Universo da pesquisa e população	48
3.3 Procedimentos e instrumentos de coleta de dados.....	50
3.4 Variáveis estudadas	55
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	61
4.1 Descrição dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca.....	61
4.2 Caracterização do perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.....	69
4.2.1 Identificação dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.....	69
4.2.2 Perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.....	71
4.3 Identificação das necessidade de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca	83
4.4 Satisfação da demanda de informação dos servidores do CFC no desempenho de suas atividades profissionais pela oferta de produtos e serviços	103
5 CONCLUSÃO	111
REFERÊNCIAS	114
APÊNDICES	122
APÊNDICE A	123

APÊNDICE B125
APÊNDICE C132

1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas têm por função principal oferecer produtos e serviços que atendam às demandas de informação de seus usuários. Porém, atender com qualidade, pertinência e relevância às demandas de informação de seus usuários não é uma tarefa fácil e requer o pleno conhecimento das necessidades de informação dos diferentes grupos de usuários existentes no âmbito da biblioteca, e ainda, a adoção de distintas estratégias, técnicas e filosofias por parte dos profissionais da informação para o estudo desse fenômeno.

O estudo de necessidades de informação dos usuários em bibliotecas não é recente. Nas pesquisas que tratam desse fenômeno, percebe-se a evolução dos modelos, bem como mudanças de enfoque nas metodologias utilizadas para o estudo de usuários da informação.

Nesse sentido, tornou-se importante estudar a oferta de produtos e serviços da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) em relação à satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC e contabilistas cadastrados nessa Biblioteca.

A escolha de uma biblioteca especializada de uma autarquia corporativa para o estudo acadêmico de necessidades de informação de seus usuários surgiu do interesse de se investigar quais eram as informações necessárias e utilizadas pelos seus servidores para desempenhar suas atividades profissionais, tendo em vista que na atualidade as organizações e indivíduos precisam estar preparados para tomar decisões em um ambiente de rápidas e profundas mudanças sociais, econômicas e tecnológicas.

Dessa forma, conhecer as necessidades de informação para o desempenho profissional dos indivíduos envolvidos nesse processo fez-se essencial para o planejamento de ações, atividades e recursos disponibilizados, para a construção de um organismo forte e preparado para enfrentar os desafios impostos aos indivíduos, organismos e à sociedade na era da informação.

Esta pesquisa foi desenvolvida na Biblioteca especializada do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e, para atender aos objetivos propostos, a dissertação foi dividida em cinco tópicos. No primeiro tópico, é apresentada a introdução, a

contextualização do problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos que nortearam o trabalho desenvolvido. No segundo tópico, é apresentada a revisão de literatura que fundamentou as discussões propostas para o estudo do fenômeno da necessidade de informação. No terceiro tópico, é apresentada a metodologia que identifica os caminhos que foram percorridos para o cumprimento dos objetivos propostos. No quarto tópico, apresenta-se a análise dos resultados e, no quinto e último tópico, as conclusões do trabalho de pesquisa.

1.1 Contextualização do Problema de Pesquisa

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, em seu Art. 5º inciso XIII, diz que “é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer”. Porém, evidencia-se também a ressalva do legislador ao afirmar que, para algumas profissões, o exercício deverá ser estabelecido por lei e, conseqüentemente, o exercício profissional caberá àqueles que a ela se enquadrarem.

Em meados da década de 1930, o Estado Brasileiro delegou aos primeiros conselhos de fiscalização do exercício profissional a competência de registrar e fiscalizar o exercício profissional e, conseqüentemente, punir os desvios de conduta dos profissionais dentro de sua respectiva área de atuação.

Pinheiro e Pereira (1999) sugerem que

para fiscalizar as diversas profissões liberais, ou seja, aquelas que exigem a predominância do intelecto para seu desempenho, o Estado optou pela forma descentralizada criando para tal, entidades administrativas cercadas de autonomia, que a doutrina e a jurisprudência classificam como ‘autarquias corporativas’. (PINHEIRO; PEREIRA, 1999, p. 23).

De acordo com Carvalho Filho (2006), existem três níveis de classificação que demarcam a diferença entre as autarquias. Para o autor, as autarquias podem ser diferenciadas quanto ao seu nível federativo, o seu objeto e a sua natureza (regime jurídico).

Di Pietro (2009, p. 429-430), de forma semelhante, afirma que “vários critérios costumam ser apresentados para classificar as autarquias” e propõe a classificação das autarquias quanto ao tipo de atividade, capacidade administrativa e estrutura. Assim, quanto à classificação por atividade, Di Pietro (2009) classifica as autarquias

em econômicas, de crédito, industriais, de previdência e assistência, as culturais ou de ensino e profissionais ou corporativas, tendo essa última como definição as que “fiscalizam o exercício das profissões” (DI PIETRO, 2009, p. 430).

No Brasil, os conselhos federais de fiscalização do exercício profissional, por serem instituídos sob a forma autárquica, de acordo com Pinheiro e Pereira (1999),

são pessoas jurídicas de direito público, com a finalidade precípua de disciplinar e fiscalizar o exercício profissional de diversas categorias, deferindo aos portadores de capacitação técnico-científica o registro que os habilita a esse desempenho. (PINHEIRO; PEREIRA, 1999, p. 41).

Pinheiro e Pereira (1999) identificaram a existência de 26 conselhos de fiscalização do exercício profissional e seus respectivos atos de criação, que podem ser visualizados no Quadro 1 por ordem alfabética de suas áreas de atuação profissional.

Quadro 1- Relação dos Conselhos Federais de Fiscalização do Exercício Profissional no Brasil.

Conselho Federal de	Ano de Criação	Ato de Criação
Administração	1967	Decreto n.º 61.934, de 22.12.1967
Biblioteconomia	1962	Lei n.º 4.084, de 30.06.1962
Biologia	1979	Lei n.º 6.684, de 03.09. 1979
Biomedicina	1979	Lei n.º 6.684, de 03.09. 1979
Contabilidade	1946	Decreto-Lei n.º 9.295, de 27.05.1946
Corretor de Imóveis	1978	Lei n.º 6.530, de 12.05.1978
Economia	1951	Lei n.º 1.411, de 13.08.1951
Educação Física	1998	Lei n.º 9.696, de 01.09.1998
Enfermagem	1973	Lei n.º 5905, de 12.07.1973
Engenharia, Arquitetura e Agronomia	1962	Lei n.º 4076, de 23.06.1962
Estatística	1965	Lei n.º 4.739, de 15.07.1965
Fisioterapia e Terapia Ocupacional	1975	Lei n.º 6.316, de 17.12.1975
Fonoaudiologia	1981	Lei n.º 6.965, de 09.12.1981
Medicina	1957	Lei n.º 3.268, de 30.09.1957
Medicina Veterinária	1968	Lei n.º 5.517, de 23.10.1968
Museologia	1985	Decreto n.º 91.775, de 15.10.1985
Nutricionistas	1978	Lei n.º 6.583, de 20.10.1978
Odontologia	1964	Lei n.º 4.324, de 14.04.1964
Ordem dos Músicos	1960	Lei n.º 3.857, de 22.12.1960
Psicologia	1971	Lei n.º 5.766, de 20.12.1971
Profissionais de Relações Públicas	1969	Decreto-Lei n.º 860, de 11.09.1969
Química	1956	Lei n.º 2.800, de 18.06.1956
Representantes Comerciais	1965	Lei n.º 4.886, de 09.12.1965
Serviço Social	1993	Lei n.º 8.662, de 07.06.1993
Técnicos em Radiologia	1985	Lei n.º 7.394, de 29.10.1985

Fonte: Adaptado de Pinheiro e Pereira (1999, p. 24-33)

Observa-se que entre os conselhos identificados, por ter sido criado em 1946, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) é o mais antigo.

Nesse sentido, destaca-se a relevância da realização de estudos de usuários das bibliotecas desses conselhos com a finalidade de identificar as necessidades e do uso de informação dos profissionais dessas autarquias corporativas. Isso porque elas têm como principais objetivos proporcionar aos seus funcionários e colaboradores o acesso à informação necessária ao desempenho satisfatório de suas atividades profissionais e a promoção do suporte informacional à classe profissional do conselho em que a biblioteca especializada esteja inserida.

Nesse contexto, a estreita relação entre os usuários e os gestores dessas bibliotecas permite que nessas unidades prestadoras de serviços de informação sejam adotados procedimentos, elaborados e planejados instrumentos de modo compatível com os recursos disponíveis, visando à plena satisfação das necessidades informacionais de seus usuários, em especial, quando esses usuários a elas recorrem para obterem informações para o desempenho de suas atividades profissionais

enquanto servidores dessas autarquias ou como profissionais registrados e vinculados a essas autarquias para o exercício de sua profissão.

A importância em satisfazer às necessidades de informação dos servidores e profissionais para desempenharem suas atividades profissionais é corroborada pela afirmação de González (2004), quando declara que

as alterações econômicas, políticas e científicas que ocorrem nos países, tanto desenvolvidos como em desenvolvimento, têm proporcionado que seja dada importância em satisfazer as necessidades de informação de diversos setores sociais, alguns deles especializados, para que cada pessoa, que os integra possa cumprir suas atividades educativas, científicas, comerciais, etc., dentro do sistema social em que se encontra imerso. (GONZÁLEZ, 2004, p. 4-5).

Portanto, observa-se que

seja no ambiente acadêmico, empresarial ou no cotidiano, a informação está presente. O reconhecimento da informação como uma necessidade básica de sobrevivência – tanto para o indivíduo quanto para as empresas – ou desenvolvimento pessoal (indivíduo) já está consolidado. (SOUTO, 2005, p. 9).

O reconhecimento da informação como uma necessidade básica de sobrevivência proposto por Souto (2005) é corroborado nos estudos de Ferreira (2005), quando a autora afirma que “no ambiente atual de mudanças a informação é vital. E a experiência mostra que não é só de quantidade e de abrangência de informação que vivem as organizações. O mais importante é a qualidade da informação.” (FERREIRA, 2005, p. 15).

Mas por que a informação é vital e precisa ser de qualidade? Ora, pois, a informação precisa agregar valor aos indivíduos e às empresas para servir de insumo para que gestores, profissionais e os próprios indivíduos percebam as oportunidades e ameaças no ambiente que os cercam, possibilitando prever eventuais problemas, tendências do mercado e identificação de suas necessidades e de seus clientes/usuários em relação aos produtos e/ou serviços ofertados e, portanto, a tomada de decisões mais segura e coerente diante das necessidades de seu público e de um ambiente atual de excesso de informações.

Choo (2006, p. 17) afirma que empresas em atividades há um longo período sobreviveram e “continuam prosperando, não apenas graças a seu tamanho ou sua boa sorte. Muitas delas demonstraram capacidade de se adaptar às constantes

mudanças, de inovar continuamente e de tomar decisões que as levam em direção a seus objetivos.”

Em posicionamento semelhante ao de Choo (2006, p. 28) de que a “informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz”, Dias e Belluzzo afirmam que:

a necessidade de recorrer à informação para tomada de decisão e a garantia de qualidade no planejamento, desenvolvimento e oferta de produtos e serviços pelo setor empresarial envolvem uma busca norteada por **objetivos** diversos e diferenciados. Dentre eles, destacam-se: questões de pesquisas relacionadas à inovação, assimilação e avaliação de tecnologias para a formação de competência em mercados produtivos e à melhoria contínua de processos/atividades. (DIAS; BELLUZZO, 2003, p. 38).

Para Dias e Pires (2004, p. 7), o conceito de usuário “diz respeito tanto ao especialista que interroga uma base de dados como aquele que solicita um serviço (resposta a uma questão ou uma pesquisa bibliográfica); ao cliente de um serviço; ao produtor de informação”.

Observa-se que reside na figura do usuário e, conseqüentemente, na identificação de suas necessidades, usos, comportamentos e na satisfação para se informar, importantes objetivos a serem alcançados e trabalhados em bibliotecas, e, em especial, nas especializadas de autarquias corporativas para que sejam concretizadas suas atividades, processos de mudança, inovação e tomadas de decisão no âmbito dessas organizações que almejam a prosperidade e competitividade.

Para Dias e Belluzzo (2003, p. 28), “a inovação e o aperfeiçoamento dos processos produtivos nas organizações dependem do acesso aos diferentes ambientes e fontes, entre os quais se incluem as redes e os serviços de informação [...]”

Percebe-se também que a transferência dos conceitos e princípios do *marketing* para a Ciência da Informação, segundo Amaral (2011), tem evidenciado a possibilidade de inovar no âmbito da gestão de unidades de informação (UI), principalmente como “filosofia de orientação de mercado na criação e manutenção de produtos e serviços de informação” e, como conseqüência, dessa possibilidade de inovação espera-se que a oferta desses produtos e serviços seja capaz de atender aos interesses dos seus futuros usuários.

Kotler e Armstrong (1998, p. 8) afirmam que “além de estratégias de planejamento de atrair novos clientes e fazer transações com eles, as companhias agora preocupam-se em manter os clientes existentes e em desenvolver com eles relacionamentos duradouros.”

Para Dias e Pires (2004, p. 6), “conhecer as necessidades informacionais da comunidade a ser atendida constitui o ponto de partida do planejamento de um serviço de informação e uma preocupação constante no decorrer da prestação dos serviços”, porém,

para conhecer realmente o usuário e o modo como busca e utiliza a informação é necessária uma observação rigorosa e sistemática do processo de busca da informação. Isto supõe saber que situações e em que contexto surgem as necessidades de informações, que barreiras físicas assim como as psicológicas o impedem de buscar a informação que necessita, que estratégias segue quando busca a informação e, por último, que uso faz da informação que obtém. (TERUEL, 2005, p. 30).

Dias e Belluzzo (2003, p. 160) afirmam que:

em função da alta competitividade na sociedade globalizada, os clientes/usuários de um serviço de informação estão cada vez mais conscientes dos seus direitos e exigentes em relação à qualidade do produto/serviço ofertado. A resposta a esse comportamento sugere a importância da adoção de novas condutas de gestão por parte dos serviços de informação, as quais devem adotar uma postura pró-ativa no atendimento às demandas dos clientes/ usuários em relacionamentos formais, criando facilidades de acesso, agregação de valor e customização.

Amaral (2011) chama a atenção para “os desafios a serem enfrentados” pelos profissionais que prestam serviços de informação, ao afirmar que esses desafios são “cada vez maiores e, conseqüentemente, são mais intensas as exigências de qualidade e excelência no desempenho profissional com competência e consciência, que vão requerer conhecimento atualizado no mundo em constantes mutações.”

É preciso entender que os usuários, ao utilizarem as bibliotecas especializadas dessas autarquias profissionais/corporativas para o atendimento de suas necessidades de informação no desempenho de suas atividades profissionais, buscam produtos e serviços que satisfaçam às suas necessidades de informação para este fim.

Portanto, é preciso que os profissionais da informação atentem para essas mudanças e desafios, de modo que as informações disponibilizadas por essas

unidades atendam às exigências de qualidade e excelência de seus produtos e serviços, conforme evidenciado por Dias e Belluzzo (2003), pois tais características parecem ser essenciais no atual contexto das organizações, das bibliotecas e dos seus respectivos usuários.

O *marketing* da informação, quando aplicado em bibliotecas, fornece aos profissionais da informação um conjunto de técnicas e instrumentos essenciais para a identificação das necessidades, comportamentos, usos, desejos, preferências e satisfação dos usuários em relação aos produtos e serviços oferecidos por essas bibliotecas, favorecendo, dessa forma, um relacionamento entre a biblioteca e seus usuários.

Para Silveira (1987, p. 7), “as relações de troca contidas na função de *marketing* proporcionam benefício para ambas as partes envolvidas no processo: usuário e biblioteca”, pois,

sendo a função ou objetivo de *marketing* facilitar as relações de troca entre a organização e seus mercados, a adoção de sua filosofia conceitual pode ser tomada como linha de conduta que irá influenciar na forma de atuação da biblioteca se incorporar como uma atitude por seus administradores. Como atitude, *marketing* passa a ser uma orientação completamente voltada para os usuários reais e potenciais. (SILVEIRA, 1992, p. 51).

Assim, é importante que os gestores de bibliotecas especializadas de autarquias corporativas atentem para os benefícios que a adoção do *marketing* da informação pode proporcionar ao desempenho do profissional e da classe profissional atendida por essas bibliotecas especializadas ao possibilitar a identificação das necessidades de informação de seus usuários, o estabelecimento de relações de troca e interações produtivas com os principais envolvidos no processo, que são os usuários, os gestores da informação e o próprio órgão.

Baptista (2007, p. 81), reforçando a importância do gestor da informação e sua função sob a ótica mercadológica, chama a atenção para o seu papel dentro da organização, ao afirmar que este deve

identificar qual é a missão da organização, quais são os usuários que a unidade deve atender prioritariamente, qual o seu comportamento de busca de informação, que tipo de informação eles precisam, em que outras unidades eles podem também encontrar essa informação, como os usuários vêem a unidade de informação e outros tipos de informações necessárias

para a tomada de decisão gerencial sobre os produtos e serviços a serem oferecidos. (BAPTISTA,2007, p. 81).

Nesse sentido, percebe-se também que a adoção da ótica mercadológica poderá proporcionar o conhecimento de caminhos necessários para que os gestores atentem também para a função social da biblioteca, ou seja, “atuar no sentido de provocar mudanças na sociedade” (FERNANDES, 1993, p. 187), pois,

conhecendo os seus “consumidores”, estratificando-os por necessidades e desejos, a biblioteca poderá dirigir-lhes produtos e serviços de modo a torná-los satisfeitos. A satisfação de usuários com o sistema de informações o manterá como “consumidor” desses sistemas e provocará o efeito multiplicador favorável a instituição, facilitando conseqüentemente os trabalhos de acesso aos consumidores potenciais. (FERNANDES, 1993, p. 189).

A adoção do *marketing* da informação proporcionará também, como resultado, o conhecimento sobre os diferentes métodos e estratégias que poderão ser utilizados para analisar as necessidades de informação, o comportamento informativo e a satisfação dos usuários ao fornecer um conjunto de técnicas e instrumentos essenciais para essa identificação.

Para González (2004, p.166), “a compreensão de todo o fenômeno de necessidade de informação deve ser realizada com a utilização de métodos que permitam uma análise deste fenômeno” e que o modelo NEIN (Necessidade de Informação) tenta explicar o fenômeno assim como provocar novas investigações a respeito das necessidades de informação. Portanto,

a compreensão das três fases que consiste o fenômeno das necessidades de informação, os fatores e os elementos envolvidos e os métodos — com suas técnicas e instrumentos — que permitem a análise quanto ao tipo de necessidade, tipos e padrões de comportamento informativo e a satisfação, permitirá que as unidades de informação, sejam bibliotecas, centros de documentação ou outros, consigam atender as necessidades de informação que apresentadas por diferentes tipos de comunidades. (GONZÁLEZ, 2004, p. 169).

Dessa forma, é preciso que as pesquisas no âmbito da Ciência da Informação, as organizações e os profissionais da informação voltem o seu olhar para o estudo desse fenômeno de necessidade, do comportamento e do uso da informação pelos diferentes grupos de usuários que frequentam as bibliotecas especializadas das autarquias corporativas, para que esses usuários possam ser mais bem atendidos no

desempenho de suas atividades profissionais enquanto servidores ou profissionais vinculados ao conselho de sua área de atuação.

Tendo em vista que o Conselho Federal de Contabilidade possui características e competências semelhantes às autarquias corporativas aqui contextualizadas, a problemática que envolve as necessidades e o uso da informação para o desempenho profissional dos usuários da Biblioteca do CFC deve ser identificada e analisada.

Por outro lado, entende-se que, a filosofia do *marketing* da informação parece estar relacionada ao uso do modelo proposto por González para identificar as necessidades de informação dos servidores para o seu desempenho profissional e se os produtos e serviços oferecidos pela biblioteca atendem ou satisfazem às necessidades de informação desses usuários.

Ao se estudarem as necessidades de informação dos usuários da biblioteca especializada de uma autarquia corporativa, foram analisados estudos anteriores sobre esta temática. Porém, nesses estudos, observou-se que os pesquisadores e os estudiosos davam ênfase ao usuário ou à sua necessidade de informação, mas, não, aos produtos e serviços que a biblioteca oferecia. Portanto, eram realizados estudos de usuários voltados apenas para a visão do próprio usuário. Nesse sentido, o diferencial desta pesquisa foi que, ao usar o modelo proposto por González (2004), percebeu-se o interesse em se saber se a oferta dos produtos e serviços da Biblioteca satisfazia à demanda de seus usuários (clientes), pois, para Amaral (2011),

a ênfase nos princípios do *marketing* da informação pressupõe: (a) comprometimento com a filosofia de *marketing* adotada pelos gestores da unidade de informação; (b) suporte administrativo da alta direção da organização mantenedora da unidade de informação; (c) desenvolvimento das atividades da unidade de informação com foco no cliente; (d) preocupação com o atendimento ao público-alvo, receptividade às críticas, reclamações e sugestões; (e) divulgação dos benefícios advindos da adoção das técnicas de *marketing*; e acima de tudo (f) destaque para o relacionamento entre a unidade de informação e seus públicos. (AMARAL, 2011, p. 96).

Ou seja, o principal princípio de *marketing* é saber qual a necessidade a ser atendida e oferecer o que possa satisfazer ao usuário dessas unidades de informação (UIs)

Além disso, procurou-se contribuir com os estudos de Santos (1999), cujo objetivo foi “obter uma visão global das necessidades informacionais dos contadores

do Distrito Federal” e “identificar as necessidades informacionais dos contadores do Distrito Federal, permitindo conhecer as características e interesses da classe contábil.” (SANTOS, 1999, p. 3).

Portanto, o problema de pesquisa resume-se no seguinte questionamento:

Como é realizada a oferta de produtos e serviços da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade, visando à satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais dos servidores do CFC cadastrados como seus usuários?

1.2 Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a oferta de produtos e serviços da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade em relação à satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.

Os objetivos específicos são:

- a) Descrever os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca.
- b) Caracterizar o perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.
- c) Identificar as necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca.
- d) Verificar até que ponto a oferta de produtos e serviços da Biblioteca satisfaz às necessidades de informação para o desempenho profissional pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Para discutir estudos de usuários de bibliotecas, faz-se necessário, primeiramente, fundamentar o seu principal produto: a informação. Também é preciso salientar a importância da identificação das necessidades, dos produtos e dos serviços oferecidos pela biblioteca e o uso da informação pelos usuários, tendo em vista o desempenho profissional desses usuários do Setor de Biblioteca (SEBIB) do CFC, ao suprir uma necessidade de informação. Por último, porém não menos importante, a relação do usuário como “cliente” da Biblioteca. Para tanto, optou-se pela divisão dessa revisão de literatura em quatro partes: a primeira trata do conceito de informação no ambiente organizacional; a segunda aborda a informação contábil para o desempenho profissional do contabilista; a terceira parte retrata a importância dos estudos de usuários e de suas necessidades de informação; e a quarta e última aborda a temática de *marketing* da informação em bibliotecas.

2.1 A informação no ambiente organizacional

Antes de adentrar na discussão sobre a informação no ambiente organizacional, é necessário abordar os aspectos contemporâneos sobre informação e salientar alguns pontos discutidos por Le Coadic (2004) e Capurro e Hjørland (2007).

Le Coadic (2004, p. 3) chama atenção para a característica interdisciplinar do termo “informação”, ao afirmar que esse caráter interdisciplinar “apresentou por muito tempo um caráter nebuloso, embora conservasse um valor heurístico considerável.”

Para Capurro e Hjørland (2007, p. 157-159), o termo informação tem raízes latinas e gregas que devem ser consideradas nos dois contextos básicos da informação referentes ao ato de moldar a mente e ao ato de comunicar conhecimento. Na Idade Média, os termos foram “comumente utilizados nos sentidos epistemológicos, ontológicos e pedagógicos”, ou seja, de “moldar a matéria” e “refeito sob as premissas empíricas e epistemológicas”. Entre as inúmeras propostas de definição do termo informação, os autores chamam atenção para o fato de que na atualidade “quase toda disciplina científica usa o conceito de informação dentro de seu próprio contexto e com relação a fenômenos específicos” (CAPURRO E HJØRLAND, 2007, p. 160).

Diferentes autores procuraram definir “informação”, e o que se percebe nessas propostas de definição é uma forte influência desde a área de formação dos autores, pesquisadores e estudiosos ao ambiente ou área de estudo no qual a informação está inserida. Em sua obra, Cunha e Cavalcanti (2008) reuniram, aproximadamente, 150 tipos e conceitos diferentes de informação, evidenciando as afirmações de Buckland (1991), de Le Coadic (2004) e de Capurro e Hjørland (2007), referentes aos aspectos de ambiguidade, interdisciplinaridade e interfaces conceituais do conceito de informação com outros termos e conceitos.

Buckland (1991) sugere que, diante da dificuldade e ambiguidade do termo “informação”, que este conceito seja estudado a partir de três enfoques ou grupos distintos para os significados de “informação”. Dessa forma, o autor propõe que a informação seja distinguida ou agrupada como: (a) informação como processo, (b) informação como conhecimento e (c) informação como coisa.

Para Buckland (1991), “informação como processo” está relacionada a quando alguém é informado e o que é alterado. Nesse sentido, “informação” é o ato de informar (tradução nossa). A “informação como conhecimento” corresponde ao conhecimento que é percebido na “informação-como-processo”. Por último, com relação à “informação como coisa”, o autor sugere o uso do termo “informação” também para objetos, como os dados e documentos, porque eles também são considerados como informativos.

No atual estágio de desenvolvimento da sociedade, o conhecimento, a informação e a gestão dos processos tornaram-se fatores estratégicos para o desenvolvimento e sobrevivência das organizações, dos países e da sociedade de modo geral. É inegável também o papel da informação para o desenvolvimento científico e tecnológico e para os processos de inovação e renovação demandados constantemente pela sociedade da informação.

Para Dias e Belluzzo (2003, p. 42), “numa economia da informação, a concorrência entre as organizações baseia-se em sua capacidade de adquirir, tratar e interpretar a informação de forma eficaz.”

Nesse contexto, os desafios nas organizações estão voltados para a identificação, planejamento e gestão da informação, tanto pelos gestores dessas organizações como pelos profissionais da informação vinculados às bibliotecas.

Mas o que são, afinal, esses recursos preciosos e estratégicos responsáveis pelo desenvolvimento social, econômico, científico, tecnológico e competitivo de

organizações, países e sociedade? De fato, o conceito de informação não está completamente consolidado e unificado pelos especialistas e estudiosos da Ciência da Informação, mesmo porque a informação não é um conceito exclusivo de uma determinada área de estudo.

Assim, existem inúmeras e diferentes propostas de definição para esse termo, com abordagens diferentes e, ao mesmo tempo, também visões similares, em grande parte influenciadas pela própria formação do pesquisador, do ambiente, da área, da ciência ou do contexto estudado. Igualmente, em muitos casos, percebe-se como tênue, mal delimitada e, até mesmo, confusa a proposta e a fronteira conceituais dos termos, como, por exemplo, dados, conhecimento, documento e informação.

Essa revisão de literatura se propõe a fundamentar e discutir, sob a ótica da Ciência da Informação, uma análise das diferentes correntes e propostas de definição dessa polissemia conceitual do termo “informação”. Porém, não é objetivo propor uma definição para esse termo, mas tão somente refletir e discutir o posicionamento de diferentes autores a respeito dessa controversa, problemática e polêmica temática, que é a informação.

A partir dessa proposta de reflexão, serão abordados os aspectos relacionados à informação organizacional ao tratar a informação no espaço profissional das organizações, no âmbito da Ciência da Informação.

Em todas as áreas de conhecimento e também nas organizações, um dos maiores desafios no cenário atual é a globalização, que diluiu as fronteiras geográficas entre indivíduos e organizações, proporcionou as constantes e rápidas mudanças nos cenários sociais, políticos e econômicos e o uso cada vez mais presente das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) no cotidiano dos indivíduos e das organizações.

Os resultados dessa globalização influenciaram no modo como esses indivíduos e organizações gerenciam os seus processos e atividades, principalmente, a informação, para sobreviverem, se desenvolverem, se manterem competitivas e se adaptarem às rápidas, revolucionárias e constantes mudanças provocadas pela era da informação. Com isso, “a informação precisa, no momento oportuno, atuar como fator crítico para o sucesso e a sobrevivência das empresas nesta era de globalização econômica.” (JANUZZI; MONTALLI, 1999).

Sobre os efeitos da globalização e a importância da informação no atual cenário, Dias e Belluzzo (2003) afirmam que:

Em uma economia globalizada, as organizações necessitam contar com inúmeras e diversificadas informações de seus ambientes, interno e externo, valendo-se de mecanismos e meios adequados para obter informações, que subsidiem sua busca por novas idéias e seus processos decisórios, junto a fornecedores, clientes, distribuidores, órgãos governamentais e concorrentes. (DIAS; BELLUZZO, 2003, p. 26).

Kaplan e Norton (1997, p. 3) afirmam que “tanto para as organizações do setor de produção quanto para as do setor de serviços, exigem novas capacidades para assegurar o sucesso competitivo”. Nesse contexto de competitividade e informação, Marchiori (2002, p. 73) diz que “valorizada como recurso, a informação define a competitividade de pessoas, grupos, produtos, serviços e atividades”.

Para Choo (2006, p. 27-32), a informação é um “componente intrínseco de quase tudo o que uma organização faz” e “a principal atividade da informação é resolver a ambiguidade das informações sobre o ambiente.” Segundo ele, “as organizações processam e usam a informação nas três arenas: criação de significado, construção do conhecimento e tomada de decisão.” (CHOO, 2006, p. 531).

Salienta-se a necessidade de que as bibliotecas, entendidas também como empresas prestadoras de serviços de informação, atentem para a importância dos novos desafios impostos à sociedade e às organizações no atual cenário da era da informação.

Portanto, é preciso que a informação seja vista também como recurso estratégico e de negócios para o desempenho dos profissionais nas organizações.

Além dos tradicionais conceitos de “informação” amplamente discutidos no âmbito da Ciência da Informação, bibliotecas, seus gestores e profissionais da informação também precisam acompanhar as rápidas mudanças que ocorrem na sociedade na era da informação.

Propõe-se, então, a discussão do conceito de “informação” como recurso estratégico e de negócios no âmbito das organizações, para que as bibliotecas especializadas possam melhor atender aos seus usuários. Porém, antes da discussão do conceito de informação estratégica e informação de negócios, é preciso, primeiramente, a compreensão do conceito de estratégia.

Luzio (2010) propõe que estratégia é

um conjunto de Escolhas (e não escolhas) claramente definidas e implementadas que geram Singularidade no mercado, e estabelecem as

principais Rupturas que a organização deverá realizar para promover um crescimento sustentável e conquistar a sua Visão, de forma consistente com a Missão e os Valores. (LUZIO, 2010, p. 44).

Portanto, informação estratégica é a que “[...] permite que a organização faça planos de desenvolvimento.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 203). Montalli (1996 apud MONTALLI; CAMPELLO, 1997) propõe como informação para negócios “aquela que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado.”

No presente tópico, foram discutidos, entre as várias definições de informação, os aspectos relacionados à informação no contexto e o universo das organizações no âmbito da Ciência da Informação.

Desse modo, buscou-se salientar a importância da informação como fator estratégico e fundamental no ambiente organizacional, pois, para se manterem competitivas e inovadoras, as organizações devem se preocupar com as especificidades e as rápidas mudanças impostas pelo mercado e pela sociedade no atual cenário da era da informação, que exige cada vez mais que as organizações conquistem e mantenham seus clientes/usuários com políticas claras e planejadas, produtos, serviços e informações de qualidade demandados por indivíduos cada vez mais exigentes e conscientes do seu papel no seu ambiente, grupo ou sociedade em que esteja inserido.

Para Amaral (2011), nesse novo cenário, “é preciso considerar que as pessoas têm necessidades cognitivas, afetivas e psicológicas diferentes e atuam nos mais diversos ambientes sob influências sociológicas, culturais, políticas e econômicas, portanto, necessitam de informações dos mais variados tipos.”

Na era da informação — esse novo ambiente de inovação e de competitividade no âmbito das organizações e das necessidades específicas de cada indivíduo —, o ambiente de trabalho torna-se mais complexo, requerendo dos profissionais o desenvolvimento de habilidades para o planejamento e execução de atividades e o emprego de esforços necessários para a obtenção de desempenhos e resultados positivos e lucrativos as organizações.

Por outro lado, Kaplan e Norton (1997) sugerem que o sucesso das empresas bem-sucedidas na era da informação decorre de investimento e gerenciamento em seus ativos intelectuais, quando afirmam que

a especialização funcional tem que ser integrada a processos de negócios baseados no cliente. A produção em massa e os serviços e produtos padronizados devem ser substituídos pela oferta de produtos e serviços inovadores, com flexibilidade, eficácia e alta qualidade, que possam ser individualizados de acordo com segmentos de clientes-alvo. A inovação e a melhoria de produtos, serviços e processos nascerão da reciclagem dos funcionários, pelo uso de tecnologias de informações e de procedimentos organizacionais estrategicamente alinhados. (KAPLAN; NORTON, 1997, p. 19).

Na perspectiva de Kaplan e Norton (1997), percebe-se que desempenho operacional, desempenho organizacional e desempenho profissional estão intimamente ligados e relacionados entre si, pois os programas de desempenho e as rotinas no âmbito das organizações devem refletir os objetivos, as metas e as estratégias organizacionais a partir da execução de atividades, rotinas e processos pelos profissionais envolvidos.

Entretanto, “para que os funcionários se desempenhem com eficácia no ambiente competitivo de hoje, precisam de excelentes informações – sobre os clientes, os processos internos e as consequências financeiras de suas decisões.” (KAPLAN; NORTON, 1997, p. 141).

Discutida a “informação” no ambiente organizacional, no tópico seguinte, será abordada a informação contábil para o desempenho profissional do contabilista.

2.2 Informação contábil para o desempenho profissional do contabilista

Na discussão sobre a informação contábil para o desempenho profissional do contabilista, optou-se por uma contextualização e discussão de conceitos como informação contábil, gestão de competências e gestão de desempenho.

Espera-se que, a partir da discussão desses conceitos, a fundamentação teórica essencial para a compreensão e análise da oferta de produtos e serviços da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade em relação à satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC.

Tal proposta justifica-se em razão de que “a informação é um recurso imprescindível para a efetividade do progresso nas atividades econômicas e industriais” (SOUTO, p. 70). Sendo assim, conclui-se ser essencial a informação, em

especial, a informação contábil para a tomada de decisões e avaliações por parte dos usuários, aqui entendidos como “pessoas físicas ou jurídicas com interesse na entidade, que utilizam as informações contábeis desta para seus próprios fins, de forma permanente ou transitória” (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 1995) como também

os integrantes do mercado de capitais, investidores, presentes ou potenciais, fornecedores e demais credores, clientes, financiadores de qualquer natureza, autoridades governamentais de diversos níveis, meios de comunicação, entidades que agem em nome de outros, como associações e sindicatos, empregados, controladores, acionistas ou sócios, administradores da própria Entidade. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 1995).

Mas, o que é informação contábil? Como ela se expressa? Como ela é utilizada?

A informação contábil se expressa por diferentes meios, como demonstrações contábeis, escrituração ou registros permanentes e sistemáticos, documentos, livros, planilhas, listagens, notas explicativas, mapas, pareceres, laudos, diagnósticos, prognósticos, descrições críticas ou quaisquer outros utilizados no exercício profissional ou previstos em legislação. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 1995).

Ressalta-se que as demonstrações contábeis expressadas na definição anterior são entendidas como

parte integrante das informações financeiras divulgadas por uma entidade. O conjunto completo de demonstrações contábeis inclui, normalmente, o balanço patrimonial, a demonstração do resultado, a demonstração das mutações na posição financeira (demonstração dos fluxos de caixa, de origens e aplicações de recursos ou alternativa reconhecida e aceitável), a demonstração das mutações do patrimônio líquido, notas explicativas e outras demonstrações e material explicativo que são parte integrante dessas demonstrações contábeis. Podem também incluir quadros e informações suplementares baseados ou originados de demonstrações contábeis que se espera sejam lidos em conjunto com tais demonstrações. Tais quadros e informações suplementares podem conter, por exemplo, informações financeiras sobre segmentos ou divisões industriais ou divisões situadas em diferentes locais e divulgações sobre os efeitos das mudanças de preços. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2008).

Em outra definição mais sistêmica, observa-se a informação contábil como

o produto que se obtém ao término do processo contábil, o qual se inicia com a escrituração dos fatos contábeis, passando pela elaboração dos relatórios contábeis (demonstrações), em seguida se tem a técnica de análise das

demonstrações (análise de balanços) e terminando com a auditoria dessas demonstrações. (SILVA, 2010, p. 42).

A Resolução CFC n.º 1.121, de 28 de março de 2008, identifica alguns grupos de usuários das demonstrações contábeis (investidores atuais e potenciais, empregados, credores por empréstimos, fornecedores, credores comerciais, clientes, governos e suas agências, etc.) como também exemplifica as necessidades de informação desses grupos. A Resolução CFC n.º 1.121 define:

(a) *Investidores*. Os provedores de capital de risco e seus analistas que se preocupam com o risco inerente ao investimento e o retorno que ele produz. Eles necessitam de informações para ajudá-los a decidir se devem comprar, manter ou vender investimentos. Os acionistas também estão interessados em informações que os habilitem a avaliar se a entidade tem capacidade de pagar dividendos.

(b) *Empregados*. Os empregados e seus representantes estão interessados em informações sobre a estabilidade e a lucratividade de seus empregadores. Também se interessam por informações que lhes permitam avaliar a capacidade que tem a entidade de prover sua remuneração, seus benefícios de aposentadoria e suas oportunidades de emprego.

(c) *Credores por empréstimos*. Estes estão interessados em informações que lhes permitam determinar a capacidade da entidade em pagar seus empréstimos e os correspondentes juros no vencimento.

(d) *Fornecedores e outros credores comerciais*. Os fornecedores e outros credores estão interessados em informações que lhes permitam avaliar se as importâncias que lhes são devidas serão pagas nos respectivos vencimentos. Os credores comerciais provavelmente estão interessados em uma entidade por um período menor do que os credores por empréstimos, a não ser que dependam da continuidade da entidade como um cliente importante.

(e) *Clientes*. Os clientes têm interesse em informações sobre a continuidade operacional da entidade, especialmente quando têm um relacionamento a longo prazo com ela, ou dela dependem como fornecedor importante.

(f) *Governo e suas agências*. Os governos e suas agências estão interessados na destinação de recursos e, portanto, nas atividades das entidades. Necessitam também de informações a fim de regulamentar as atividades das entidades, estabelecer políticas fiscais e servir de base para determinar a renda nacional e estatísticas semelhantes.

(g) *Público*. As entidades afetam o público de diversas maneiras. Elas podem, por exemplo, fazer contribuição substancial à economia local de vários modos, inclusive empregando pessoas e utilizando fornecedores locais. As demonstrações contábeis podem ajudar o público fornecendo informações sobre a evolução do desempenho da entidade e os desenvolvimentos recentes. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2008).

Em 8 de dezembro de 2011, o Conselho Federal de Contabilidade publicou a Resolução CFC n.º 1.374, que trouxe significativas mudanças à NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro, ato que revogou a Resolução CFC n.º 1.121/2008.

As modificações introduzidas pela nova Resolução, por meio dos Capítulos 1 e 3, foram elaboradas conjuntamente pelo *International Accounting Standards Board* (IASB) e pelo *US Financial Accounting Standards Board* (FASB)” e, justificam-se, entre outros motivos, em razão:

- da edição do Pronunciamento Conceitual Básico (R1) pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) que tem por base *The Conceptual Framework for Financial Reporting* (IASB – BV 2011 Blue Book);
- posicionamento mais claro de que as informações contidas nos relatórios contábil-financeiros se destinam primariamente aos seguintes usuários externos: investidores, financiadores e outros credores, sem hierarquia de prioridade;
- divisão das características qualitativas da informação contábil-financeira em: características qualitativas fundamentais (*fundamental qualitative characteristics* – relevância e representação fidedigna), as mais críticas; e características qualitativas de melhoria (*enhancing qualitative characteristics* – comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade), menos críticas, mas ainda assim altamente desejáveis. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

Segundo a mesma Resolução, as características qualitativas da informação contábil-financeira útil

identificam os tipos de informação que muito provavelmente são reputadas como as mais úteis para investidores, credores por empréstimos e outros credores, existentes e em potencial, para tomada de decisões acerca da entidade que reporta com base na informação contida nos seus relatórios contábil-financeiros (informação contábil-financeira). (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

Os relatórios contábil-financeiros, por sua vez,

forneem informação sobre os recursos econômicos da entidade que reporta a informação, sobre reivindicações contra a entidade que reporta a informação e os efeitos de transações e outros eventos e condições que modificam esses recursos e reivindicações. (Essa informação é referenciada na Estrutura Conceitual como sendo uma informação sobre o fenômeno econômico). Alguns relatórios contábil-financeiros também incluem material explicativo sobre as expectativas da administração e sobre as estratégias para a entidade que reporta a informação, bem como outros tipos de informação sobre o futuro (*forward-looking information*) (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

As características qualitativas da informação contábil-financeira trazidas no texto da Resolução CFC n.º 1.374/11 foram divididas em dois grupos distintos: Fundamentais e De Melhoria, que são complementares. As características qualitativas fundamentais, por sua vez, são subdivididas em características de relevância e de

representação fidedigna. Em comparação à Resolução anterior, duas características foram excluídas: a de *primazia da essência sobre a forma* (por ser considerada como redundância) e a de *prudência* (por ser inconsistente com a neutralidade).

Quadro 2 – Alterações da Resolução CFC n.º 1.374/11

Resolução CFC n.º 1.121/08	Observação	Resolução CFC n.º 1.374/11
Não há separação em grupos de características		Características qualitativas fundamentais
Compreensibilidade		
Relevância		Relevância
Materialidade		Materialidade
Confiabilidade	Substituído por	Representação fidedigna
Representação adequada	Substituído por	Completa
Primazia da essência sobre a forma		RETIRADO
Neutralidade	Substituído por	Neutra
Prudência		RETIRADO
Integridade	Substituído por	Livre de erro
Não há separação em grupos de características		Características qualitativas de melhoria
Comparabilidade		Comparabilidade
Limitações na relevância e na confiabilidade das informações		Verificabilidade
Tempestividade		Tempestividade
Equilíbrio entre custo e benefício		Compreensibilidade
Equilíbrio entre características qualitativas		
Visão verdadeira e apropriada		

Fonte: Elaborado pelo autor

A característica qualitativa fundamental de **relevância**, segundo a norma, refere-se à informação “ [...] capaz de fazer diferença nas decisões que possam ser tomadas pelos usuários”. Já a **materialidade** reside no fato de que a “informação é material se a sua omissão ou sua divulgação distorcida (*misstating*) puder influenciar decisões que os usuários tomam com base na informação contábil-financeira acerca de entidade específica que reporta a informação.” (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

A última característica qualitativa fundamental da informação refere-se à “representação fidedigna” e fundamenta-se que

para ser útil, a informação contábil-financeira não tem só que representar um fenômeno relevante, mas tem também que representar com fidedignidade o

fenômeno que se propõe representar. Para ser representação perfeitamente fidedigna, a realidade retratada precisa ter três atributos. Ela tem que ser completa, neutra e livre de erro. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

O atributo da representação fidedigna de informação completa propõe que “o retrato da realidade econômica completo deve incluir toda a informação necessária para que o usuário compreenda o fenômeno que está sendo retratado, incluindo todas as descrições e explicações necessárias.” (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011). Os atributos de neutralidade e de livre de erro remetem que a característica qualitativa fundamental de representação fidedigna e que devem apresentar

um retrato neutro da realidade econômica desprovido de viés na seleção ou na apresentação da informação contábil-financeira. Um retrato neutro não deve ser distorcido com contornos que possa receber dando a ele maior ou menor peso, ênfase maior ou menor, ou qualquer outro tipo de manipulação que aumente a probabilidade de a informação contábil-financeira ser recebida pelos seus usuários de modo favorável ou desfavorável. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011).

A representação fidedigna da informação também deve apresentar um retrato da realidade econômica livre de erros ou de omissões no fenômeno retratado.

As características qualitativas de melhoria “[...] são características qualitativas que melhoram a utilidade da informação que é relevante e que é representada com fidedignidade.” (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2011). Segundo a Resolução CFC n.º 1.374, de 8 de dezembro de 2011, essas características são identificadas e definidas como:

1. **Comparabilidade** - característica qualitativa que permite que os usuários identifiquem e compreendam similaridades dos itens e diferenças entre eles.
2. **Verificabilidade** - característica qualitativa que ajuda a assegurar aos usuários que a informação representa fidedignamente o fenômeno econômico que se propõe representar.
3. **Tempestividade** - característica qualitativa que significa ter informação disponível para tomadores de decisão a tempo de poder influenciá-los em suas decisões.

4. Compreensibilidade - característica qualitativa que significa classificar, caracterizar e apresentar a informação com clareza e concisão, a fim de torná-la compreensível.

Pitela (2000), em sua análise sobre o desempenho profissional do contador sob a ótica de seu cliente, o empresário, e ressalta a influência da deficiência das universidades, dos cursos, dos currículos, do corpo docente e do corpo discente no desenvolvimento da profissão contábil e no desempenho de seus profissionais contabilistas. Ao analisar o histórico da Contabilidade, sugere que a

observação do comportamento histórico da contabilidade demonstra a constante participação desta nas relações sociais. Desde a antiguidade são utilizados registros e controles contábeis para orientar os negócios e avaliar o desenvolvimento das entidades. Na medida em que a sociedade evoluiu, as transações empresariais ganharam em complexidade e competividades, surgindo assim, as grandes empresas, os grandes grupos empresariais, etc. Essa nova realidade trouxe, para o profissional da Contabilidade, maiores exigências quanto ao tipo de serviços que ele deveria prestar. (PITELA, 2000, p. 57).

Nesse contexto, observa-se que, na atual sociedade inserida na era da informação, as mudanças provocadas e relacionadas à atuação dos profissionais são inerentes e comumente encontradas em quaisquer atividades e áreas do conhecimento humano relacionadas aos serviços de informação ou ao uso da informação no cotidiano dos profissionais que lidam com a produção, utilização e disseminação da informação.

Os contextos sociais e tecnológicos desta nova era digital provocaram, como é facilmente compreensível, mudanças ao nível dos serviços de informação e dos comportamentos dos produtores/utilizadores de informação, pois as TIC constituem, nos dias de hoje, ferramentas indissociáveis da forma como se produz, organiza, se apresenta, se dissemina e se acede à informação. (MALHEIRO; RIBEIRO, 2011, p. 125).

Portanto, espera-se dos profissionais, independentemente da área do conhecimento exercida, o desenvolvimento de capacidades, habilidades e atitudes para lidar com o volume crescente de informações produzidas, utilizadas, armazenadas e disseminadas seja no ambiente organizacional, acadêmico, pessoal ou profissional dos indivíduos.

Drucker (2000) sugere que

os executivos e profissionais especialistas precisam analisar quais as informações relevantes para seu trabalho e quais os dados de que precisam: primeiro, para saber o que estão fazendo; depois, para serem capazes de decidir o que deveriam estar fazendo; e, finalmente, para avaliar a qualidade do seu desempenho. (DRUCKER, 2000, p. 19).

Santiago (2008), em seu estudo sobre a competência da gestão da informação, afirma que essa competência é “extremamente importante para todos os profissionais, independente do cargo ocupado; e é fundamental na gestão da vida, pois influencia nas decisões a tomar.”

Souza et al. (2009, p. 23) assinalam que o desempenho humano

é a ação explícita resultante da influência e da dinâmica de variáveis de natureza distintas, como cultura, clima organizacional, condições de trabalho, possibilidades individuais, competências, atitudes, modo de gerenciamento do processo produtivo, motivação, entre outras.

Dutra (2011, p. 69) afirma que desempenho é “o conjunto de entregas e resultados de determinada pessoa para a empresa ou o negócio”.

Portanto, espera-se que a reflexão sobre o conceito de informação no ambiente organizacional, em particular a informação contábil para o desempenho profissional do contabilista, possa contribuir para o entendimento dos estudos dos usuários da informação e de suas necessidades de informação para o desempenho de suas atividades profissionais.

2.3 Estudos de usuários e de necessidades de informação

Basicamente, os estudos de usuários são investigações que têm por objetivo identificar as necessidades de informação dos indivíduos que frequentam uma biblioteca ou centros de informação, o comportamento deles perante o surgimento dessa necessidade, lacuna ou problema de informação e a avaliação dos produtos e serviços oferecidos por essas unidades informacionais.

Figueiredo (1994, p. 7) afirma que os estudos de usuários são “canais de comunicação que se abrem entre a biblioteca e a comunidade a qual ela serve” e que tais estudos são necessários também para “ajudar a biblioteca na previsão da demanda ou da mudança da demanda de seus produtos e serviços, permitindo que

sejam alocados os recursos necessários na época adequada”. Dessa forma, os estudos de usuários permitem “uma visão ampla dos problemas e tendências dos usuários na consulta das bibliotecas e/ou de suas coleções.”

Em posicionamento semelhante ao de Figueiredo (1994, p. 7, 13, 21), Teruel afirma que:

Os estudos de usuários de informação constituem um conjunto de investigações cujos resultados permitem planejar e melhorar os sistemas de informação. Em geral, a observação sistemática do usuário oferece uma ferramenta de grande valor para tomar decisões tanto do ponto de vista da gestão das unidades de informação como da perspectiva do bibliotecário ou documentalista que no dia-a-dia atende suas solicitações. (TERUEL, 2005, p. 23).

Porém, Weingand (2007, p. 36) chama a atenção para outro aspecto importante relacionado ao usuário, que é o cuidado que a biblioteca deve ter para não considerar somente o usuário da biblioteca como cliente, pois, para a autora, ao se fazer isso, a “equipe de biblioteca está ignorando a maior parte de seu mercado potencial” e, portanto, “restringe severamente a equipe na tarefa de desenvolver uma política de serviço aos clientes mais abrangentes”.

Historicamente, segundo Figueiredo (1994, p. 21-27), “os primeiros estudos de usuários de bibliotecas públicas foram realizados na década de 1930 por bibliotecários associados aos docentes da Escola de Biblioteconomia da Universidade de Chicago”, porém, “a maioria dos estudos nesse campo foi realizada a partir da segunda metade da década de 1940”, com o surgimento de uma nova linha de pesquisa que “focalizou a maneira como os cientistas e técnicos procedem para obter a informação, ou como usam a literatura nas suas respectivas áreas.” Para Teruel (2005, p. 41), houve “maior preocupação em entender como as pessoas usavam as informações de uma perspectiva mais ampla.”

Nos estudos de Teruel (2005, p. 45-60), notam-se diferentes transformações e focos nos estudos de usuários e nos estudos sobre necessidades de informação desde a década de 1960 aos dias atuais. A autora evidencia características voltadas para os primeiros estudos que tinham por objetivo investigar os usuários das ciências sociais (década de 1960), as críticas sobre a falta de aplicação dos resultados e as deficiências metodológicas desses estudos (década de 1970), o estabelecimento de marco conceitual e princípios metodológicos (década de 1980) e posteriormente sua aplicação (década de 1990 aos dias atuais).

Figueiredo (1994) sintetizou essas características e transformações pelos quais as investigações de estudos de usuários passaram ao afirmar que:

Inicialmente, os estudos de usuários dirigiam-se para o uso das bibliotecas: quem, o que, quando, onde. Apenas um pequeno grupo de estudos tentou saber como as bibliotecas são utilizadas, uns poucos procuraram penetrar no por que os usuários as utilizam e quais os efeitos do uso da biblioteca na vida, estudo, trabalho etc. dos usuários. (FIGUEIREDO, 1994, p. 28).

Estudos sobre necessidades de informação são apenas um dos muitos tópicos relacionados aos estudos de usuários e, segundo Figueiredo (1994, p. 34), “este é um dos tópicos mais complexos nesta área de estudos de usuários, havendo dezenas de estudos e considerações específicas sobre o tema na literatura.” Tal posicionamento a respeito dessa complexidade é compartilhado por Wilson (1981, p. 1), quando propõe que “parte da dificuldade com ‘necessidades de informação’ encontra-se com o problemático conceito de ‘informação’.”

Teruel (2005, p. 61) afirma que “um dos aspectos que tem sido mais discutido é a definição, delimitação e a inter-relação dos conceitos implicados nos estudos de necessidades e usos da informação” e, ainda, que “o fato de que conceitos como necessidade, desejo, demanda e uso não terem sido adequadamente definidos e delimitados têm sido a causa de que muitos estudos obtiveram resultados dificilmente aplicáveis a melhorias de sistemas de informação.”

Para Teruel (2005, p. 73-75), o desejo de informação “tem um componente mais subjetivo que o de necessidade de informação, e que leva em consideração a percepção do próprio usuário a respeito de suas carências informativas”; e demanda é “a utilização de uma fonte de informação ou de uma biblioteca ou centro de documentação.” Assim, o uso “seria o resultado de uma demanda a algum sistema formal.”

Para Choo (2006, p. 83), “o estudo das necessidades e dos usos da informação é necessariamente transdisciplinar, ligando áreas como a Psicologia Cognitiva, estudos de Comunicação, difusão de inovações, Economia, armazenamento de informações, teoria organizacional e Antropologia Social.” Na opinião do autor, o modelo de uso da informação “deve englobar a totalidade da experiência humana: os pensamentos, sentimentos, ações e o ambiente onde eles se manifestam.”

O modelo proposto por Choo (2006, p. 83-84) de busca e uso da informação é desenvolvido em três etapas principais, que se referem ao “ambiente onde a informação é buscada”; aos “três grupos de comportamentos em relação à informação: clarificação das necessidades de informação, busca da informação e uso da informação”; às “interações entre os ambientes de processamento e uso da informação e cada um dos comportamentos em relação à informação.”

Já o modelo de *sense-making* “considera a informação como algo objetivo e externo, senão como algo construído pelo usuário, é decisão, a informação não existe sem que o indivíduo a tenha antes interpretado e assimilado como uma resposta a uma situação vital.” (TERUEL, 2005, p. 103).

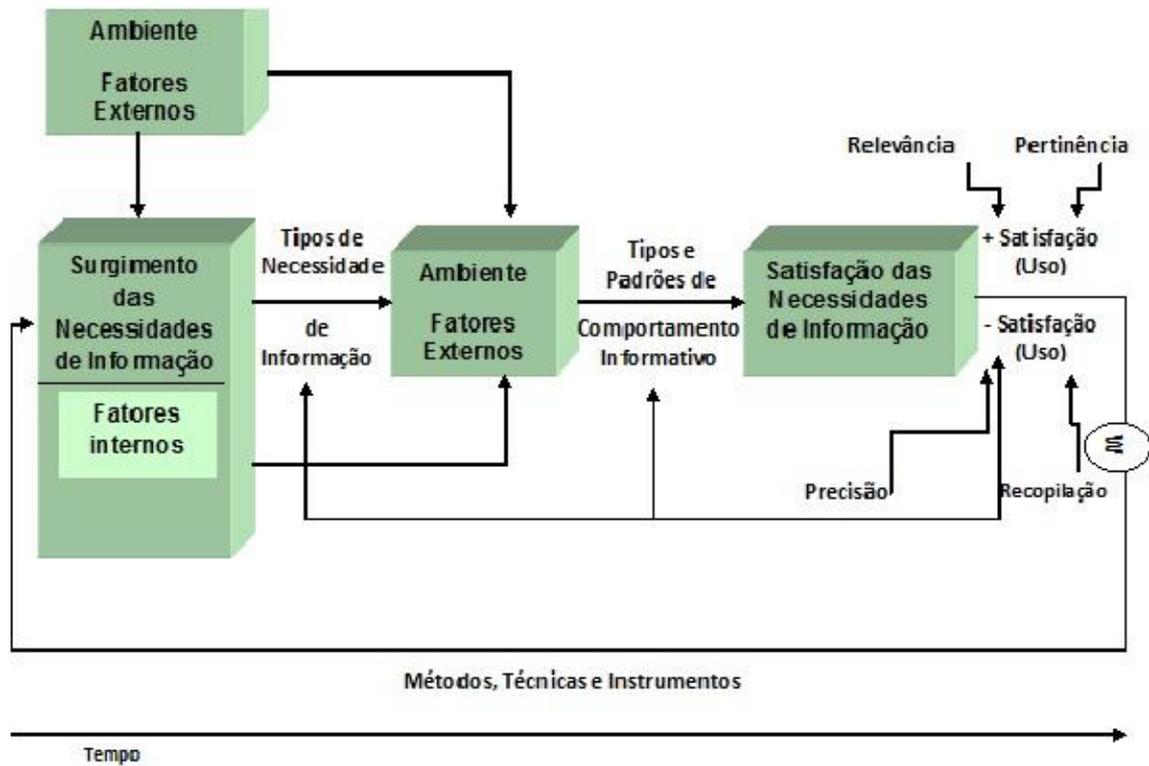
Existem diferentes modelos para estudos de necessidade e uso da informação. Alguns são mais focados no processo de busca da informação (KRIKELAS, 1983; KUHLTHAU, 1991; CHOO, 2000), outros no comportamento de busca de informação.

González (2004, p. 176) afirma que “a maioria das investigações abordam uma parte do fenômeno das necessidades de informação” e que o “cenário ideal seria o que houvesse mais investigações básicas a respeito das necessidades de informação e não somente trabalhos empíricos focados no comportamento informativo.” Para o autor, “é importante estudar quais são as necessidades de informação, qual a sua natureza, como se manifestam, como se detectam e se manifestam, assim como avaliar a detecção e satisfação dessas necessidades.” (2004, p. 3).

Em vista disso, González (2004, p. 154) propõe o modelo NEIN, cujo objetivo é “poder explicar o fenômeno [...] assim como entender sua constituição, seu surgimento, sua manifestação, sua detecção e sua satisfação, com a finalidade de que sua compreensão sirva as diversas unidades de informação.”

O modelo desenvolvido por González (2004), constante na Figura 1, é constituído de três fases fundamentais e distintas: (a) surgimento da necessidade; (b) comportamento informativo; e (c) satisfação das necessidades de informação.

Figura 1 - Modelo NEIN



Fonte: GONZÁLEZ, 2004, p.168

No modelo NEIN, a primeira fase — surgimento da necessidade de informação — é caracterizada por González (2010, p. 24) como “o momento no qual surgem ou se originam no sujeito as necessidades de informação”, como também “é a origem do fenômeno e a base do desenvolvimento do modelo.”

Para Choo (2006, p. 100), “as necessidades de informação não surgem plenamente formadas, mas crescem e evoluem com o tempo.” González (2004, p. 25-29) afirma que “o desenvolvimento do próprio ser humano e seu organismo diretivo, o cérebro, para sobreviver como um organismo vivo e evolutivo, tem necessidade de conservar e transmitir o conhecimento que foi gerado paulatinamente ao longo de sua evolução.” Segundo González, “a insatisfação que tem o ser humano de algo, ou a carência de um conhecimento sobre um objeto ou fenômeno, é o que motiva uma reação para satisfazer a esse algo que falta.” Ele afirma que “as necessidades de informação evoluem com o homem.” (GONZÁLEZ, 2004, p. 44).

As afirmativas de González são ratificadas por Choo (2006), quando afirma sobre as constantes mudanças e as diferentes necessidades de informação que surgem, crescem e evoluem no homem ou sujeito com o passar do tempo.

No caso da Contabilidade, “para que o profissional contábil suporte os desafios que se sucedem, urge o esforço no sentido de evoluir os conhecimentos específicos, globais e emocionais como ferramenta indispensável do ser humano no processo de geração de informação contábil, tanto em termos técnicos quanto comportamentais. Iniciativa, coragem, ética, visão de futuro, habilidade de negociação, flexibilidade, capacidade de inovar e criar e, sobretudo, conhecimento de sua área de atuação são alguns desafios apontados para o profissional contábil atual.” (CORDEIRO; DUARTE, 2006, p. 70).

O ser humano, enquanto ser social em constante evolução, está inserido em uma sociedade ou ambiente rodeado por informações que devem ser registradas, processadas e armazenadas para gerar um novo conhecimento ou informação. Conseqüentemente, observa-se que esse mesmo homem/sujeito, sob a influência de diversos fatores internos e externos, é estimulado a ter uma reação, ou não, a esta influência.

Observa-se que, no atual cenário de globalização e da **era da informação**, as tecnologias de informação e comunicação (TIC) exercem uma forte influência no sujeito em razão da imensa e variada quantidade de informações disponibilizadas e compartilhadas pelos sujeitos nesses ambientes tecnológicos e virtuais.

Percebe-se nas redes sociais, baseadas em TIC, por exemplo, o indivíduo, ser social, rodeado por informações e exposto a influências desse ambiente tecnológico, globalizado e altamente informativo, como também um importante instrumento de relacionamento entre usuários (sujeitos) e UI para divulgação dos serviços oferecidos, conhecimento sobre as preferências e demandas de seus clientes, pois

com o advento das redes sociais, as pessoas conseguiram ser representadas no mundo virtual. Mesmo aqueles que nunca pensaram em seus personas virtuais criaram seus sites, avatares ou ambientes que registram suas informações. São representações do real, porém, são virtuais. (LUZ, 2010, p. 64).

Para Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p. 93), as “redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento

da informação e do conhecimento, mediante as relações entre atores que as integram” e que

Com base em seu dinamismo, as redes, dentro do ambiente organizacional, funcionam como espaços para o compartilhamento de informação e do conhecimento. Espaços que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, em que pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam. (TOMAÉL; ALCARÁ E DI CHIARA, 2005, p. 94).

No modelo proposto por González (2004, p. 55-58), os fatores internos que influenciam o surgimento da necessidade de informação são agrupados em: (1) conhecimentos; (2) experiência; (3) habilidades, hábitos e capacidades; (4) interesses pessoais; (5) motivação de suas atividades pessoais e de trabalho; (6) personalidade; (7) ambições; (8) educação; (9) *status* social e hierárquico; (10) metas e objetivos pessoais. Por fatores externos têm-se: (1) atividade que desenvolve o sujeito em seu trabalho; (2) lugar onde vive o sujeito; (3) ambiente que rodeia o sujeito ou grupo de sujeitos.

Para González (2010, p. 24), a “compreensão da origem do fenômeno das necessidades de informação dos usuários permitirá aos bibliotecários responder com os documentos que contenham a informação que satisfaça aos usuários”, além de proporcionar também a esses profissionais a identificação dos diferentes tipos de necessidades de informação dos usuários de suas UIs.

González (2004) realizou uma análise dos trabalhos de diversos autores e suas respectivas propostas a respeito dos diferentes tipos de necessidades de informação. Tal análise culminou em uma identificação e estruturação dos diferentes tipos de necessidades de informação em cinco grupos principais que são:

- por sua função, utilidade e uso;
- por sua forma de manifestação;
- por seu conteúdo;
- por sua posição no tempo;
- por seu caráter coletivo ou específico.

Os tipos de necessidades de informação agrupadas no grupo “função, utilidade e uso” têm por característica que o sujeito “usará a informação com uma

finalidade útil para poder cumprir a função dentro do âmbito no qual se desenvolve ou habita” (GONZÁLEZ, 2004, p. 77-84), ou seja, uma estreita relação do sujeito e suas atividades com a informação requerida para o atendimento ou sua realização. Já no grupo referente à forma de manifestação, estão evidenciadas as formas pelas quais os usuários buscam a informação, ou seja, as “formas pelas quais o sujeito apresenta e manifesta suas necessidades de informação.” Assim, os sujeitos ou usuários quanto à forma de manifestação poderão apresentar necessidades expressadas, não expressadas, fortes e persistentes e/ou fracas.

Em continuidade ao estudo a respeito dos tipos de necessidades agrupadas em razão do conteúdo, González (2004, p. 87) entende que tais necessidades são em virtude da “insuficiência de conhecimento, no sujeito, que busca a satisfação desta com a informação que atenda, especificamente, ao tipo de conhecimento que tem falta.” Observa-se, dessa forma, uma lacuna ou aspecto de ordem cognitiva que induz o usuário à busca e ao atendimento dessa necessidade de informação. Este ponto é abordado também por Choo (2006), quando declara que:

as necessidades de informação são muitas vezes entendidas como as necessidades cognitivas de uma pessoa: falhas ou deficiências de conhecimento ou compreensão que podem ser expressas em perguntas ou tópicos colocados perante um sistema ou fonte de informação. (CHOO, 2006, p. 99).

Os tipos de necessidades de informação relacionadas à sua posição no tempo têm por características que essas necessidades de informação são presentes (imediatas) e futuras (potenciais), ou seja, o sujeito necessita de uma informação para resolver problemas e/ou lacunas no momento presente (imediato) em que tal necessidade é originada, ou para o atendimento de uma necessidade futura (potencial). González (2004) chama a atenção para que as unidades de informação estejam preparadas também para o atendimento das futuras necessidades de informação de seus usuários, embora esse seja um problema complexo.

Por último, foram agrupados os tipos de necessidades relacionadas ao seu caráter coletivo ou específico, ou seja, para González (2004), as pessoas apresentam uma necessidade de informação individualmente ou em grupo.

A segunda fase do modelo NEIN trata do comportamento informativo. É caracterizada, basicamente, pela manifestação da necessidade de informação por parte do usuário no processo de busca da informação para atendimento de uma

lacuna existente ou insuficiência de informação ou conhecimento, anteriormente identificado, a partir da observação de um determinado fenômeno, objeto ou acontecimento.

González (2004, p. 106-107) alerta: “para que exista uma manifestação de uma necessidade de informação, esta deve ser forte e persistente no sujeito para que este tenha algum comportamento com a finalidade de satisfazer a tal necessidade”. Assim, “o sujeito ao ter uma necessidade de informação manifesta um comportamento informativo que o leva a buscar a satisfação de sua necessidade.”

González (2004, p. 111) assevera ainda que “o comportamento informativo está sob influência ou impacto de fatores internos e externos. Nesse sentido, o indivíduo está influenciado pela inter-relação que existe entre os sistemas fisiológicos, emocionais, cognitivos e sociais.”

Entre os fatores externos que influenciam o comportamento informativo do sujeito, González (2004) elenca o seu local de trabalho, o lugar onde vive, a unidade de informação que comumente o atende e o acesso às fontes e recursos informacionais. Entre os fatores internos, são identificados:

- a) habilidades ou capacidades para usar as ferramentas informativas;
- b) experiência do sujeito na forma de buscar a informação documental e a seleção do local onde deverá buscar a informação;
- c) conhecimento sobre o tema que originou a necessidade de informação e a busca de informação;
- d) idiomas que domina (GONZÁLEZ, 2004, p. 117).

González (2004) propõe, na segunda fase do modelo, dois principais grupos nos quais se divide ou distingue o comportamento informativo denominados “tipos e padrões de comportamento informativo.”

O tipo de comportamento informativo nada mais é do que a forma/meio como o sujeito/usuário (individual ou coletivo) procede para se informar ao manifestar a sua necessidade de informação. González (2004) identifica como tipos de comportamento informativo: a expressão oral, a expressão não verbal, a expressão oral e a não verbal concomitante, a escrita e a expressão oral seguida pela não verbal em momentos diferentes.

Se investigam-se os usuários de um mesmo segmento (demográfico, geográfico, social, cultural, econômico, estilo de vida, etc.), vê-se que cada um dos sujeitos que o compõem refletirá certo comportamento similar ligado a essa área ou

segmento, ou seja, cada indivíduo ou grupo de sujeitos pertencente àquele segmento investigado reflete certo padrão de comportamento inerente ao segmento estudado.

A satisfação das necessidades de informação corresponde à terceira e última fase do modelo NEIN proposto por González (2004), em que é observada, avaliada e medida a satisfação dos usuários com as informações obtidas para o atendimento da necessidade de informação anteriormente identificada.

Mas o que significa satisfação? Para González (2004, p. 136), a satisfação pode ser entendida como “a meta dos indivíduos que têm necessidade”, ou seja, “o restabelecimento do equilíbrio do sujeito com o seu meio, a partir do desaparecimento das carências de conhecimento e informação que teve sobre um fato, objeto ou fenômeno que provocou uma necessidade de informação.”

Em posicionamento mais mercadológico, Kotler (2000, p. 58) propõe que a satisfação “consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador.”

Percebe-se que, embora a percepção de satisfação no sujeito (usuário) possa ser um critério subjetivo por envolver seus sentimentos e expectativas, é possível que esse sentimento seja externalizado e, conseqüentemente, identificado, medido e representado. Em relação aos produtos ou serviços oferecidos por bibliotecas, a identificação e a representação desse sentimento de satisfação dos usuários incidirão em dados positivos (satisfação) ou negativos (insatisfação).

Applegate (1993, p. 527) propõe a existência de quatro elementos para avaliação da satisfação, que são identificados pelo autor como relevância, pertinência, precisão e recopilação.

Para González (2004, p. 146-148), os documentos são pertinentes, “se respondem à necessidade de informação do sujeito que pergunta em uma unidade de informação”; relevantes, se “respondem à questão colocada pelo usuário”; precisos, se “o resultado da busca de informação em um sistema de informação o levar a referências documentais que correspondam a necessidade de informação do usuário”; e compilados/recopilados, se o usuário tiver uma lista de referências de documentos com a informação de que necessita.

Embora esses sejam os elementos presentes no modelo NEIN por ora estudado, Rowley (2001) também chama atenção para as características referentes à objetividade (precisão, confiança e reputação), acessibilidade e forma, relevância,

atualidade e vida útil e estrutura e organização, que devem ser consideradas presentes quando se pensa em informação de qualidade.

Em posicionamento semelhante, Lancaster (1979) discute alguns critérios pelos quais os serviços de informação possam ser avaliados pelos usuários. Para o autor, os critérios são estruturados em três níveis: (1) avaliação da eficácia; (2) custo/eficácia; e (3) custo/benefício. Nesses três níveis, são distribuídos e avaliados, por exemplo, critérios referentes a custo, tempo, qualidade, relevância, etc.

No entanto, Dias e Belluzzo (2003, p. 161) afirmam que o “atendimento da satisfação das expectativas dos clientes/usuários exige a transparência no processo e o compromisso da entrega do serviço/produto com qualidade, reduzindo a distância entre as expectativas do cliente e o serviço/produto recebido.”

Luz (2010, p. 80) observa que os “problemas de acesso às informações são causados não somente por falta dela, antes pelo contrário, mas principalmente por não conectar a informação certa à pessoa certa na hora que precisa.”

Nota-se que a adoção do modelo NEIN é perfeitamente aplicável aos estudos de *marketing* da informação, tendo em vista que as três fases propostas do modelo: surgimento das necessidades, comportamento informativo e satisfação dos usuários são os principais objetivos do *marketing* da informação como possibilidade de melhor compreensão dos usuários, das demandas de informação, análise do comportamento do mercado de informação e da satisfação desse mercado.

Nesse sentido, observa-se que a aplicação do modelo NEIN proporciona a investigação das informações necessárias para um posterior planejamento e plano de *marketing* no ambiente das bibliotecas, que possibilitará melhor alocação de recursos, identificação das variáveis que irão influenciar na administração da biblioteca, otimização dos processos de transferência de informação, o melhor intercâmbio e relacionamento com seu público e, conseqüentemente, a satisfação dos usuários dessa biblioteca.

2.4 Marketing da informação em bibliotecas

Arquivos, museus, bibliotecas e demais unidades de informação são, geralmente, entendidos como organizações prestadoras de serviços de informação.

Lovelock e Wright (2001, p. 5) afirmam que “a maioria das pessoas quase não encontra dificuldade para definir o setor industrial ou agrícola, mas a definição de serviços pode confundi-las.” Para os autores, serviço é “ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra” e, serviços são “atividades econômicas que criam valor e oferecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no – ou em nome do – destinatário do serviço.”

Portanto, constata-se a importância de adoção de ações e metodologias mercadológicas voltadas para o planejamento e direcionamento dessas bibliotecas como unidades prestadoras de serviços, cujo principal produto é a informação. Isso porque a implantação de princípios e da filosofia de *marketing* em unidades de informação possibilita o desenvolvimento de estratégias e ferramentas por parte da organização que contribuiriam, significativamente, para a identificação e satisfação das necessidades de informação dos usuários, melhor aproveitamento de recursos e desempenho dessas unidades de informação e de seus respectivos profissionais frente aos novos desafios e dificuldades proporcionados pelo atual estágio de desenvolvimento da sociedade, da facilidade de obtenção de informação e comunicação entre indivíduos e diferentes sistemas na atual sociedade da informação.

Baptista (1985), em sua dissertação de mestrado, elenca algumas razões para aplicação de *marketing* em bibliotecas e serviços de informação. A autora, após a análise sobre o pensamento de estudiosos na temática, apresenta as seguintes razões:

- *marketing* fornece um conjunto de técnicas e instrumentos que identificarão necessidades, desejos e preferência dos usuários, assim aplicado no setor não lucrativo com sucesso;
- *marketing* força um questionamento sobre como a organização (no caso biblioteca) tem sido sensível aos problemas dos usuários reais e potenciais, podendo levar a uma mudança de atitude;
- *marketing* envolve uma administração dinâmica da relação de troca (relação bilateral) entre a organização e seu público, ao oferecer um produto/serviço baseado nas necessidades do usuário e obter o reconhecimento através do uso;
- *marketing* promove a comunicação, válida principalmente para os não usuários, entre a organização e seu público, derrubando barreiras geradas pelo desconhecimento;
- *marketing*, através da promoção de serviços/produtos; ocasionará maior aceitação da biblioteca, o que atrairá novos recursos, na medida em que a biblioteca for vista como peça fundamental para satisfação do usuário. (BAPTISTA, 1985, p. 4-5).

Mas o que significa *marketing* da informação? Amaral (2007) afirma que:

Marketing não é, nem significa simplesmente vender, tampouco se limita apenas à divulgação e propaganda. Suas ações não começam com os produtos e os serviços, começam com o cliente. *Marketing* não é somente fazer dinheiro, nem suas técnicas podem ser utilizadas apenas pelas organizações que recebem dinheiro pelos seus produtos e pelos seus serviços. *Marketing* é bom senso aplicado ao negócio de provisão de produtos e serviços aos clientes, a partir da identificação das necessidades desses clientes e do planejamento das atividades a serem desenvolvidas, que resultarão nos produtos e/ou serviços para atendê-los. (AMARAL, 2007, p. 19).

Amaral (1993), em estudo anterior, chama a atenção para outra característica importante do *marketing*, relativamente à constante redefinição desse conceito tanto nos aspectos teóricos como operacionais, em virtude das mudanças tecnológicas e culturais que ocorrem na sociedade. A autora afirma que o *marketing*

influi na produção, na circulação, na distribuição e no consumo de bens e serviços. Procura descobrir necessidades e desejos, orientando a criação de produtos e serviços; transferindo-os do produtor para o consumidor; aumentando o seu valor, acrescentando-lhes utilidade. (AMARAL, 1993, p. 81).

Diante das propostas e argumentações dos autores estudados, percebe-se com mais clareza a importância e os benefícios da aplicação do *marketing* no âmbito das organizações, pela possibilidade de identificação das necessidades de consumo do seu público (consumidores, clientes e usuários) e estabelecimento de relacionamento e canais de comunicação com eles, aplicação e distribuição de recursos, alinhamento de estratégias, visando ao atendimento dos objetivos das organizações, satisfação de seus consumidores, entre outros benefícios apontados nessa aplicação.

Rowley (2001, p. 1) propõe outra finalidade interessante para o *marketing*, quando assegura que este conceito é “projetado para trazer os produtos que se deseja, quando queira, onde queira e a preços que se possa pagar e com a informação necessária para o cliente fazer escolhas informadas e satisfatórias.” Além das finalidades anteriormente analisadas, Rowley (2001) chama a atenção para “a informação necessária para o cliente fazer escolhas informadas e satisfatórias.”

Nesse contexto, parece interessante a discussão do conceito de *marketing* da informação. Se as organizações precisam dispor de informações necessárias para que o cliente possa fazer escolhas informadas e satisfatórias, supõe-se que essas informações precisam ser identificadas e trabalhadas para culminar na satisfação do cliente com a informação disponibilizada.

Com base no conceito apresentado por Tefko Saracevic, Figueiredo (1993) afirma que *marketing* da informação é

um agregado de atividades dirigidas à satisfação das necessidades e desejos humanos de informação, através de processos de troca; *marketing* implica considerar todo o serviço ou produto de informação sob o ponto de vista dos resultados finais, isto é, do ponto de vista do uso e do usuário. (FIGUEIREDO, 1993, p. 282).

Amaral (2007), em estudo posterior, define *marketing* da informação como:

Aplicação da filosofia de *marketing* para alcançar a satisfação dos públicos da organização ou do sistema, facilitando a realização de trocas entre a organização ou do sistema, facilitando a realização de trocas entre a organização ou o sistema e o seu mercado, que se concretizam por meio de análise, do planejamento e da implementação de atividades para criar produtos/serviços informacionais, distribuí-los, definir os seus preços e as formas de sua divulgação no negócio da informação [...]. (AMARAL, 2007, p. 21).

Isto é o

processo gerencial capaz de garantir o futuro da biblioteca e demais unidades de informação como atividade corporativa inovadora e criativa, que envolve o planejamento e execução da concepção, determinação de preço, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços de informação. (AMARAL, 2011).

As bibliotecas, enquanto prestadoras de serviço, devem estar atentas às necessidades informacionais de seus usuários e às constantes mudanças, demandas e exigências de qualidade por parte de seus usuários e da sociedade.

Assim, as atividades e procedimentos dessas unidades devem estar orientadas a satisfazer às necessidades de informação de seu público-alvo e ao atendimento da missão e dos objetivos da organização, com vistas à distribuição racional de recursos e esforços, possibilitando que seu principal produto, a informação, atenda aos requisitos de qualidade exigidos.

Com isso, percebe-se nas propostas e filosofias do *marketing* da informação um dos instrumentos necessários e fundamentais para que as organizações, unidades

de informação e seus respectivos profissionais estejam preparados para enfrentar os desafios advindos da sociedade contemporânea na era da informação.

Amaral (2011) aponta alguns benefícios proporcionados às unidades de informação e seus profissionais após a adoção da filosofia e das técnicas do *marketing* nessas unidades, que poderão ser traduzidos em:

- aprimoramento e intensificação do relacionamento com o usuário;
- valorização do interesse pela satisfação dos usuários;
- ajustamento dos produtos e serviços às necessidades informacionais dos usuários;
- melhor direcionamento dos recursos financeiros destinados às unidades de informação, em função do ajustamento às necessidades informacionais dos usuários;
- maior estímulo à utilização dos serviços e à procura pelos produtos oferecidos pelas unidades de informação;
- atração de um maior número de usuários;
- maior divulgação das unidades de informação e dos recursos informacionais de que elas dispõem;
- melhor imagem das unidades de informação e dos bibliotecários;
- maior apoio financeiro às atividades das unidades de informação pelos mantenedores. (AMARAL, 2011).

A partir da discussão e análise do posicionamento dos diferentes autores estudados, evidencia-se a importância da adoção do *marketing* nas bibliotecas especializadas de autarquias corporativas, pois a adoção da referida filosofia e das técnicas no âmbito dessas bibliotecas possibilita a maximização e a otimização dos recursos, o uso da informação e dos serviços disponíveis por essas unidades para o atendimento e a satisfação dos usuários que procuram nessas unidades o atendimento de uma determinada carência ou lacuna de informação e conhecimento para o desempenho de suas atividades profissionais enquanto servidores ou como profissionais registrados e vinculados a essas autarquias corporativas.

Assim, é preciso salientar aos profissionais e gestores dessas unidades que o *marketing*, isoladamente, não irá solucionar todos os problemas que porventura possam existir nessas bibliotecas, mas que irá contribuir, positivamente, como um instrumento de gerenciamento dos processos envolvidos que possibilitem que os produtos e serviços desenvolvidos por essas bibliotecas especializadas atendam, qualitativa e satisfatoriamente, às expectativas de informação de seus usuários promovendo, dessa forma, o surgimento de novos conhecimentos e o desenvolvimento da sociedade ou segmento atendido por essas autarquias.

3 METODOLOGIA

Segundo Tomanik (2004, p. 16-17), “os conhecimentos reunidos sob o título de ciência são recursos desenvolvidos pelo homem, através da história, para suprir suas necessidades e aspirações” e “o objeto de uma ciência é aquilo a que ela se propõe conhecer; é a parte da realidade sobre a qual ela pretende realizar seus estudos.” Porém, Gil (2009, p. 8) observa:

Para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação. Ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento.

Tomanik (2004, p. 160) propõe que método seja

uma sequência de procedimentos, mais ou menos padronizada, que é eficaz para a realização de determinado tipo de investigação. O método é o que garante a padronização dos vários tipos de planejamentos possíveis para a pesquisa.

Para Tomanik (2004, p. 162), técnicas são “os procedimentos específicos da fase de coleta de dados no campo.” Nesse sentido, a escolha da metodologia mais apropriada em uma investigação científica parece ser um dos momentos mais importantes no planejamento do projeto de pesquisa científica, por permitir a identificação do caminho que será percorrido para a realização do trabalho de pesquisa científica, que “questiona criticamente a própria razão de ser da ciência e da nossa pretensão de fazer ciência.” (DEMO, 1981, p. 11).

Portanto, para fins de melhor visualização e compreensão, a metodologia será estruturada em tópicos, assim identificados: (a) caracterização da pesquisa; (b) universo de pesquisa e população; (c) procedimentos e instrumentos de coleta de dados; (d) variáveis.

3.1 Caracterização da pesquisa

Quanto à finalidade, a pesquisa será caracterizada como aplicada, pois segundo Gil (2009, p. 27), as pesquisas desse tipo têm como característica fundamental o “interesse na aplicação, utilização e consequências práticas do

conhecimento”, que neste trabalho será o conhecimento sobre a oferta e demanda de informação relativas às necessidades de informação dos servidores e profissionais contabilistas, cadastrados como usuários da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade, para desempenharem suas atividades profissionais.

Corroborando a afirmação de Gil (2009) a respeito de pesquisas caracterizadas como aplicativas e aos objetivos propostos nesta dissertação, Ander-Egg (1995, p. 16) complementa que esse tipo de pesquisa “caracteriza-se por seu interesse na aplicação, utilização e consequências práticas do conhecimento.”

Quanto aos objetivos, Gil (2009) identifica três níveis de pesquisa: exploratórias, descritivas e explicativas. Assim, os objetivos e o problema abordados nesta dissertação de mestrado enquadram-se no tipo de pesquisa descritiva, em razão de procurar “descrever as características de um fenômeno” (RICHARDSON, 1999, p. 66), ou seja, ter “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.” (GIL, 2009, p. 28). Este fato é corroborado com a afirmativa de Vergara:

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. (VERGARA, 2006, p. 47).

Em posicionamento semelhante, porém mais elucidativo, Rampazzo (2010, p. 55) chama a atenção para a não interferência do pesquisador e para o estudo do “mundo humano” e do “comportamento humano”, ao afirmar que “a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis), sem manipulá-los; estuda fatos e fenômenos do mundo físico e, especialmente, do mundo humano, sem a interferência do pesquisador.” Para o autor,

a pesquisa descritiva procura, pois, descobrir, com a precisão possível, a frequência com que o fenômeno ocorre, sua relação e sua conexão com os outros, sua natureza e suas características. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas. (RAMPAZZO, 2010, p. 55).

Nota-se que ao procurar analisar a oferta de produtos e serviços da biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade em relação à satisfação das necessidades de

informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC cadastrados nessa Biblioteca, em consonância com os objetivos específicos, a pesquisa descreverá as características da população e do fenômeno, bem como estabelecerá as relações entre variáveis e demais características do comportamento humano da população estudada, conforme a explicação de Richardson (1999), Gil (2009), Vergara (2006) e Rampazzo (2010).

Quanto à natureza, a pesquisa é quanti-qualitativa, pois foram utilizados tanto os dados quantitativos como os qualitativos.

Braga (2007, p. 26), a respeito da discussão da aplicabilidade de abordagens quantitativas e qualitativas em pesquisas sociais, observa que a pesquisa social pode utilizar uma ou outra abordagem, ou ainda, uma combinação das duas.

Minayo e Sanches (1993, p. 247), sobre pesquisa quantitativa, afirmam que esta “atua em níveis da realidade, onde os dados se apresentam aos sentidos” e “têm como campo de práticas e objetivos trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis.” Segundo Richardson (1999, p. 70), esse tipo de pesquisa “caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.” Em contrapartida, a pesquisa qualitativa “trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões” e “adequa-se a aprofundar a complexidade de fenômenos, fatos e processos particulares e específicos de grupos mais ou menos delimitados em extensão e capazes de serem abrangidos intensamente” (MINAYO; SANCHES, 1993, p. 247), ou seja:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. (RICHARDSON, 1999, p. 80).

A opção pelo estudo de caso justifica-se em relação ao delineamento desta pesquisa, tendo em vista que

o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante outros tipos de delineamento considerados. (GIL, 2009, p. 57).

Quanto à utilização de estudo de caso em unidades de informação, González (2004, p. 237) afirma que

pelas características que tem esse método, pode aplicar-se a todos os tipos de unidades de informação, porém é indubitável que é muito mais conveniente usá-lo em bibliotecas especializadas do que em universitárias e públicas em virtude da quantidade de usuários que são atendidos pelas bibliotecas especializadas. (GONZÁLEZ, 2004, p. 237).

3.2 Universo da pesquisa e população

Para a realização desta pesquisa, a autarquia selecionada foi o Conselho Federal de Contabilidade (CFC). Os critérios que levaram à escolha do órgão foram: o tempo de existência da autarquia corporativa; o ordenamento jurídico especial das autarquias corporativas; a existência de biblioteca especializada na autarquia; e a facilidade de acesso às instalações da biblioteca e aos seus usuários para realização da pesquisa.

Em relação ao tempo de existência da autarquia, evidencia-se, a partir do Quadro 1, que relaciona os Conselhos Federais de Fiscalização do Exercício Profissional no Brasil, que o CFC foi um dos primeiros conselhos profissionais criados pelo Estado ainda na década de 1940, sendo o mais antigo entre os conselhos relacionados. Portanto, espera-se que as políticas e estruturas do órgão e sua atuação perante a sociedade já estejam consolidadas, tendo como critério o tempo de atuação e relevância da autarquia corporativa no âmbito da sociedade brasileira.

Para esta pesquisa, é fundamental o entendimento da proposta de classificação das autarquias em relação a sua classificação quanto ao seu objeto e a sua natureza. Quanto ao objeto, Carvalho Filho (2006) propõe que as autarquias sejam classificadas em assistenciais, previdenciárias, culturais, profissionais, administrativas e de controle. E, quanto à natureza, as autarquias apresentam-se classificadas em autarquias comuns e especiais. Carvalho Filho (2006, p. 399) define as autarquias especiais como aquelas regidas por “disciplinas específicas, cuja característica seria a de atribuir prerrogativas especiais e diferenciadas.” Para ele, essas prerrogativas são: poder normativo técnico; autonomia decisória; independência administrativa; autonomia econômico-financeira.

As prerrogativas identificadas por Carvalho Filho (2006) também são evidenciadas nos estudos de Furtado (2007, p. 195), quando afirma que a sua especialidade “está no fato de que não integram a Administração Pública” e que

não se subordinam ou vinculam a nenhuma outra entidade. No desempenho de suas atribuições, devem dispor de plena e absoluta liberdade administrativa, gerencial, financeira e orçamentária, tendo como limite a lei que as criou e os princípios constitucionais. (FURTADO, 2007, p. 195).

Portanto,

a particularidade dessas entidades consiste no fato de que são criadas por lei, desempenham atividade típica de Estado, correspondente ao poder de fiscalizar o exercício de atividades profissionais, gozam de prerrogativas típicas de entidades de Direito Público (tais como imunidade tributária relativa a seus bens, rendas e serviços e possibilidade de cobrança de seus créditos por meio de execução fiscal), sem que, todavia, estejam vinculadas ou subordinadas direta ou indiretamente a qualquer entidade pública. (FURTADO, 2007, p. 194).

Nesse contexto de particularidades e especialidades autárquicas e regimentais, reconhece-se a necessidade de estudo das necessidades de informação dos servidores dessas autarquias corporativas para o seu desempenho profissional.

No Conselho Federal de Contabilidade, existe uma biblioteca que foi inaugurada em 16 de novembro de 1973 pelo então presidente Ivo Malhões de Oliveira. Em virtude de a pesquisadora possuir vínculo trabalhista com o CFC, o acesso local à Biblioteca e ao seu gestor atende à recomendação de Richardson (1999, p. 95) de que a “escolha do local adequado da pesquisa e a familiaridade do pesquisador com os membros do grupo são aspectos fundamentais da pesquisa qualitativa.” Para o autor,

o processo de escolha deve ser acompanhado por uma reflexão que inclui consideração tais como: facilidade de comunicação com os entrevistados, adequação dos meios de registro das informações e, crucialmente, existência de alguma característica do local que possa influenciar negativamente as opiniões de um entrevistado. (RICHARDSON, 1999, p. 95).

Além disso, o impacto da escassez de tempo e de recursos financeiros, da facilidade de acesso às instalações da Biblioteca foi minimizado pela possibilidade de condições favoráveis à realização da pesquisa, levando-se em consideração a tríade entre sujeitos, tempo e recursos disponíveis.

Atendidos os critérios de escolha da Biblioteca do CFC como *locus* para o desenvolvimento desta dissertação de mestrado, a pesquisadora realizou visitas técnicas Biblioteca para explicar os objetivos da pesquisa ao gestor do Setor, que demonstrou sua receptividade, aceitando participar de uma entrevista a ser agendada pela pesquisadora para prestar informações sobre a Biblioteca e sua oferta e demanda de informação. Também concordou em disponibilizar o acesso ao cadastro de usuários pela pesquisadora para a identificação daqueles que integrariam a população a ser pesquisada. Na ocasião, a pesquisadora foi informada de que o cadastro do Setor incluía 125 registros de usuários internos, sem precisão e distinção entre eles dos diferentes tipos de usuários internos nos registros do cadastro.

Optou-se por considerar todas as pessoas cadastradas como usuários internos como integrantes da população a ser pesquisada. A escolha desse grupo de sujeitos visa analisar se a demanda relativa às necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais dos servidores do CFC usuários da Biblioteca é satisfeita pelos produtos e serviços oferecidos por essa unidade de informação, na perspectiva dos próprios usuários.

3.3 Procedimentos e instrumentos de coleta de dados

O levantamento dos dados e informações sobre a oferta e demanda de informação da Biblioteca, considerando as necessidades de informação para o desempenho profissional pelos servidores cadastrados como usuários da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade foi realizado de modo a obter a visão da oferta e demanda na ótica das duas partes envolvidas: Biblioteca e usuários, utilizando-se diferentes técnicas de coleta.

Portanto, a oferta foi analisada do ponto de vista gerencial e na visão dos próprios usuários. O estudo da demanda, embora tenha considerado o ponto de vista dos usuários, que demandam essa informação para o desempenho de suas atividades profissionais, também considerou a preocupação e o interesse por parte da gestão da Biblioteca em conhecer a demanda sob o ponto de vista dos usuários.

Os dados foram coletados em duas etapas. Na primeira etapa, foram empregadas as técnicas de análise documental, observação do *website* do CFC e da Biblioteca e entrevista com o seu gestor. A coleta de dados ofereceu os subsídios

necessários para a elaboração dos questionários que foram aplicados aos usuários cadastrados na Biblioteca na segunda etapa da pesquisa.

A triangulação das diferentes técnicas de coleta utilizadas permitiu que a análise da oferta e demanda de informação contemplasse os diferentes olhares desse fenômeno: do ponto de vista gerencial da Biblioteca, que oferece os produtos e serviços de informação e; do ponto de vista dos próprios usuários, que demandam essa informação para o desempenho de suas atividades profissionais.

Essa decisão sobre a triangulação de técnicas é corroborada por Braga (2007, p. 34), que defende o uso da combinação de procedimentos metodológicos, “sobretudo na coleta e análise de dados”, muitas vezes considerada como necessária “para melhor entender a complexidade do objeto estudado.” Assim, os resultados da entrevista foram complementados a partir dos resultados obtidos com a análise documental, que, por sua vez, teve os seus resultados comparados aos da observação.

Richardson (1999, p. 230) defende que a análise documental “consiste em uma série de operações que visam estudar e analisar um ou vários documentos para descobrir as circunstâncias sociais e econômicas com os quais podem estar relacionados” e que o “objetivo básico da análise documental é a determinação fiel dos fenômenos sociais.”

Na análise documental, foram coletadas informações sobre o histórico, competências e finalidades do CFC e da Biblioteca; normas e regulamentos; serviços oferecidos; e público atendido pelo Setor, ou seja, o ambiente da Biblioteca em seu contexto organizacional. Foram utilizadas as seguintes fontes documentais:

- Legislação (Resoluções CFC n.º 1252/ 2009, 1291/2010, 1374/2011, Portaria CFC n.º 73/2009);
- Plano de Cargos, Carreiras e Salários (PCCS);
- Balanço Socioambiental 2012;
- Relatórios de Atividades e de Gestão da Biblioteca;
- Regimento Interno da Biblioteca;
- Manual de Políticas do Conselho Federal de Contabilidade;
- Manual de Procedimentos Administrativos do Sistema CFC/CRCs;
- *Website* do CFC e *link* da Biblioteca.

Com relação à técnica de observação, Richardson (1999, p. 259-260) afirma ser esta “imprescindível em qualquer processo de pesquisa científica, pois ela tanto pode conjugar-se a outras técnicas de coleta de dados como pode ser empregada de forma independente e/ou exclusiva.”

Gil (2009, p. 100) sugere que a observação “nada mais é do que o uso dos sentidos, com vistas a adquirir os conhecimentos necessários para o cotidiano” e que

apresenta como principal vantagem, em relação às outras técnicas, a de que os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediação. Desse modo, a subjetividade, que permeia todo o processo de investigação social, tende a ser reduzida.

Para a realização da pesquisa, optou-se pela observação simples caracterizada como

aquela que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem. Neste procedimento, o pesquisador é muito mais um espectador que um ator. (GIL, 2009, p. 101).

A técnica de observação simples foi utilizada para a coleta de informações registradas no *website* do CFC e da Biblioteca, como também para observar o seu espaço físico ocupado no prédio do CFC. Nesse sentido, desenvolveu-se uma ficha de observação (Apêndice A), que foi utilizada para a observação do ambiente físico e digital da Biblioteca.

A ficha de observação foi estruturada em 11 eixos temáticos, que versaram sobre: identificação do local, tipo (ambiente físico ou digital), endereço do *website* e data de observação; histórico; subordinação hierárquica e estrutura; planejamento estratégico; características do acervo; produtos e serviços; usuários; bases de dados e recursos tecnológicos disponíveis; vinculação à rede de bibliotecas, canais de comunicação e espaço físico.

Com relação à entrevista, tem-se que esta “é uma conversa orientada para um objetivo definido: recolher, por meio de interrogatório do informante, dados para a pesquisa” (CERVO; BERVIAN ; SILVA, 2007, p. 51) e que para Rampazzo (2010, p. 114)

é o encontro entre duas pessoas a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto, mediante uma conversação de

natureza profissional. Trata-se, pois, de uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona, verbalmente, a informação necessária.

A entrevista consiste, basicamente, na “técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação” (GIL, 2009, p. 109). Na opinião de Richardson (1999, p. 207), a entrevista é uma técnica importante porque “permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas.”

Quanto ao nível de estruturação, Gil (2009) classifica as entrevistas como informais e estruturadas. Utiliza-se a entrevista informal por ser do tipo “o menos estruturado possível e só se distingue da simples conversação, porque tem como objetivo básico a coleta de dados”, e “o que se pretende com entrevistas deste tipo é a obtenção de uma visão geral do problema pesquisado, bem como a identificação de alguns aspectos da personalidade do entrevistado.” A entrevista informal, diferentemente da estruturada, “desenvolve-se a partir de uma relação fixa de perguntas.” (GIL, 2009, p. 111-113).

Para a entrevista com o gestor da Biblioteca foi elaborado um roteiro com poucas perguntas (Apêndice B) para orientar a abordagem dos principais aspectos a serem questionados. Tomou-se por base os resultados obtidos na análise documental e na observação do espaço físico da Biblioteca.

Na segunda etapa da coleta dos dados, questionários foram elaborados, testados e enviados por *e-mail* aos usuários internos (funcionários, colaboradores e conselheiros do CFC) cadastrados como usuários da Biblioteca.

A decisão pela remessa por *e-mail* foi tomada porque havia incompatibilidade entre o *software* utilizado pela Biblioteca e os programas que seriam utilizados na coleta via enquete que se pretendia realizar, mas que, pela falta de compatibilidade, foi descartada. Caso fosse necessário para estimular a remessa das respostas, alguns questionários poderiam ser entregues, pessoalmente, aos usuários internos.

O questionário é definido como uma técnica de investigação. É

composto por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crença, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado, etc. (GIL, 2009, p. 121).

Richardson (1999, p. 189) afirma que os questionários “cumprem pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social.” Ele assegura que a “informação obtida por meio dos questionários permite observar as características de um indivíduo ou grupo.”

Marconi e Lakatos (1986, p. 74) definem o questionário como “um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.”

A elaboração do questionário enviado aos usuários teve como base as respostas obtidas na entrevista com o gestor, na análise documental e na observação das instalações físicas da Biblioteca do CFC.

Elaborado o questionário, foi realizado um pré-teste com a finalidade de “evidenciar possíveis falhas na redação do questionário, tais como: complexidade das questões, imprecisão na redação, desnecessidade das questões, constrangimento ao informante, exaustão, etc.” (GIL, 2009, p. 134).

Para o pré-teste, foram selecionados três usuários, aleatoriamente e por sorteio (número de matrícula do funcionário no CFC disponível na *intranet* do órgão) dentre a relação dos usuários cadastrados no sistema da Biblioteca. Os usuários sorteados foram contatados e marcou-se um horário para a aplicação do pré-teste. Os usuários que participaram do pré-teste foram excluídos do envio do questionário elaborado após a aplicação do pré-teste. O tempo médio de resposta foi de 13 minutos.

Acatadas as sugestões indicadas pelo pré-teste, o questionário (Apêndice C) ficou constituído de 19 questões (13 fechadas, 1 aberta e 5 mistas). Na parte inicial, foram coletados dados sobre o perfil dos usuários, seguido das questões relativas à identificação das necessidades de informação e à satisfação dessas necessidades em relação aos produtos e serviços oferecidos.

A seguir, o Quadro 3 apresenta a relação entre objetivos e técnicas utilizadas na coleta de dados.

Quadro 3 – Relação entre objetivos e técnicas utilizadas para a coleta de dados.

Objetivo	Técnica de coleta de dados
Descrever os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca	Análise Documental Observação do <i>website</i> da Biblioteca Observação do espaço físico da Biblioteca Entrevista com o gestor da Biblioteca
Caracterizar o perfil dos funcionários do CFC usuários da Biblioteca	Questionário enviado por <i>e-mail</i> para os funcionários do CFC usuários da Biblioteca
Identificar as necessidades de informação para o desempenho profissional dos funcionários do CFC usuários da Biblioteca	
Verificar até que ponto a oferta de produtos e serviços da Biblioteca satisfaz às necessidades de informação para o desempenho profissional dos servidores do CFC usuários da Biblioteca	

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Quadro 3 sintetiza e estrutura essa relação para melhor visualização dos objetivos e as técnicas de coleta de dados utilizadas, de modo a direcioná-las para a compreensão do fenômeno em estudo.

3.4 Variáveis estudadas

Quanto às variáveis, Lakatos e Marconi (1991, p. 160) afirmam que:

Uma variável pode ser considerada uma classificação ou medida; uma quantidade que varia; um conceito, constructo ou conceito operacional que contém ou apresenta valores; aspecto, propriedade ou fator, discernível em um objeto de estudo e passível de mensuração. (LAKATOS; MARCONI, 1991, p. 160).

A definição dessas variáveis foi necessária para o direcionamento da análise documental, a elaboração e estruturação dos instrumentos de coleta utilizados (ficha de observação, roteiro de entrevista e questionário).

A seguir, o Quadro 4 apresenta a relação dos objetivos específicos com as suas respectivas variáveis

Quadro 4 – Relação dos objetivos específicos com as variáveis

Objetivos Específicos	Variáveis Estudadas
Descrever os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca	Planejamento (missão, visão, objetivos, metas) Assuntos do acervo Frequência de solicitação dos assuntos pelos usuários Uso dos P&S Frequência de uso dos P&S Divulgação dos P&S Relacionamento com os usuários Meios de comunicação com os usuários Canais de comunicação dos serviços aos usuários Tipos de produtos e serviços oferecidos Formas de atendimento da Biblioteca Tecnologia da oferta de produtos e serviços
Caracterizar o perfil dos servidores do CFC usuários da Biblioteca	Características demográficas (idade, sexo, endereço) e socioeconômicas dos servidores do CFC (área de formação profissional, cargo, tempo de cargo comissionado) Familiaridade com tecnologia
Identificar as necessidades de informação para o desempenho profissional pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca	Assuntos pesquisados na Biblioteca e frequência de solicitação Opinião horário Biblioteca Frequência uso Biblioteca Uso e frequência de uso dos canais de comunicação pelos usuários Interesse da Biblioteca NI para desempenho atividades profissionais Atendimento da Biblioteca Utilidade dos P&S para desempenho atividades profissionais Opinião usuários relacionamento da Biblioteca Fontes de informação (tipos de fontes utilizadas, frequência de uso) Produtos e serviços oferecidos, como conheceu; uso e frequência de uso; atendimento das NIs, grau de satisfação) Conhecimento do gestor dos assuntos demandados pelos usuários Preocupação do gestor com a demanda
Verificar até que ponto a oferta de produtos e serviços da Biblioteca satisfaz às necessidades de informação para o desempenho profissional dos funcionários do CFC usuários da Biblioteca	Atendimento das necessidades de informação pela Biblioteca (canais de comunicação para acesso a informação; meios de comunicação com os usuários) Informação disponível pela Biblioteca Grau de satisfação dos usuários com a oferta de produtos e serviços da Biblioteca

Fonte: Elaborado pelo autor

No Quadro 5, é apresentada a relação entre os objetivos específicos, a técnica de coleta de dados, as variáveis estudadas e a identificação das questões nos instrumentos de coleta.

Quadro 5: Objetivos específicos, técnica de coleta de dados, variáveis estudadas e seus correspondentes itens do instrumento de coleta

Objetivos específicos	Técnica de coleta de dados	Variáveis estudadas	Itens do instrumento de coleta de dados
Descrever os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca	Análise documental	Planejamento (missão, visão, objetivos, metas)	p. 1 a 3 (Rel. de Atividades), p. 1 a 4 (Rel. inventário) p. 93 (Balanço Social-2012) Informação publicada nas páginas da <i>web</i> referentes ao CFC e à biblioteca
		Assuntos do acervo	
		Frequência de solicitação dos assuntos pelos usuários	
		Uso dos P&S	
		Frequência de uso dos P&S	
		Divulgação dos P&S	
		Relacionamento com os usuários	
		Meios de comunicação com os usuários	
		Canais de comunicação dos serviços aos usuários	
		Tipos de produtos e serviços oferecidos	
		Formas de atendimento da Biblioteca	
	Tecnologia da oferta de produtos e serviços		
	Observação do espaço físico e digital da Biblioteca	Planejamento (missão, visão, objetivos, metas)	Item da ficha n.º 2, 3,4,8
		Assuntos do acervo	Item da ficha n.º 5
		Frequência de solicitação dos assuntos pelos usuários	Item da ficha n.º 8
		Uso dos P&S	Item da ficha n.º 8
		Frequência de uso dos P&S	Item da ficha n.º 8
		Divulgação dos P&S	Item da ficha n.º 5, 6, 8,10
		Relacionamento com os usuários	Item da ficha n.º 8 e 10
		Meios de comunicação com os usuários	Item da ficha n.º 1,
Canais de comunicação dos serviços aos usuários		Item da ficha n.º 1,8,10	
Tipos de produtos e serviços oferecidos	Item da ficha n.º 5,6		
Formas de atendimento da Biblioteca	Item da ficha n.º 3, 8,10, 11		
Tecnologia da oferta de produtos e serviços	Item da ficha n.º 8		

(Continuação) Quadro 5: Objetivos específicos, técnica de coleta de dados, variáveis estudadas e seus correspondentes itens do instrumento de coleta

Objetivos específicos	Técnica de coleta de dados	Variáveis estudadas	Itens do instrumento de coleta de dados
Descrever os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca	Entrevista com o gestor da biblioteca	Planejamento (missão, visão, objetivos, metas)	pergunta do roteiro n.º1
		Assuntos do acervo	pergunta do roteiro n.º 2, 3
		Frequência de Solicitação dos assuntos pelos usuários	pergunta do roteiro n.º 2,3
		Uso dos P&S	pergunta do roteiro n.º 8
		Frequência de uso dos P&S	pergunta do roteiro n.º 8
		Divulgação dos P&S	pergunta do roteiro n.º 7
		Relacionamento com os usuários	pergunta do roteiro n.º 11,12
		Meios de Comunicação com os usuários	pergunta do roteiro n.º 11,12
		Canais de comunicação dos serviços aos usuários	pergunta do roteiro n.º 11,12
		Tipos de produtos e serviços oferecidos	pergunta do roteiro n.º 4,5, 6,7,9
		Formas de atendimento da Biblioteca	pergunta do roteiro n.º 9, 10
		Tecnologia da oferta de produtos e serviços	pergunta do roteiro n.º 13 a 16
		Opinião dos usuários (horário biblioteca, frequência biblioteca, frequência de uso dos meios de comunicação pela biblioteca, frequência de uso das fontes, frequência de uso dos P&S; conhecimento dos P&S, atendimento/relacionamento/comunicação da biblioteca)	pergunta do roteiro n.º 17
Caracterizar o perfil dos servidores do CFC	Questionário enviado por <i>e-mail</i> aos servidores do CFC	Características demográficas (idade, sexo, endereço) e socioeconômicas dos servidores do CFC, área de formação profissional, cargo, tempo de cargo comissionado).	Pergunta do questionário n.º 1 a 08
		Familiaridade com tecnologia	pergunta do questionário n.º 9

(Continuação) Quadro 5: Objetivos específicos, técnica de coleta de dados, variáveis estudadas e seus correspondentes itens do instrumento de coleta

Objetivos específicos	Técnica de coleta de dados	Variáveis estudadas	Itens do instrumento de coleta de dados
Identificar as necessidades de informação para o desempenho profissional dos servidores do CFC usuários da Biblioteca	Entrevista com o gestor da Biblioteca	Conhecimento do gestor dos assuntos demandados pelos usuários	pergunta do roteiro n.º 2,3,17
		Preocupação do gestor com a demanda	
	Questionário enviado por <i>e-mail</i> aos servidores do CFC	Assuntos pesquisados na Biblioteca e frequência de solicitação	pergunta do questionário n.º 10
		Opinião horário Biblioteca	pergunta do questionário n.º 11 e 12
		Frequência uso Biblioteca	pergunta do questionário n.º 13
		Uso e frequência de uso dos canais de comunicação pelos usuários	pergunta do questionário n.º 14
		Interesse da Biblioteca NI para desempenho atividades profissionais	Pergunta do questionário n.º 18a, 19
		Atendimento da Biblioteca	pergunta do questionário n.º 18d, 19
		Utilidade dos P&S para desempenho atividades profissionais	Pergunta do questionário n.º 18c
		Opinião usuários relacionamento da Biblioteca	pergunta do questionário n.º 19
Fontes de informação (tipos de fontes utilizadas, frequência de uso)	pergunta do questionário n.º 15		
Produtos e serviços oferecidos, como conheceu; uso e frequência de uso; atendimento das NIs, grau de satisfação)	pergunta n.º 16,17, 18c, 18d		
Verificar até que ponto a oferta de produtos e serviços da Biblioteca satisfaz as necessidades de informação para o desempenho profissional dos servidores do CFC usuários da biblioteca	Entrevista com o gestor da Biblioteca	Atendimento das necessidades de informação pela Biblioteca (canais de comunicação para acesso a informação; canais de comunicação com os usuários)	pergunta do roteiro n.º 11
		Informação disponível pela Biblioteca	pergunta do roteiro n.º 2
	Questionários enviados por <i>e-mail</i> aos servidores do CFC	Atendimento das necessidades de informação pela Biblioteca (canais de comunicação para acesso à informação; canais de comunicação com os usuários)	pergunta do questionário n.º 9b, 14, 18e, 18f, 18g e 18h
		Atendimento da Biblioteca	pergunta do questionário n.º 18b
		Informação disponível pela Biblioteca	pergunta do questionário n.º 16, 18d
		Grau de satisfação dos usuários com a oferta de produtos e serviços da Biblioteca	Pergunta do questionário n.º 16 e 19

Fonte: Elaborado pelo autor.

Posteriormente à etapa de coleta de dados em consonância com os objetivos e variáveis propostos para a compreensão do fenômeno, procedeu-se à análise dos resultados, conforme apresentados no tópico seguinte desta pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico, os dados e informações coletados e analisados são apresentados de acordo com os objetivos estabelecidos para esta pesquisa. Os resultados obtidos com a aplicação das diferentes técnicas de coleta utilizadas foram analisados em conjunto.

4.1 Descrição dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca

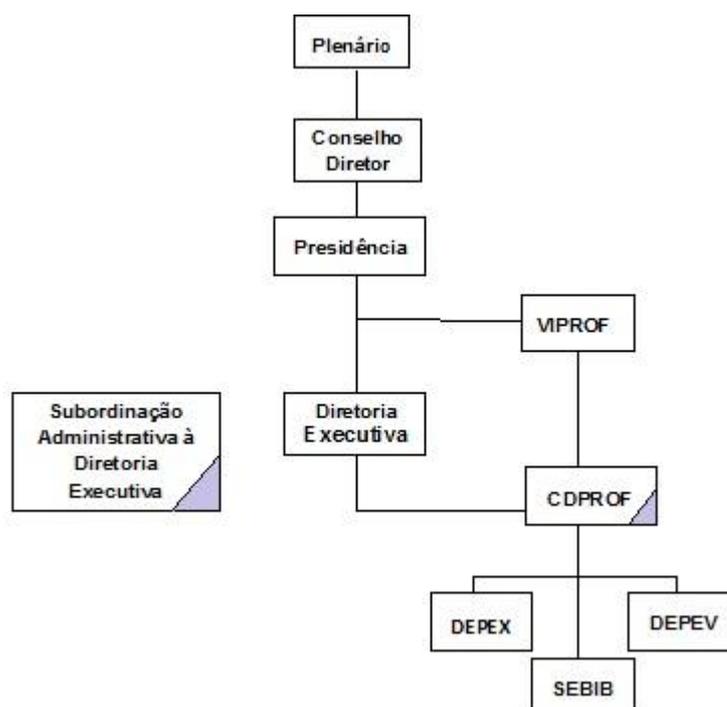
As técnicas utilizadas para descrever a oferta de produtos e serviços da Biblioteca foram a análise documental, a observação do espaço físico e digital da Biblioteca e a entrevista com o gestor. Antes de os produtos e serviços oferecidos serem apresentados, faz-se necessária uma breve descrição do histórico da Biblioteca do CFC.

Segundo informações contidas no *website* do CFC, a Biblioteca foi inaugurada no dia 16 de novembro de 1973 pelo então presidente do CFC, Ivo Malhões de Oliveira. Embora o ato de criação que comprove a instalação da Biblioteca do CFC não tenha sido encontrado no Arquivo Administrativo da entidade, esta data foi confirmada em entrevista com o gestor. A falta desse documento pode trazer prejuízo à história da Biblioteca, uma vez que, como fato isolado, a confirmação da data de instalação pelo gestor não ratifica, por si só, a inexistência do Setor em época anterior a essa data.

Entre as finalidades da Biblioteca, evidencia-se a de “proporcionar ao presidente, vice-presidentes, conselheiros e funcionários do Conselho Federal de Contabilidade o acesso à informação necessária para o desempenho satisfatório de suas atividades”, como também “promover suporte informacional à classe contábil, oferecendo instalações adequadas para utilização do acervo de que dispõe”, conforme estabelecido na Portaria CFC n.º 73/200, de 6 de novembro de 2009, que aprova o Regulamento da Biblioteca do CFC.

No período de realização desta pesquisa, o Setor de Biblioteca (SEBIB) era subordinado à Vice-presidência de Desenvolvimento Profissional e Institucional (VIPROF) e à Coordenadoria de Execução de Desenvolvimento Profissional (CDPROF), conforme Figura 2, que mostra o organograma do CFC.

Figura 2 – Organograma do CFC



Fonte: Adaptado do *Website* do CFC

No período da pesquisa, o corpo funcional da Biblioteca era composto por três funcionários e dois estagiários para a prestação de serviços e a realização de atividades, em especial, na participação em projetos em que a Biblioteca esteja envolvida, por exemplo: o Museu Brasileiro de Contabilidade; o Balanço socioambiental; e o Programa de Voluntariado da Classe Contábil (PVCC).

Com relação ao ambiente físico e tecnológico da Biblioteca, é informado no *site* que há separação entre as áreas reservadas para consulta e estudo e o Laboratório de Informática, onde estão à disposição dos usuários computadores para pesquisa na *Internet*, que têm disponíveis pacotes de aplicativos (editor de textos, planilha eletrônica, apresentações, entre outros). Porém, durante a observação *in loco*, foi possível perceber que não há separação entre os diferentes ambientes da Biblioteca, conforme informado no *site*.

Para os usuários que levam seus próprios computadores, *tablets* e *smartphones* para a realização de seu trabalho e estudo, a Biblioteca disponibiliza o acesso à rede *wi-fi* mediante senha.

O mobiliário é novo, confortável e atende à demanda dos usuários, como mostram as Figuras 3 e 4.

Figura 3 - Vista do acervo



Fonte: CFC, 2013

Figura 4 - Vista do ambiente interno da Biblioteca



Fonte: CFC, 2013

Durante a observação, verificou-se que a iluminação, a localização de tomadas e a climatização do ambiente da Biblioteca também são adequadas em relação ao conforto e à demanda de usuários.

Nesse sentido, além da compreensão e visualização do ambiente e histórico da Biblioteca, a utilização das diferentes técnicas de coleta permitiu também identificar os seguintes produtos e serviços oferecidos:

- Renovação de empréstimo.
- Reserva de livros.
- Empréstimo entre bibliotecas.
- Histórico de empréstimo.
- Acervo da Biblioteca.
- Alteração de senha.
- Avisos da Biblioteca.

- Banco de dados de artigos.
- Cadastro de usuários.
- *Links* para artigos, teses e dissertações e outros sites de interesse.
- *Download* de livros editados pelo CFC.
- Perfil de interesse.
- Pesquisa ao catálogo e bibliográfica.

O acervo é composto de, aproximadamente, 14.000 itens bibliográficos, entre: coleções completas da *Lex* (Legislação Brasileira) desde 1937, a Revista Brasileira de Contabilidade, a coleção completa das revistas de contabilidade do Sistema CFC/CRCs, periódicos nacionais e internacionais, os anais dos Congressos Brasileiros de Contabilidade, as obras raras de Francisco D’Auria, Carlos de Carvalho, Antônio Lopes de Sá e outros.

A consulta ao acervo é facilitada pela disposição aos usuários das ilhas de pesquisa, onde são oferecidos terminais de consulta à *Internet* para acesso à informação técnica e científica e o *software* Sophia de gestão de biblioteca, disponível desde 2010, que permite aos usuários, além da consulta ao acervo, a visualização e utilização aos demais serviços oferecidos pela Biblioteca.

Além dos materiais relacionados à Contabilidade, a Biblioteca do CFC possui em seu acervo materiais de áreas e disciplinas correlatas à Contabilidade como, por exemplo: Administração, Direito e Economia.

Embora o CFC possua uma política de qualidade cujo preâmbulo enuncia o estabelecimento de “padrões de normatização, orientação e controle das ações relacionadas ao registro e à fiscalização do exercício da profissão contábil, primando pelo desenvolvimento profissional e visando à melhoria contínua e à eficácia do Sistema Contábil Brasileiro” (CFC, 2013), verifica-se que alguns processos internos do CFC são certificados pela ISO 9001:2008 e que, no caso da Biblioteca do CFC, esta unidade administrativa não possui processos, missão, visão, objetivos e metas estabelecidos dentro do planejamento estratégico do órgão.

De acordo com o Regulamento da Biblioteca do CFC, aprovado pela Portaria do Conselho n.º 73/2009, esta unidade de informação tem por finalidade:

I - proporcionar ao presidente, vice-presidentes, conselheiros e funcionários do Conselho Federal de Contabilidade o acesso à informação necessária ao

desempenho satisfatório de suas atividades, oferecendo instalações adequadas para utilização do acervo de que dispõe;
II - promover suporte informacional à classe contábil, oferecendo instalações adequadas para utilização do acervo de que dispõe;
III - armazenar e fornecer subsídios doutrinários e jurisprudenciais necessários ao estudo e à compreensão da doutrina e da aplicação da contabilidade. (CFC, 2009, p. 1).

O inciso I do Art. 22 do capítulo IX do Regulamento da Biblioteca também classifica os usuários internos da seguinte forma:

I - internos:

- a) unidades administrativas;
- b) conselheiros do Conselho Federal de Contabilidade;
- c) funcionários do Conselho Federal de Contabilidade.
- d) colaboradores do Conselho Federal de Contabilidade.

Sobre as informações relativas ao registro dos usuários internos e externos no cadastro da Biblioteca, as normas para o cadastramento não foram apresentadas e descritas pelo gestor com a identificação desta tipologia de forma sistemática e padronizada de acordo com os diferentes grupos de usuários atendidos. O gestor também confirmou a inexistência de estudos de usuários realizados pela Biblioteca e comentou sobre a importância e a necessidade de realização de estudos dessa natureza.

Segundo o regulamento do SEBIB, o cadastro é realizado mediante a inserção de dados do usuário no sistema informatizado do Setor. Para os usuários internos, a Biblioteca necessita dos seguintes dados: nome, matrícula, cargo ou função no CFC, lotação no CFC, endereço residencial com número de telefone fixo e celular, endereço eletrônico e local de trabalho com endereço e telefone.

Apesar dessas constatações na prática bibliotecária cotidiana, observou-se falta de controle e atualização no cadastramento. O número de consultas e dos demais atendimentos ficam registrados nos relatórios gerenciais da Biblioteca, porém, não é identificado o número de usuários internos e externos, contabilistas e membros da sociedade em geral atendidos.

No serviço de pesquisa ao catálogo e bibliográfica, segundo o gestor, a maior parte das pesquisas em relação aos servidores do CFC é realizada presencialmente e por telefone. A partir da observação ao *site* da Biblioteca, verificou-se que a pesquisa ao catálogo, disponível na *Internet*, não é restrita aos usuários cadastrados ou controlados por senhas.

Evidencia-se que, a partir da entrevista com o gestor, a Biblioteca tem ciência das dificuldades enfrentadas pelos usuários internos em relação ao serviço de pesquisa, porém percebeu-se que, na prática, não são realizadas ações corretivas necessárias para a resolução do problema.

A partir dos dados coletados na análise documental, confirmados em entrevista com o gestor, verificou-se que, no ano de 2012, a Biblioteca do CFC “registrou **32.140** pesquisas em sua base de dados, sendo **1.272** consultas locais e **30.868** consultas via *web*” (CFC, 2013) e que os assuntos demandados nessas pesquisas referem-se às áreas de Administração, Contabilidade, Direito, Economia, Estatística, Matemática, Metodologia de Pesquisa, Literatura, Esporte e Lazer.

Em relação ao serviço de empréstimo, segundo o gestor, este é o serviço mais usual, realizado apenas presencialmente, e não há sistema de autodevolução, pois, segundo o gestor, “teríamos que ter um sistema” e “nós não temos uma estrutura de funcionários e de empréstimos para ter esse tipo de devolução. Esse sistema é muito válido para bibliotecas universitárias, mas para cá, isso não tem necessidade”.

Segundo os dados coletados na análise documental, consta no Regulamento da Biblioteca, Portaria CFC n.º 73/2009, de 6 de novembro de 2009, Art. 28, que a “habilitação para o empréstimo dar-se-á a partir do cadastramento no sistema informatizado.”

Quanto ao volume de obras retiradas por empréstimos e prazos para devolução, os Art. 30 e 32 do mesmo Regulamento determinam que:

Art. 30. Os conselheiros e funcionários do Conselho Federal de Contabilidade poderão retirar por empréstimo até sete obras de cada vez, os contabilistas poderão retirar até cinco obras de cada vez e os colaboradores do Conselho Federal de Contabilidade poderão retirar até três obras de cada vez.

Parágrafo único. Os empréstimos de obras da Coleção Cultura e Lazer ficam restritos aos conselheiros, funcionários e colaboradores do Conselho Federal de Contabilidade, podendo ser retirada apenas uma obra de cada vez.

Art. 32. O prazo de empréstimo para usuários será de doze dias consecutivos, podendo ser renovado por duas vezes por idêntico período, caso a obra não esteja reservada e a solicitação seja apresentada dentro do prazo e devolução.

Parágrafo único. O prazo de empréstimo para os conselheiros do Conselho Federal de Contabilidade será de 30 dias consecutivos, podendo ser renovado por uma vez por idêntico período, caso a obra não esteja reservada e a solicitação seja apresentada dentro do prazo e devolução.

Segundo o gestor do SEBIB, a modalidade de empréstimo entre bibliotecas é solicitada pelo usuário, pessoalmente, à Biblioteca do CFC, que, posteriormente, entra

em contato com a biblioteca na qual o usuário tem interesse para informar sobre a disponibilidade da obra e o sistema de empréstimo utilizado pela biblioteca de interesse do usuário.

Verificou-se durante a análise documental que, nessa modalidade de empréstimo, o volume de obras emprestadas reduzem-se a apenas dois volumes por usuários, conforme o Art. 40 da Portaria CFC n.º 73/2009, que determina que:

Art. 40. O usuário poderá retirar, mediante empréstimo entre Bibliotecas, até duas obras de cada vez, por um prazo de doze dias consecutivos, sem possibilidade de renovação.

Parágrafo único. No Formulário de Requisição de Empréstimo entre Bibliotecas deverá constar as informações bibliográficas de cada obra requisitada.

A partir da observação do programa utilizado pela Biblioteca, visualiza-se que, no serviço referente ao histórico de empréstimo, o usuário tem acesso a todas as obras emprestadas a ele por título, tombo, biblioteca, data de saída, data prevista e data de devolução. Observa-se ainda que, no histórico de empréstimos, os materiais emprestados estão organizados na ordem cronológica dos mais recentes para os mais antigos.

Embora o serviço de reserva também esteja disponível no sistema utilizado pela biblioteca via *Internet*, o gestor afirmou que a reserva “é mais presencial e por telefone” e que “falta um pouco de conhecimento dos usuários por parte desse serviço.”

Em relação ao serviço de renovação de empréstimo, as formas pelas quais os usuários têm acesso a esse serviço são via base de dados (*Internet*) disponível pelo sistema utilizado pela Biblioteca, pessoalmente, por telefone e por *e-mail*.

Ao observar a base de dados em que está disponível o serviço de renovação, verificou-se que, como no serviço de histórico de empréstimos, o usuário tem acesso às circulações abertas (obras emprestadas) pelo título, tombo, biblioteca, data de saída e data prevista de devolução.

Quanto ao serviço de alteração de senha, percebeu-se que o sistema utilizado pela Biblioteca não permite, em caso de esquecimento de senhas, o reenvio automático de senhas temporárias para cadastramento de nova senha pelos usuários. Nesses casos, o usuário tem que entrar em contato com o SEBIB durante seu horário de funcionamento, para que seja enviada uma nova senha temporária. Depois da

realização desse procedimento, o usuário acessa novamente a base de dados e cadastra uma nova senha.

No que diz respeito ao perfil de interesse, durante a entrevista, o gestor informou que:

o usuário informa no sistema o seu interesse e toda vez que eu cadastrar um livro nessa base o usuário recebe, automaticamente, um *e-mail* sobre a obra nova de sua área de interesse.

O serviço de *downloads* das obras editadas pelo CFC está disponível na página inicial da Biblioteca para toda a sociedade, independentemente de serem usuários cadastrados, ou não, da Biblioteca. Segundo o *site* da Biblioteca, “esta prática vem ao encontro da preocupação do Conselho Federal em adotar sistemáticas ligadas à responsabilidade socioambiental.”

Prática semelhante é adotada pelo serviço de disponibilização de *links* para artigos, teses, periódicos e bibliotecas digitais.

O SEBIB possui um banco de dados dos artigos mais solicitados, organizados pelo número da revista, da página e nome do autor. Durante a entrevista, o gestor da Biblioteca informou que “o usuário não sabe que tem esse banco, mas sabe que temos esse trabalho.”

Embora o regulamento da biblioteca em seu Art. 5 e inciso VIII verse sobre a competência do coordenador da Biblioteca, quando diz “promover e realizar a divulgação dos serviços e produtos oferecidos pela Biblioteca” e no Art, 6º inciso VIII determine que compete à Biblioteca “coordenar, realizar e divulgar os serviços de pesquisa bibliográfica automatizada ou manual”, percebe-se a divergência entre o que o regulamento estabelece e as práticas adotadas em relação ao banco de dados de artigos.

Para divulgar os produtos e serviços oferecidos e manter o relacionamento com os usuários cadastrados em seu sistema, observou-se que a Biblioteca utiliza:

- avisos da biblioteca;
- *e-mails*;
- mensageiros (usuários internos);
- *intranet* (usuários internos);
- *Internet*;
- telefone;

- contato pessoal;
- fax;
- correspondência por correio tradicional.

Ao se analisar a descrição dos produtos e serviços oferecidos, bem como a sua forma de divulgação pela Biblioteca, observou-se a inexistência de práticas que promovam os produtos e serviços oferecidos pelo SEBIB.

Salienta-se a necessidade de adoção de práticas por parte da Biblioteca que visem a divulgação e promoção dos produtos e serviços oferecidos. Isso porque, ao se considerarem as observações de Baptista (1985) sobre o benefício da atividade de promoção de serviços/produtos em unidades de informação, percebe-se que tal prática, segundo a autora, resultará em “maior aceitação da biblioteca, o que atrairão novos recursos, à medida que a biblioteca for vista como peça fundamental para satisfação do usuário.”

Descrita a oferta de produtos e serviços do SEBIB, de acordo com as informações do gestor, a análise documental e as observações da pesquisadora, apresenta-se a seguir o perfil dos usuários cadastrados pela Biblioteca .

4.2 Caracterização do perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca

Antes de caracterizar o perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca, faz-se necessária a identificação desses servidores no cadastro organizado pela Biblioteca.

4.2.1 Identificação dos servidores do CFC como usuários no cadastro da Biblioteca

A identificação dos servidores do CFC foi realizada a partir da consulta ao cadastro de usuários da Biblioteca. A decisão da escolha do cadastro dos usuários como fonte de identificação dessa população foi fundamentada no Regulamento do SEBIB e teve o aceite do seu gestor. Por outro lado, o Regulamento também trata da competência do SEBIB em seu Capítulo IV, estabelecendo no item IX, entre as competências relacionadas no Art. 6º, que compete à Biblioteca, “organizar e realizar

serviços de empréstimo no recinto, domiciliar e entre bibliotecas, mantendo o cadastro de usuários atualizado.”

Porém, ao se consultar o cadastro de usuários da Biblioteca, observou-se que ele não estava atualizado. Os registros de usuários não permitiam distinguir por categoria os usuários internos; e a formação profissional do usuário não era registrada de forma a permitir a distinção entre contabilistas, outros profissionais e estagiários. Além disso, os registros estavam todos misturados e sem qualquer tipo de organização.

Ao se considerarem todas essas observações em relação ao cadastramento dos usuários da Biblioteca, foi necessário pesquisar todos os 321 registros, um a um, para chegar à conclusão que 125 eram usuários internos e 196 externos.

Observou-se também que no total de 125 usuários internos incluíam-se 18 registros referentes a unidades administrativas que compõem o CFC e bibliotecas dos Conselhos Regionais de Contabilidade que integram o Sistema CFC/CRCs. Entre esses 18 registros, em alguns casos, os nomes dos gestores das unidades administrativas e de algumas bibliotecas de Conselhos Regionais também constavam entre os registros de usuários internos. Para evitar duplicação de respostas ao questionário a ser distribuído, decidiu-se que o registro dessas unidades e bibliotecas no cadastro seria sempre representado pelo nome do seu gestor. Caso o nome do gestor estivesse incluído entre os usuários internos, seria considerado apenas o seu registro como responsável pela unidade ou biblioteca representada. Com essa decisão, o total de usuários internos ficou reduzido a 107 registros.

Ressalta-se que presidente, vice-presidentes e demais conselheiros do CFC também são considerados usuários internos, embora não possuam cadastro na Biblioteca. Esses conselheiros são atendidos, majoritariamente, por meio das unidades administrativas, embora sejam observados raros cadastramentos individuais por parte desse público específico. Também fazem parte da população de usuários internos os funcionários terceirizados do CFC identificados como colaboradores.

Portanto, para determinar o número representativo de respostas dos questionários que validasse a análise dos resultados, foi utilizada a fórmula estatística para o cálculo de amostra de populações finitas (GIL, 2009, p.97), considerando o total da população ($n=107$):

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

onde:

n = Tamanho da amostra

σ^2 = Nível de confiança escolhido

p = Percentagem com o qual o fenômeno se verifica

q = Percentagem complementar

N = Tamanho da população

e = Erro máximo permitido

Aplicando-se a fórmula mencionada, obteve-se como resultado:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 107}{(0,50)^2 \cdot (107 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50} = 84$$

De um total de 107 questionários distribuídos, foram recebidas 85 respostas e os resultados foram validados com nível de confiabilidade de 95% e erro estimativo de 5%.

4.2.2 Perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca

Entre os servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca, incluem-se funcionários do quadro pessoal oficial do CFC, composto por funcionários concursados e terceirizados (colaboradores). As características demográficas e socioeconômicas foram evidenciadas nas respostas às perguntas de 1 a 8 do questionário e revelaram o perfil dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca em relação ao tipo de vínculo mantido com o CFC; à idade; ao sexo; ao grau de escolaridade; à área de formação profissional; ao local de residência; ao cargo ocupado no CFC; e ao tempo de cargo comissionado.

Tabela 1- Perfil demográfico

Categoria		N.º	%
Vínculo com o CFC	Funcionário	78	91,76
	Colaborador	7	8,23
Total		85	99,99
Faixa etária	21 – 30	23	27,05
	31 – 40	30	35,29
	41 – 50	25	29,41
	51 – 60	5	5,88
	> 60	2	2,35
Total		85	99,98
SEXO	Feminino	46	54,11
	Masculino	39	45,88
Total		85	99,99
TOTAL GERAL		85	100

Fonte: Elaborado pelo autor

Quando cruzados os dados do vínculo empregatício com o CFC, a faixa etária e o sexo dos usuários, percebeu-se que, na faixa etária de 51 a 60 anos e maiores de 60 anos, havia apenas os sete funcionários do quadro oficial de servidores do CFC, sendo cinco mulheres e dois homens.

Verifica-se, ainda, que a maior concentração de usuários está na faixa etária que compreende as idades entre 31 a 40 anos e destes, 17 usuários são do sexo feminino.

Em relação à faixa etária que concentra a maior parte dos usuários da Biblioteca, percebe-se que esses resultados, quando comparados com o perfil dos servidores no Balanço Socioambiental do CFC 2012, mostram alguma similaridade, pois, em relação à faixa etária dos funcionários do CFC, o grupo mais representativo também variava na faixa etária entre 31 e 40 anos.

Quanto ao local de residência, dos 79 usuários que responderam à pergunta, 75 moram no Distrito Federal e quatro em Goiás. Embora a sede do CFC esteja situada no Plano Piloto de Brasília (DF), percebe-se uma parcela, ainda que pequena, de usuários que residem na região do entorno.

Entende-se, nesta pesquisa, como região do entorno, a proposta da Superintendência do Desenvolvimento do Centro-Oeste (SUDECO), que define a Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE/DF) como

uma região integrada de desenvolvimento econômico, criada pela Lei Complementar n.º 94, de 19 de fevereiro de 1998, e regulamentada pelo Decreto n.º 7.469, de 04 de maio de 2011, para efeitos de articulação da ação administrativa da União, dos Estados de Goiás, Minas Gerais e do Distrito Federal. (SUDECO, 2013).

A RIDE-DF, segundo a SUDECO, é composta pelo Distrito Federal e pelos municípios de Abadiânia, Água Fria de Goiás, Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Cabeceiras, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Cristalina, Formosa, Luziânia, Mimoso de Goiás, Novo Gama, Padre Bernardo, Pirenópolis, Planaltina, Santo Antônio do Descoberto, Valparaíso de Goiás e Vila Boa (Estado de Goiás) e os municípios de Buritis, Cabeceira Grande e Unaí (Estado de Minas Gerais).

González (2004), ao discutir sobre a influência dos fatores externos sobre os sujeitos para o surgimento das necessidades de informação, sugere que o lugar onde vive o sujeito também pode influenciar no surgimento dessas necessidades.

Em razão de a maior parte dos usuários da Biblioteca residirem no Distrito Federal, observa-se que devem ser consideradas na relação entre oferta e demanda de informação na Biblioteca do CFC a proximidade e a facilidade de acesso desses servidores aos outros órgãos e bibliotecas cujas atividades podem estar relacionadas com a área de atuação do CFC e de seus usuários. Isso porque essa proximidade e a facilidade de acesso aos outros órgãos e suas unidades de informação podem gerar o surgimento de novas e mais complexas necessidades de informação.

Porém, tendo em vista que quatro servidores residem na RIDE-DF, a Biblioteca do CFC passa a ser uma importante fonte de informação para esses usuários, em razão da dificuldade de acesso ou da inexistência de bibliotecas nessas regiões que atendam a sua demanda informacional.

Por outro lado, em entrevista com o gestor do SEBIB, constatou-se que não foram realizados estudos de usuários para identificação de perfil demográfico ou socioeconômico.

No que diz respeito à caracterização do perfil socioeconômico dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca, quanto à familiaridade com as novas tecnologias, os pesquisados foram questionados sobre o uso de tecnologias

em suas atividades profissionais, como, por exemplo, o uso de redes sociais e ferramentas de acesso aos meios tecnológicos para comunicação com a Biblioteca.

Entre os 80 usuários que responderam à questão sobre o uso das redes sociais como ferramenta de apoio para o desempenho de suas atividades profissionais, 34 declararam usá-las e 46 negaram esse uso. Porém, quando questionados sobre a participação da Biblioteca em redes sociais, 55 usuários entre 74 respondentes, acreditavam que o Setor deveria participar das redes sociais.

A importância da participação da Biblioteca em redes sociais é fortalecida nas afirmações de Luz (2010, p. 64) a respeito da representação das pessoas no mundo virtual, a partir do advento das redes sociais, bem como na opinião de Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p.93-94), os quais são favoráveis ao compartilhamento de informações e conhecimentos em ambientes organizacionais a partir das redes sociais.

A participação da Biblioteca do CFC em redes sociais permitiria maior interação e relacionamento entre os usuários e a Biblioteca. Isso porque o uso dessa ferramenta possibilitaria maior divulgação e conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos, conhecimentos sobre as demandas de informação de seus usuários e, conseqüentemente, melhores condições para o atendimento dessas necessidades informacionais.

Quanto ao uso da *Internet* para busca de informações via acesso ao *site* do CFC e da Biblioteca, verificou-se que entre 77 usuários, 52 o acessam, preferencialmente, de casa ou do trabalho e que apenas 21 usuários usam *tablets* ou *smartphones* entre os 73 usuários que têm acesso aos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca.

Embora ainda pequeno o número de usuários que usam *tablets* e *smartphones*, percebe-se que, para esse grupo, esses equipamentos, por serem portáteis, permitem o acesso à página do CFC e ao *link* da Biblioteca para acesso às informações, produtos e serviços oferecidos a qualquer hora e de qualquer lugar.

Entre os 21 usuários que usam *tablets* ou *smartphones* para buscar informações via o acesso ao *site* do CFC e o da Biblioteca, seis são contadores (18,75%), 12 são profissionais de nível superior de outras áreas (31,58%) e três são de nível médio (21,43%). Logo, os dados sugerem um perfil mais conservador dos contadores do CFC usuários da Biblioteca quanto ao uso de novas tecnologias para acessar a *Internet*

Portanto, a Biblioteca, ao oferecer seus produtos e serviços para atender às demandas informacionais dos seus usuários, deve também levar em consideração as diferentes características dos grupos atendidos por ela.

Com relação ao interesse em receber informações sobre as coleções e os serviços da Biblioteca via *Internet*, entre os 75 servidores que se manifestaram a esse respeito, 61 deles gostariam de receber essas informações via *Internet*. Porém, ao analisar o nível de escolaridade desses 61 servidores, 29 deles eram graduados em nível superior, sendo 23 contadores. Esses resultados sugerem que os contadores parecem não demonstrar maior familiaridade com o uso da *Internet*.

O interesse dos usuários no recebimento de informações via *Internet*, revela certa familiaridade com o uso da rede, considerando que os cenários organizacionais onde o emprego das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC) propicia um ambiente cada vez mais dinâmico de fluidez rápida e contínua de informações, essencial para o desenvolvimento das atividades profissionais na organização. Mesmo porque “a facilidade para uso da *Internet* é uma exigência no mercado da informação.” (SOUTO, 2005, p. 46).

Quanto às demais características do perfil socioeconômico dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca, destacam-se as variáveis referentes ao grau de escolaridade, o cargo ocupado no CFC, distribuição dos cargos comissionados e o tempo de cargo comissionado no CFC visualizadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Perfil socioeconômico dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca

Categoria		N.º	%
ESCOLARIDADE	Ens. Fund.	1	1,17
	Ens. Méd./Téc.	14	16,47
	Graduação	34	40
	Especialização	36	42,35
	Mestrado	0	0
	Doutorado	0	0
	Pós-doutorado	0	0
Total		85	99,99
CARGO	Sim	20	23,52
COMISSIONADO	Não	63	74,11
	Não informado	2	2,35
Total		85	99,98
TOTAL		85	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto ao grau de escolaridade, 36 servidores são especialistas e 34 são graduados em nível superior. Este grau de escolaridade reflete a política de qualidade implantada no CFC, no que diz respeito à capacitação do seu corpo funcional. Isso porque o fortalecimento da força de trabalho se reflete na melhoria dos serviços prestados pelo órgão à classe contábil e à sociedade, pois

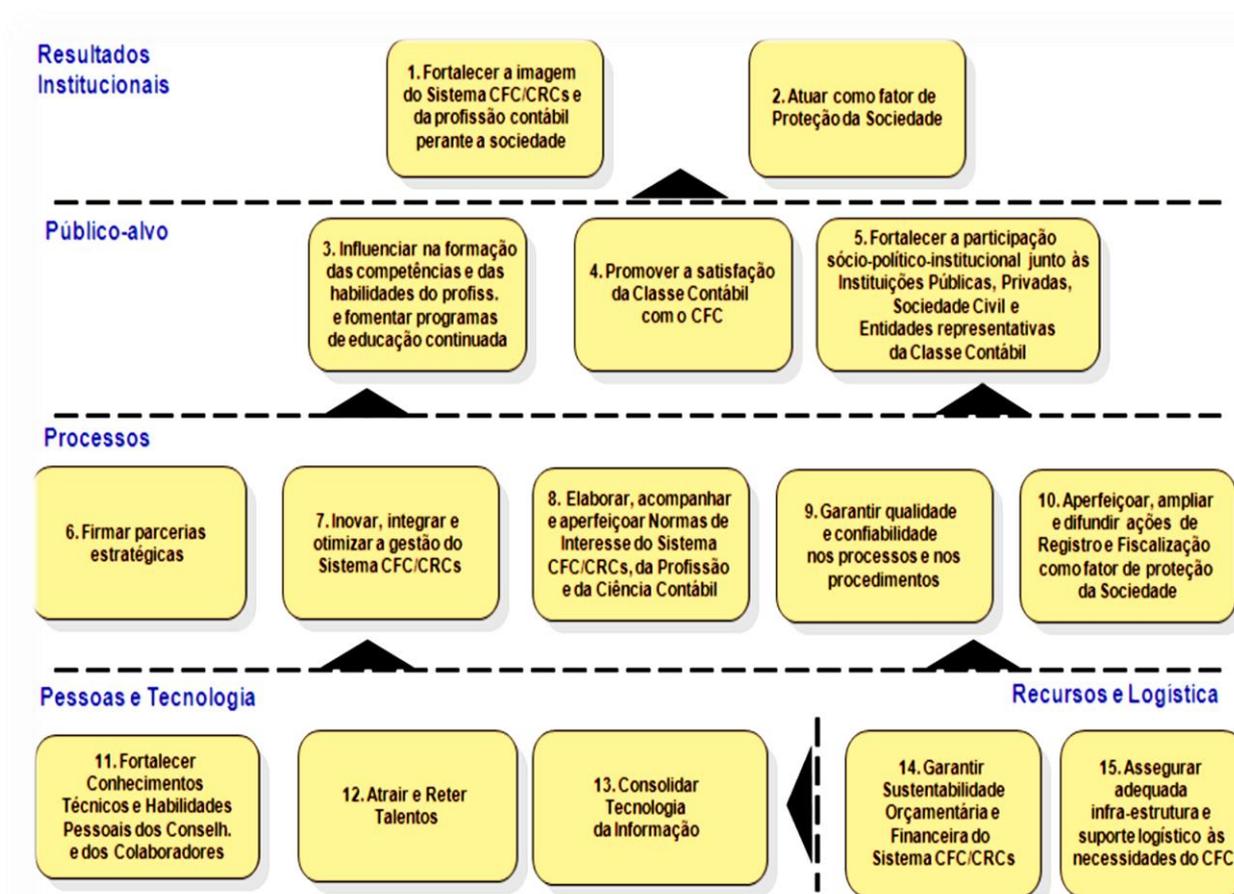
as Políticas de Gestão de Pessoas do CFC enfatizam o aprimoramento profissional de seus funcionários, buscando compatibilizar as competências e expectativas individuais com as necessidades e objetivos da organização. Ao oferecer incentivos ao desenvolvimento, tais políticas agregam valor, por meio do impacto positivo na empregabilidade de seus funcionários e da elevação do patamar de competitividade da Entidade. Para tanto, fundamentam-se no (a):

- Desenvolvimento Profissional;
- Gestão Participativa;
- Remuneração e Benefícios Praticados no Mercado;
- Compromisso com as Gerações Futuras;
- Valorização da Diversidade;
- Compromisso com a Inclusão Social (CFC, [entre 2006 e 2009], p. 11)

No mapa estratégico do CFC, essa política é evidenciada no quadrante 11, no campo relativo a pessoas e tecnologias da Figura 5, que estabelece “fortalecer

conhecimentos técnicos e habilidades pessoais dos conselheiros e dos colaboradores.” (CFC, 2013).

Figura 5 – Mapa Estratégico do CFC



Fonte: Site do CFC (2013).

Apesar da política de incentivo ao desenvolvimento profissional dos funcionários do Conselho, verificou-se que, no período de realização da pesquisa, não havia mestres e doutores entre os servidores, embora no capítulo III itens 4.3.1 e 4.3.3 do Manual de Políticas do CFC essa política de incentivo seja evidenciada quando estabelece que

o CFC oferece aos seus funcionários subsídio parcial ao pagamento de cursos de pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado) em áreas afins à Contabilidade ou à área de atuação, o qual será concedido mediante critérios de elegibilidade a partir de solicitação de participação devidamente aprovada (CFC, [entre 2006 e 2009], p. 18).

A participação financeira do CFC será equivalente a 50% (cinquenta por cento) das despesas com matrícula e mensalidades escolares mediante a

apresentação mensal de comprovante de pagamento da última parcela vencida, para reembolso (CFC, [entre 2006 e 2009], p. 18).

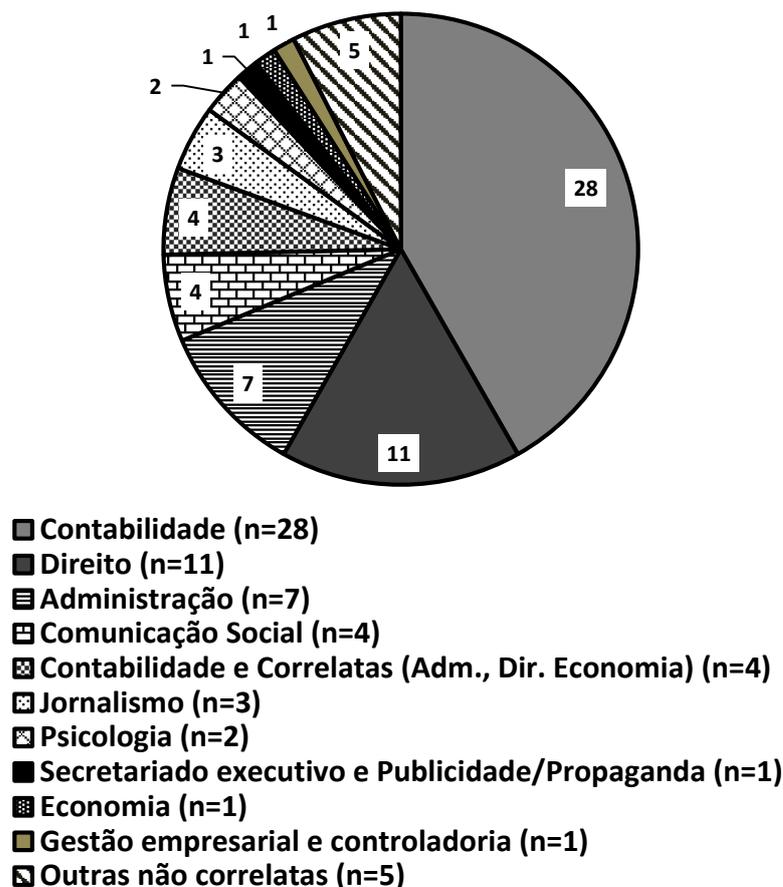
Em 2012, segundo o Balanço Socioambiental daquele ano, nove servidores foram beneficiados com o auxílio educação para cursos de pós-graduação e idiomas de um universo de 130 funcionários que compõem o quadro de pessoal do CFC.

Os dados sugerem que, embora a política do CFC incentive a qualificação do seu corpo funcional, talvez a formação de mestres e doutores esteja prejudicada em razão de não haver no Manual de Políticas da entidade procedimentos claros em relação ao horário especial de expediente para servidor estudante, tendo em vista que a maior parte desses cursos são realizados em horários incompatíveis com o horário de funcionamento do órgão.

Verifica-se que, no caso dos profissionais formados em Contabilidade, essa problemática é agravada, pois uma única instituição, a Universidade de Brasília, oferece cursos de Mestrado e Doutorado na região Centro-Oeste, segundo os dados coletados no *site* da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Quando analisadas as áreas de formação profissional e os dados relativos ao grupo dos que se declaram profissionais de nível superior, verificou-se que existem 70 usuários cuja área de formação profissional são apresentadas no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Área de Formação profissional



Fonte: Elaborado pelo autor

Por se tratar de uma autarquia corporativa (PINHEIRO, PEREIRA, 1999; CARVALHO FILHO, 2006; DI PIETRO, 2009) de fiscalização do exercício profissional contábil, seria esperado que a maioria de seus funcionários fossem formados em Contabilidade. Tal expectativa foi confirmada ao evidenciar que 32 usuários são formados em Contabilidade, 13 em Direito e 8 em Administração. O fato também foi comprovado em entrevista com o gestor do SEBIB, que informou que a maioria de seus usuários eram contadores.

Como as alternativas de opção de resposta para área de formação profissional permitiam que fossem assinaladas mais de uma área, foram constatadas 15 diferentes áreas de formação profissionais e que 6 usuários, além de serem formados em Contabilidade, também tinham formação profissional em outras áreas correlatas, sendo quatro em Direito, Administração e Economia e dois em Economia e Gestão Empresarial.

Verificou-se também a inexistência de mestres e doutores, entre os 32 contadores. Essa característica parece refletir o perfil dos contadores brasileiros, tendo em vista que, na pesquisa realizada pelo CFC em 2009, com a finalidade de se estudar o perfil do contabilista naquele ano, apenas 3% dos contadores eram mestres e 0,5% eram doutores de uma população de 19.918 pesquisados.

Ao verificar a quantidade de cursos de mestrados e doutorados em Contabilidade existentes no País, a partir de pesquisa realizada nos *sites* da CAPES e do Ministério da Educação, ficou constatado que existem 17 cursos de Mestrado, sete de Doutorado e três de Mestrado Profissional homologados pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) ou em fase de homologação. Observou-se ainda que esses cursos estão distribuídos em apenas 11 estados brasileiros, sendo a maior parte deles concentrados nas regiões Sul e Sudeste. Certamente, a inexistência de usuários mestres e doutores em Contabilidade pode estar relacionada à oferta reduzida desses cursos no País.

Uma característica importante foi percebida no universo de 70 usuários de nível superior, pois a maior parte que possui especialização é formada em Contabilidade. Entre os 32 contadores, 21 são especialistas e 11 graduados. Entre os 38 profissionais de outras áreas, há 15 servidores especialistas e 23 graduados.

No modelo NEIN, de González (2004), o autor sugere que os fatores internos relacionados ao conhecimento (atualização de seu conhecimento acadêmico, idiomas que domina, especialidade dentro do seu trabalho ou disciplina) e habilidades, hábitos e capacidades (de leitura, do uso de recursos informativos, capacidade de análise, síntese, aprendizagem, abstrações, facilidade de comunicação) influenciam o surgimento das necessidades de informação e o comportamento informativo dos usuários.

Portanto, presume-se que, para os contadores, a manifestação do surgimento da necessidade de informação, o comportamento informativo e a percepção da satisfação ou insatisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca tende a ser mais apurada, criteriosa e diferenciada. Isso porque, dos 36 usuários que apresentaram elogios, sugestões e críticas à Biblioteca, 15 são contadores.

Quanto ao cargo ocupado pelos servidores, entre os 78 que responderam ao questionário, 41 declararam seu enquadramento no Grupo de Atividades Técnico-Administrativas (GAT), 22 no Grupo de Atividades Especializadas (GAE), oito no

Grupo de Atividades Profissionais e Tecnológicas (GAP) e apenas sete no Grupo de Atividades Básicas (GAB) do CFC.

O Grupo de Atividades Especializadas (GAE) corresponde ao cargo ocupado pelos contadores no Plano de Cargos e Carreiras do CFC. Porém, ao cruzar os dados relativos ao cargo ocupado (Grupo de Atividades) no CFC com a área de formação profissional, observa-se que 10 desses usuários, embora sejam formados em Contabilidade, não ocupam o cargo destinado a esses profissionais no referido Plano de Cargos e Carreiras do CFC. Este fato pode sugerir que esses profissionais têm ocupado o cargo destinado ao Grupo de Atividades Técnico-Administrativas (GAT).

Quando questionados sobre o exercício de cargos comissionados, observou-se que 20 servidores ocupam esses cargos, enquanto 63 declararam que não. A distribuição dos cargos comissionados entre os 20 servidores é visualizada na Tabela 3.

Tabela 3 – Distribuição dos Cargos comissionados por categoria

Categoria	N.º	%
Assessor	0	0
Responsável	2	10
Gerente	10	50
Coordenador	7	35
Diretor	1	5
Total	20	100

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto ao tempo desses usuários nos cargos comissionados, dos 16 servidores que responderam ao questionário, verificou-se que sete estão no cargo entre 1 e 5 anos como gerentes. Logo, visualiza-se uma relativa experiência em cargos de gestão e maior rotatividade de gerentes em cargos comissionados.

Para os cargos de Coordenador e Diretor, cujas atividades são definidas no Plano de Cargos, Carreiras e Salários (PCCS) como de alta complexidade, verificou-se que apenas um servidor ocupa o cargo pelo período entre 1 e 5 anos e outro não respondeu a essa questão. Entre os que ocupavam esses cargos comissionados, dois eram gestores pelo período entre 5 e 10 anos e 4 por mais de 10 anos. Tais dados

podem demonstrar muita experiência em atividades complexas inerentes ao cargo de gestão ocupado.

Os servidores ocupantes desses cargos realizam atividades que envolvem a “liderança de equipes e a tomada de decisões que influenciam os processos organizacionais da instituição, desde autorização de despesas ao planejamento estratégico.” (CFC [entre 2006 e 2009], p. 71-72). Portanto, para esses servidores, o acesso às informações estratégicas (CUNHA; CAVALCANTI, 2008) e de negócios (MONTALLI, 1996 apud MONTALLI; CAMPELLO, 1997) são essenciais para a realização de suas atividades enquanto gestores da instituição.

Embora os ocupantes dos cargos comissionados exerçam atividades de alta complexidade, os dados extraídos do PCCS na análise documental permitiram a identificação e compreensão das especificações (nível de instrução, conhecimentos, habilidades, complexidade, autoridade) e descrição (missão e responsabilidade) de cada uma das funções e cargos dos servidores do CFC. Verificou-se a existência de uma variedade de funções entre os cargos (GAB, GAT, GAP e GAE) cujas atividades estão distribuídas entre baixa a alta complexidades, além de serem consideradas atividades estratégicas, ou não, em razão da função e do cargo ocupado.

Em razão dos distintos perfis demográficos e socioeconômicos dos servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca são diferentes as necessidades de informação, comportamentos informativos entre os sujeitos pesquisados. Portanto, os dados obtidos pela pesquisa quanto à satisfação desses usuários com a oferta de produtos e serviços da Biblioteca, no que se refere ao atendimento de suas necessidades de informação, podem ser úteis ao gestor do SEBIB como oportunidade para melhor compreensão da demanda informacional dos usuários no planejamento e otimização das atividades e recursos do Setor.

A análise permitiu verificar que as investigações desse tipo (estudos de usuários e de suas necessidades) devem fazer parte da rotina do SEBIB, mas precisam ser periodicamente reavaliados, tendo em vista que a influência de fatores internos e externos variam com o tempo e o perfil dos usuários, conforme evidenciado por González (2004, 2010).

Ao analisar e comparar os resultados desta pesquisa com o estudo de Santos (1999), que identificou as necessidades informacionais dos contadores do Distrito Federal, verificou-se que, naquele ano, entre os contadores do DF, existiam também

contadores que trabalhavam no CFC. Esse grupo era composto predominantemente por mulheres (n=8) em relação aos contadores do sexo masculino (n=5).

Em 2013, foi possível comparar o perfil dos servidores do CFC usuários da Biblioteca que são contadores com o perfil dos contadores do DF que trabalhavam no CFC, com base nos estudos de Santos (1999). Os resultados podem ser observados na Tabela 4.

Tabela 4: Comparação do perfil do contador do CFC usuários da biblioteca e do contador do DF que trabalhavam no CFC em relação ao gênero

Gênero	Contadores do DF que trabalhavam no CFC, segundo Santos (1999)	Contadores do CFC usuários da Biblioteca (2013)
Homens	5	20
Mulheres	8	12
Total	13	32

Fonte: Elaborado pelo autor

Decorridos 14 anos da realização da pesquisa de Santos (1999), observa-se que os resultados da presente pesquisa em relação ao gênero dos servidores-contadores do CFC, usuários da Biblioteca, em 2013, são quantitativamente diferentes, revertendo o perfil do contador servidor do CFC, ao revelar maior número de homens (n=20) do que de mulheres (n=12).

Caracterizados os perfis demográfico e socioeconômico dos servidores do CFC, apresenta-se a seguir a análise dos dados referentes à identificação das necessidades de informação dos servidores do CFC para o desempenho de suas atividades profissionais.

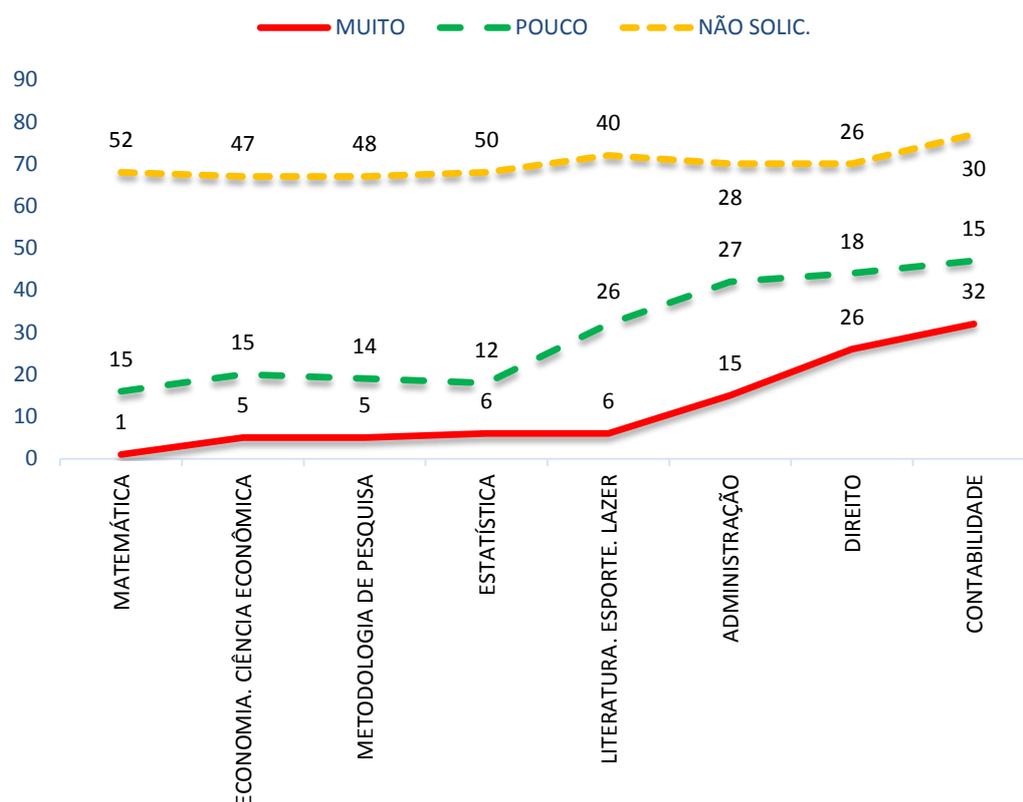
4.3 Identificação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca

Para identificar as necessidades de informação para o desempenho profissional dos servidores do CFC, foram utilizados os dados coletados nos questionários, na observação do *site* do CFC e da Biblioteca e na entrevista com o gestor. Foi necessário, primeiramente, identificar, na visão do gestor, as áreas relativas aos assuntos demandados pelos usuários e sua preocupação quanto a essa

demanda. Logo, nessa análise, é utilizada a combinação dos dados quantitativos e qualitativos obtidos do gestor da Biblioteca e dos usuários.

Quanto às áreas de interesse dos assuntos pesquisados e a frequência dessas solicitações pelos usuários, os resultados estão estruturados no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Áreas dos assuntos solicitados pelos servidores do CFC em relação à frequência das solicitações



Fonte: Elaborado pelo autor

Os assuntos da área de Contabilidade são muito solicitados por 32 servidores, seguidos pelos temas do Direito, que são muito solicitados por 26 servidores, e da área de Administração (15 servidores). Embora Matemática, Economia e Metodologia também se configurem como áreas correlatas à Contabilidade, os assuntos dessas áreas do conhecimento são menos solicitados do que os assuntos relacionados à Literatura, Esportes e Lazer. Esses resultados confirmam, em parte, os dados obtidos na entrevista com o gestor, que afirmou que as áreas mais solicitadas são a Contabilidade e suas correlatas.

Quando tabuladas as áreas dos assuntos mais solicitados em relação ao número de servidores do CFC com formação profissional da mesma área, observa-se

que as áreas que concentram o maior número de assuntos solicitados são aquelas que também concentram o maior número de profissionais entre os servidores do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca.

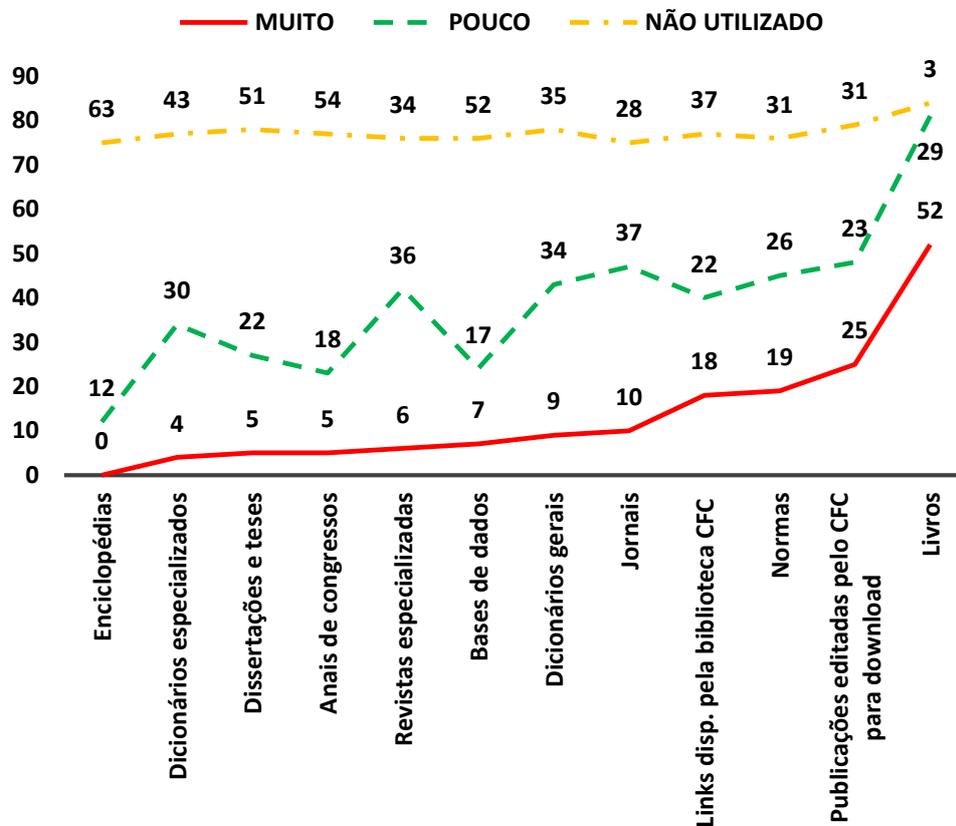
Tais resultados sugerem que as principais necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais por esses usuários a serem atendidas pela Biblioteca também estão relacionadas às áreas que concentram o maior número de assuntos solicitados e de profissionais, que são a Contabilidade, o Direito e a Administração.

Tendo em vista que no cadastro de usuários da Biblioteca não constam informações sobre a formação profissional, sugere-se a inclusão dessas informações no cadastro, como alternativa para melhor compreensão da demanda informacional desses usuários.

Porém, quando analisados os assuntos mais solicitados pelos usuários que não possuem formação de nível superior (n=15), as principais áreas dos assuntos muito solicitados são a Administração, com seis solicitações, Literatura e Contabilidade, que apresentaram quatro solicitações em cada área.

Para acessar a informação de interesse para o desenvolvimento de suas atividades profissionais, os servidores do CFC, usuários da Biblioteca utilizam diferentes fontes de informação. No Gráfico 3, pode ser visualizada a frequência de uso das diferentes fontes de informação disponíveis na no Setor.

Gráfico 3 – Frequência de uso das fontes de informação da biblioteca pelos servidores do CFC



Fonte: Elaborado pelo autor

De acordo com o Gráfico 3, a fonte de informação mais utilizada no Setor pelos servidores é o livro. Entre os 84 usuários que responderam à pesquisa, 52 declararam utilizar essa fonte de informação com muita frequência.

A segunda fonte de informação mais utilizada por 25 servidores são as publicações editadas pelo CFC disponíveis para *download*. Embora essas publicações sejam voltadas à Contabilidade, entre esses 25 servidores, apenas 13 são formados em Contabilidade.

As fontes de informação que apresentaram o maior número de rejeição pelos servidores foram as enciclopédias, pois, entre 75 servidores que responderam à questão, essa fonte é rejeitada por 63 que declararam não utilizá-la.

O modelo adotado pelo CFC para o desenvolvimento do seu corpo funcional é o de Gestão de Pessoas por Competência (GPC). Segundo o Manual de Políticas do CFC,

trata-se de um modelo dinâmico que tem como referência a estratégia da Entidade para direcionar as ações de desenvolvimento, gestão de carreira e desempenho, mediante a captação, retenção e desenvolvimento das competências necessárias ao alcance dos objetivos estratégicos (CFC, [entre 2006 e 2009], p. 16).

Entre as responsabilidades do modelo adotado estão:

Identificar e consolidar junto às áreas clientes as necessidades de Treinamento, Desenvolvimento e Educação (TD&E), tendo como subsídios o Levantamento de Necessidades de Treinamento (...);
Desenvolver um Plano Anual de Treinamento, juntamente com as áreas clientes, respeitando-se o orçamento geral e as normas da ISO 9001:2000 (CFC, [entre 2006 e 2009], p. 16).

Percebe-se, a partir dos resultados obtidos sobre a **frequência de uso das fontes de informação** disponíveis no Setor pelos servidores, que, apesar do esforço da entidade em capacitar, especializar, atualizar e qualificar os seus funcionários por meio de programas anuais de treinamento e de incentivo ao ingresso em programas de pós-graduação e idiomas, os servidores, em sua maior parte, não estão utilizando as fontes de informação mais atualizadas (revistas especializadas, anais de congressos, dissertações e teses). Essas fontes apresentaram os maiores índices de não utilização por parte dos usuários.

Tal fato reforça a importância do incentivo do Conselho à capacitação funcional dos servidores, porque

normalmente os cursos de especialização e aperfeiçoamento têm objetivo técnico profissional específico sem abranger o campo total do saber em que se insere a especialidade. São cursos destinados ao treinamento nas partes de que se compõe um ramo profissional ou científico. Sua meta é o domínio científico e técnico de uma certa e limitada área do saber ou da profissão, para formar o profissional especializado. (CAPES, 2013).

Já os cursos de mestrado e doutorado (*strictu sensu*) em Contabilidade, ainda em número reduzido, são

de natureza acadêmica e voltada para a produção de conhecimento, tecnologia e inovação, tem como objetivo principal a formação de recursos humanos com amplo domínio de seu campo de saber para o exercício das atividades de ensino, pesquisa e extensão bem como de outras atividades profissionais em todas as áreas do conhecimento, observando os aspectos éticos inerentes a essas atividades, (UFMS, 2008, p. 1).

Considera-se, então que profissionais com a titulação de mestres e doutores são mais qualificados e familiarizados, levando-se em consideração a formação de recursos humanos com amplo domínio de seu campo de saber. Portanto, a

necessidade por parte da entidade em fomentar e estimular a formação de mestres e doutores no ambiente organizacional fortalece a força de trabalho e se reflete em melhoria dos serviços prestados à classe contábil e à sociedade.

Porém, para o fortalecimento dessa da força trabalho, é necessário que os profissionais desenvolvam habilidades, conhecimentos, atitudes e senso crítico sobre o cenário e o ambiente atual que os cercam, habilidades essas inerentes aos pesquisadores.

Conforme informado pelo gestor do SEBIB, não há um levantamento sobre as fontes de informação e frequência de uso por área ou por tipo de usuário. Verificou-se que o relatório estatístico do sistema utilizado pela Biblioteca informa somente as fontes de informação que foram emprestadas e não informa sobre as mais consultadas.

A identificação da demanda em relação às fontes de informação requer a compreensão tanto em relação às fontes emprestadas como as consultadas. Tendo em vista as possibilidades de tomar conhecimento sobre o que se consulta na base de dados e no espaço físico da Biblioteca, isso pode direcionar as ações para melhorar o atendimento das necessidades de informação dos usuários que solicitam informações ao Setor.

Quanto ao horário de funcionamento do SEBIB, observou-se que, dos 83 usuários que responderam a este questionamento, 29 frequentavam a Biblioteca no horário do almoço (entre 12h e 14h); 16 usuários, entre 8h e 12h; 11, no período de 14h às 18h; e 27 não frequentavam a Biblioteca.

Quando questionados sobre o motivo de não frequentarem a Biblioteca, oito servidores relataram falta de tempo; quatro adquiriam livros e pesquisavam na *Internet*; um usuário informou não concordar com a política de utilização da Biblioteca; e oito declararam que não havia necessidade de ir à Biblioteca.

Solicitados a avaliar o horário de funcionamento do SEBIB, verificou-se que entre os 83 servidores que responderam à questão, 72 informaram que o horário atendia a rotina de trabalho; oito gostariam que fosse diferente; e três informaram não atender à rotina.

Entre os oito servidores que informaram que gostariam que o horário fosse diferente, sete sugeriram horários após o expediente, estendendo-se até as 20h ou aos sábados até as 13h; um servidor sugeriu mudança na política de utilização da Biblioteca.

Tabela 5 – Frequência de solicitação de informações à Biblioteca pelos servidores do CFC

Frequência	N.º	%
> 1 vez semana	3	3,52
1 vez semana	5	5,88
Quinzenalmente	14	16,47
Mensalmente	18	21,17
> 1 vez semestre	18	21,17
Semestralmente	11	12,94
1 vez ano	10	11,76
Não solicitado	4	4,70
Não informado	2	2,35
Total	85	99,96

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação à frequência com que os servidores usam ou buscam informações no Setor, para o desempenho de suas atividades profissionais, nota-se que as ocorrências de maiores frequências (n=18) foram registradas entre as referentes a “mensalmente” e “mais de uma vez por semestre”.

Quando somadas as ocorrências informadas pelos 83 servidores que responderam à questão, considerando como linha de corte a metade das frequências indicadas na Tabela 5, isto é, agrupando-as em dois grupos de (a) maiores frequências, desde “> 1 vez semana” até “> 1 vez semestre” e de (b) menores frequências, de “semestralmente” até “não solicitado”, tem-se como somatório de frequências que o total de servidores com maiores frequências é de 58 e o total de servidores com menores frequências é de 27. Portanto, o somatório de servidores que pouco frequentam a Biblioteca é menor que o somatório daqueles com maiores frequências. Esses resultados não foram confirmados na entrevista com o gestor, que informou que a Biblioteca é pouco frequentada pelos servidores do CFC.

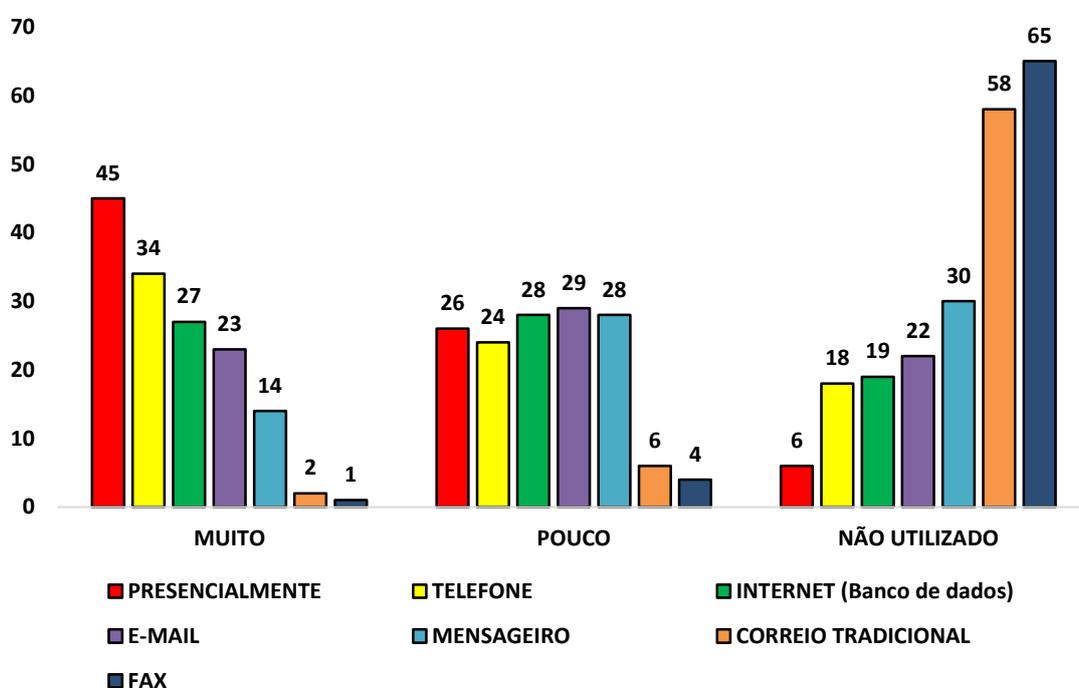
Para o gestor, a mudança no horário de funcionamento do Setor aumentaria a frequência dos servidores, já que, para se “atender a um número maior de pessoas é necessário também que haja um horário diferenciado”, pois “o período de maior movimento é o do almoço.” Talvez a interpretação do gestor possa estar baseada na ideia de que, durante o horário de expediente, os servidores estejam desempenhando suas atividades profissionais e isso os impede de frequentar o Setor.

Com vistas a incrementar o número de usuários, uma mudança de horário de funcionamento da Biblioteca já havia sido solicitada pelo gestor do SEBIB, com a devida alteração no Art. 7º da Portaria CFC n.º 73/2009, porém a proposta não foi autorizada pela entidade.

Apenas um servidor manifestou o seu descontentamento em relação à política de utilização da Biblioteca, solicitando modificações para que os produtos e serviços oferecidos fossem compatíveis com a demanda dos servidores no desempenho de suas atividades profissionais. Embora apenas um servidor tenha se manifestado, considera-se relevante que a Biblioteca reflita sobre a possibilidade de abertura para o recebimento de críticas, sugestões e elogios. Enfim, o estabelecimento de um efetivo canal de relacionamento entre o SEBIB e seus usuários é fundamental para conhecer a demanda de informação dos usuários para melhor atendê-los.

Para buscar a informação relativa ao desempenho de suas atividades profissionais, os servidores declararam que vão pessoalmente ou utilizam o telefone para se comunicarem com o Setor. A frequência de uso dos canais de comunicação dos servidores com a Biblioteca pode ser observada no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Frequência de uso dos canais de comunicação com a Biblioteca pelos servidores do CFC



Fonte: Elaborado pelo autor

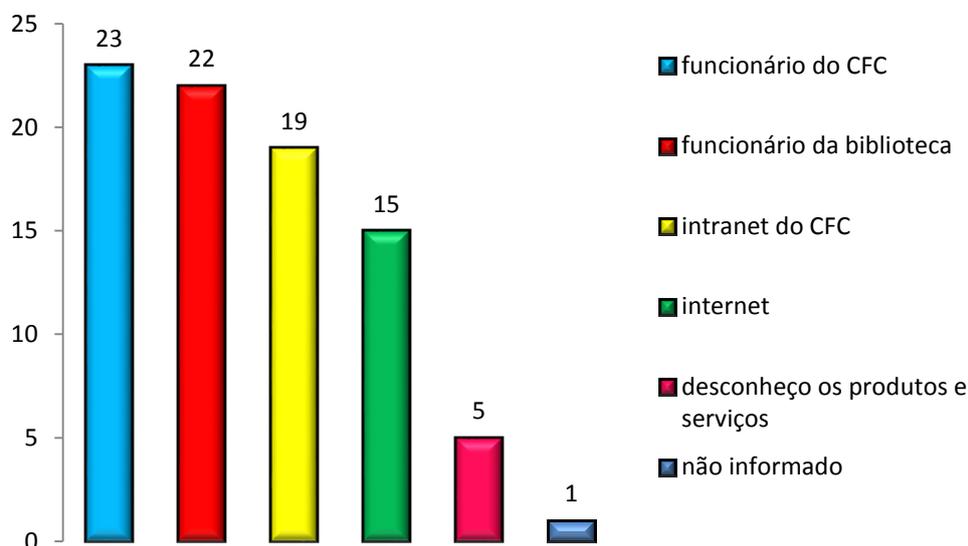
O gestor declarou, ainda, que os canais de comunicação com a Biblioteca mais utilizados pelos servidores do CFC eram o contato pessoal — realizado presencialmente pelo servidor — e o telefone, principalmente em razão de uma aparente dificuldade/resistência dos servidores em utilizar o banco de dados que está disponível via *Internet*.

Entre os 36 servidores que emitiram opiniões sobre o Setor, um comentário chamou a atenção por corroborar a visão do gestor para a aparente dificuldade de se consultar o banco de dados disponível na *Internet*. O funcionário informou que gostaria que o SEBIB divulgasse e demonstrasse mais os serviços disponíveis ao quadro de pessoal do CFC.

Sob uma análise mais ampla, percebe-se que não basta divulgar, faz-se imprescindível demonstrar como funciona e para que serve cada um dos serviços oferecidos.

O Gráfico 5 traz a divulgação dos produtos e serviços e identifica a forma pela qual os servidores tomam conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca.

Gráfico 5 – Conhecimento dos produtos e serviços da Biblioteca pelos usuários



Fonte: Elaborado pelo autor

Entre os 84 servidores que informaram como tomaram conhecimento dos produtos e serviços oferecidos pelo SEBIB, 45 responderam tê-los conhecido por meio de funcionários do CFC ou da própria Biblioteca. Esses resultados sugerem que o

Setor precisa aprimorar mais os canais de divulgação, tendo em vista que o próprio regulamento, no Art. 5º, inciso VIII, e Art. 6º, incisos VI, VIII e IX, atribui essa competência à Biblioteca e ao seu gestor.

Somando-se os resultados sobre o conhecimento dos produtos e serviços por meio de funcionários do CFC e da Biblioteca para comparar com o somatório dos resultados sobre o conhecimento dos produtos e serviços via *Intranet* e *Internet*, observou-se que o meio digital não foi o mais utilizado pela maior parte dos usuários para tomar conhecimento dos produtos e serviços da Biblioteca.

Como a *Internet* e a *Intranet* são canais de comunicação de maior alcance para a divulgação dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca, sugere-se que esses canais venham a ser mais bem explorados pelo Setor.

Quanto ao interesse da Biblioteca em saber o que os usuários precisam para realizarem o seu trabalho, para 42 servidores dos 76 que responderam a este questionamento, a Biblioteca não demonstra interesse no atendimento de suas necessidades de informação, embora, na visão de 81 dos 82 que responderam sobre esta questão, o SEBIB tenha demonstrado gentileza no atendimento.

Analisando separadamente as respostas de cada um dos grupos de servidores do CFC usuários do Setor (contadores, profissionais de nível superior, médio e fundamental) que compõem o quadro de usuários internos, verificou-se que entre os 42 (49,41%) usuários que declararam que a Biblioteca não demonstra interesse em saber o que precisam para a realização de suas atividades profissionais, 21 são profissionais de nível superior, 15 são contadores, cinco possuem ensino médio e um apresenta ensino fundamental.

Foi constatado um percentual relativamente alto do não interesse da Biblioteca no atendimento de necessidades de informação dos usuários, segundo a percepção da maior parte dos demandantes de informação que responderam ao questionamento proposto. Como na entrevista o gestor revelou que não são realizados estudos de usuários e que a comunicação com os usuários demonstra dificuldades por parte da Biblioteca em contactar o seu público, tais fatos podem justificar os resultados apresentados.

Logo, observa-se que a comunicação do Setor com os seus usuários apresenta sérios problemas que precisam de uma análise mais profunda por parte do gestor para a reavaliação e readequação das práticas adotadas de comunicação com seu público, considerando que a tentativa de comunicação com seus usuários não

produz o resultado esperado em virtude da sugestiva insatisfação demonstrada nesse questionamento. Os resultados também revelam que os servidores gostariam de receber as informações por iniciativa da própria da Biblioteca.

Em um universo de 36 usuários que emitiram opinião sobre o atendimento da Biblioteca, 10 foram críticas, quatro foram elogios e nove foram sugestões.

Quanto às críticas, três foram relativas à não demonstração de interesse por parte do SEBIB, quatro foram relativas ao barulho no ambiente, duas sobre políticas de utilização e uma sobre atendimento da necessidade de informação. Quanto aos elogios, dois foram em relação ao atendimento das necessidades de informação e dois em relação aos produtos e serviços oferecidos.

Em relação às sugestões, sete foram sobre o horário de funcionamento, uma sobre normas de utilização, uma sobre ampliação de serviço virtual e outra sobre inovação de obras de áreas correlatas para atendimento da necessidade de informação.

a) Críticas em relação ao atendimento da Biblioteca:

- “O atendimento deveria ser melhor, demonstrando interesse em ajudar as pessoas que lá chegam para realizarem suas pesquisas ou, até mesmo, estudarem.”
- “O atendimento precisa melhorar e demonstrar mais interesse.”
- “Já precisei de livros relativos à Comunicação Social e não havia nenhum relacionado. Deixei a solicitação para aquisição das obras, porém não obtive resposta.”

Os comentários dos usuários que se manifestaram, no que se refere ao atendimento, confirmam os percentuais apresentados sobre o interesse da Biblioteca em atender as suas necessidades de informação.

Considerando as proposições de Baptista (1985) e Amaral (2007) sobre os benefícios do *marketing*, no que concerne ao relacionamento com os usuários e à relação de troca entre a organização e o seu público, observa-se que, se na percepção de uma das partes envolvidas é demonstrado relativo grau de desinteresse, o relacionamento fica prejudicado, dificultando as relações de troca.

Relações sobre o barulho no ambiente da Biblioteca:

- “Mais silêncio dentro da Biblioteca.”

- “Implementação de escudo acústico.”
- “Algumas vezes, os funcionários da Biblioteca fazem muito barulho, atrapalhando os estudos dos usuários.”
- “O sistema e os serviços oferecidos pela Biblioteca atendem as minhas necessidades, mas só falta um pouco de silêncio dentro da mesma.”

Uma vez que os espaços internos de bibliotecas são destinados ao estudo e à produção de conhecimento por seus usuários e frequentadores, infere-se que esses ambientes devam ser silenciosos, visto que as atividades desenvolvidas nesses recintos requerem a concentração para a assimilação de conteúdos.

Verificou-se, por meio da observação do espaço físico da Biblioteca, não haver separações de áreas para a prática de leitura e estudo dos frequentadores, acervo e espaço de trabalho dos funcionários. Isso porque a área reservada aos funcionários do Setor é separada apenas por vidro, sem tratamento acústico.

Entre as ações, recomendam-se campanhas educativas em todos os ambientes do CFC; a conscientização dos frequentadores da Biblioteca; e a afixação de placas informativas sobre a prática do silêncio no ambiente interno da Biblioteca, com vistas ao atendimento das manifestações dos usuários e ao Regulamento do SEBIB, que traz em seu Art. 54 que será exigido “silêncio e respeito no recinto da Biblioteca.” (CFC, 2009).

Comentários dos usuários quanto à política de utilização da Biblioteca:

- “Só recebo aviso da Biblioteca quando o material está em atraso.”
- “Com o estabelecimento de um Manual de Utilização da Biblioteca, houve a burocratização do serviço, criando empecilhos desnecessários aos usuários internos, tais como a suspensão por atraso na devolução de empréstimos. Utilizava-a para fins de melhoria de minhas atividades internas. Por conta das dificuldades impostas, resolvi não mais utilizar os serviços da Biblioteca.”

A política de utilização de bibliotecas deve ser elaborada, levando-se em consideração também o perfil dos usuários atendidos por essas unidades, as

atividades exercidas pelos usuários, suas necessidades de informação e seu comportamento diante da informação.

Em razão da inexistência de estudos de usuários realizados pela Biblioteca, os resultados sugerem que pode haver um desencontro entre usuários (demandantes) e biblioteca (ofertante) em relação aos produtos e serviços oferecidos.

Comentários dos usuários relativos ao atendimento das necessidades de informação:

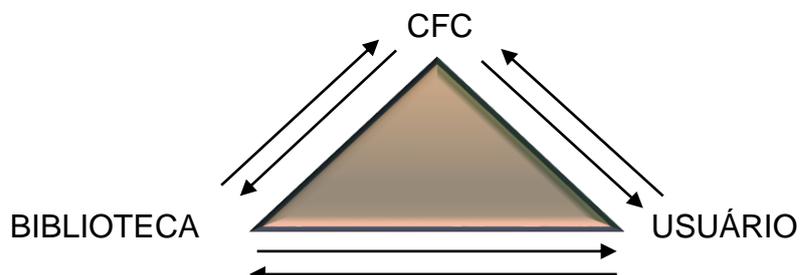
- Reclamação: “A biblioteca não supre as minhas necessidades no fornecimento de material na área de Direito.”
- Elogio: “Para a atual necessidade do meu trabalho, a Biblioteca me atende perfeitamente.”
- Elogio: “Só tenho elogios a fazer quanto aos funcionários da Biblioteca do CFC, pois, por ser uma área específica, Ciências Contábeis, eles estão sempre atualizando o acervo.”

Comentários elogiosos sobre os produtos e serviços oferecidos:

- “Continuem sempre assim, prontos para atender com excelência e com o comprometimento no trabalho.”
- “Entendo que a Biblioteca do CFC é muito útil. Não só à clientela externa quanto à interna. No meu caso, a procura pelos serviços da Biblioteca varia de acordo com as atividades que desenvolvo. Determinadas atividades requerem a busca por diversos serviços disponíveis na Biblioteca do CFC.”

Verificaram-se distintas opiniões sobre o mesmo aspecto, o atendimento da necessidade de informação e a satisfação dos usuários em relação aos produtos e serviços oferecidos. Portanto, é essencial que a Biblioteca considere as opiniões dos usuários, analise-as e trabalhe, sistematicamente, o tripé, os usuários, a unidade de informação e a instituição, em virtude do vínculo entre as entidades que objetivam a melhoria e o fortalecimento do papel desempenhado por cada um em suas respectivas esferas de atuação, como mostra a Figura 6.

Figura 6 – Integração de atividades e relacionamentos



Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação às sugestões sobre o horário de atendimento, os comentários foram:

- “Horário estendido aos funcionários do CFC. Sugestão de 8h às 20h de segunda a sexta e aos sábados até as 13h, com atendimento por funcionário terceirizado.”
- “Funcionamento após o final do expediente para atendimento interno”;
- “Até as 20h.”
- “Fosse até as 20h.”
- “O horário deveria ser estendido.”
- “Aos sábados também.”
- “Aberto até as 20h.”

Comentários sobre as normas de funcionamento:

- “O prazo para devolução poderia ser mais longo.”

Embora o prazo de empréstimo seja de 12 dias para os usuários e de 30 dias para os conselheiros do CFC, conforme consta no Regulamento do SEBIB, no Art. 32 (CFC, 2009), constata-se que na opinião de um usuário esse prazo é insuficiente.

Em relação ao horário de funcionamento, ao se analisarem as respostas sobre a não frequência à Biblioteca por falta de tempo e a opinião do usuário sobre o prazo de empréstimo regulamentar, evidenciou-se a possibilidade de os usuários estarem sobrecarregados em suas atividades profissionais e que

os prazos do regulamento, em casos específicos podem não ser condizentes com a realidade do desempenho profissional.

Sugestões apresentadas pelos usuários sobre:

- Atendimento virtual: “Acredito que o atendimento virtual é cada dia mais importante, pois agiliza tanto a pesquisa quanto o atendimento. Entendo, contudo, fundamental o espaço físico da Biblioteca para fins de estudos mais prolongados.”
- Inovação em áreas correlatas: “Gostaria de que a Biblioteca do CFC buscase inovações nas obras de outras profissões julgadas afins, como Economia, Direito, Finanças Públicas, e nas áreas internas, tais como Trabalhista e Previdenciária, Controle Interno, Auditoria e Perícia Contábil.”

Na entrevista, o gestor informou que, anualmente no mês de agosto, é enviado *e-mail* para todos os gestores das unidades administrativas para que vejam com as suas respectivas equipes quais os materiais de interesse da área sob sua gestão e quais materiais atendem para o trabalho. Segundo palavras do gestor, o “*feedback* é zero, com raríssimas exceções.”

Para o gestor, em razão da dificuldade de se obter *feedback*, a seleção de novas aquisições é feita baseada nas informações verificadas na demanda dos usuários por solicitação de empréstimo, nas informações que são preenchidas no perfil de interesse do usuário no sistema utilizado pela Biblioteca e por meio das pesquisas realizadas nas áreas de Contabilidade e correlatas.

Ao permitir que as informações sobre os assuntos de interesse sejam encaminhadas por meio das gerências de cada área, essa informação pode não refletir o interesse específico do servidor que atua no nível operacional, se ele não for consultado pelo gerente. Isso pode ser evitado quando o contato é realizado diretamente com os usuários, sendo possível a utilização de diferentes modelos e ferramentas na realização do estudo de usuários para identificar suas necessidades de informação e relação entre a oferta e demanda de informação entre a Biblioteca e seus usuários.

O estudo de usuários realizado nesta pesquisa utilizou o modelo proposto por González (2004) para identificação das necessidades de informação dos servidores

do CFC cadastrados como usuários da Biblioteca. O modelo contribuiu para identificar com mais clareza o surgimento, o comportamento dos usuários e sua satisfação, ou não, em relação ao atendimento das necessidades informacionais dos servidores para o desempenho de suas atividades profissionais pelos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca. Foi importante o contato direto com o usuário da do Setor, sem a necessidade de intermediários nesse processo de comunicação e interação com aqueles que devem ser atendidos em suas demandas de informação pela oferta do SEBIB.

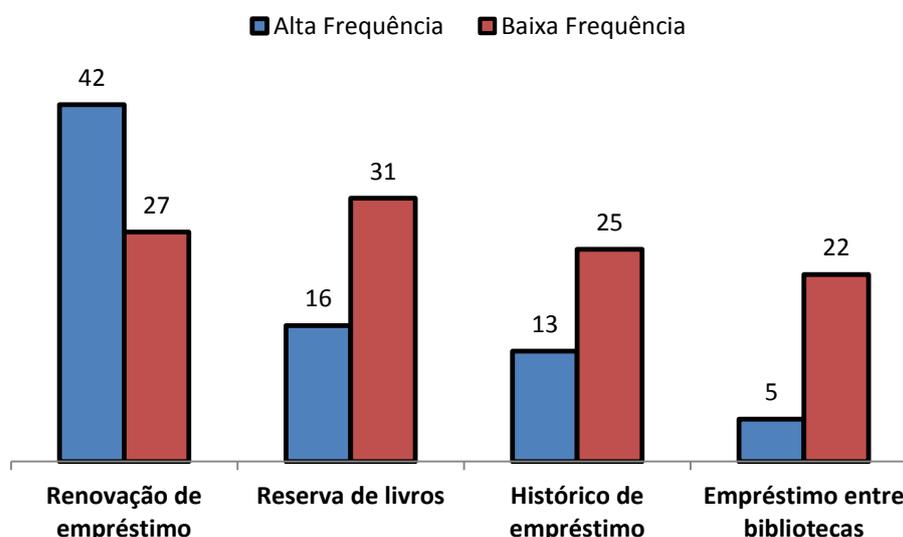
A comunicação precisa ser clara, objetiva e com a incidência mínima de ruídos que possam comprometer o processo para conhecer a relação entre a oferta dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca e a demanda pelos seus usuários.

Na opinião dos usuários, os funcionários do Setor são gentis no atendimento, mas gostariam de maior participação por parte da Biblioteca, para que as solicitações encaminhadas por eles fossem respondidas.

Os usuários foram questionados em relação a cada um dos produtos e serviços oferecidos pelo SEBIB, para informar se atendiam as suas necessidades de informação.

Para os produtos e serviços relacionados ao empréstimo, foi elaborado o Gráfico 6, que mostra, na visão dos servidores do CFC, a frequência de atendimento de suas necessidades de informação para o desempenho de suas atividades profissionais.

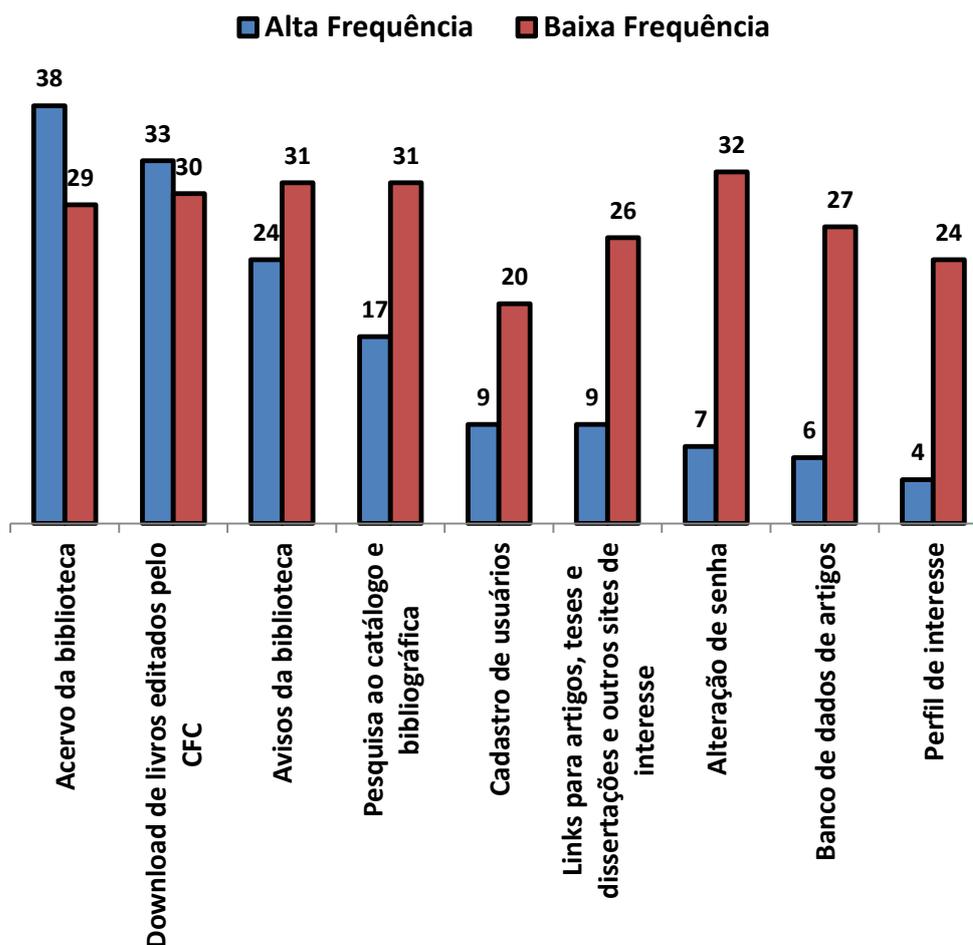
Gráfico 6 – Frequência de atendimento das necessidades de informação pelos produtos e serviços oferecidos relacionados ao empréstimo



Fonte: Elaborado pelo autor

A frequência de atendimento das necessidades de informação pelos demais produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca que não estão diretamente relacionados ao empréstimo, é visualizada no Gráfico 7.

Gráfico 7 – Frequência de atendimento das necessidades de informação pelos produtos e serviços oferecidos não relacionados ao empréstimo

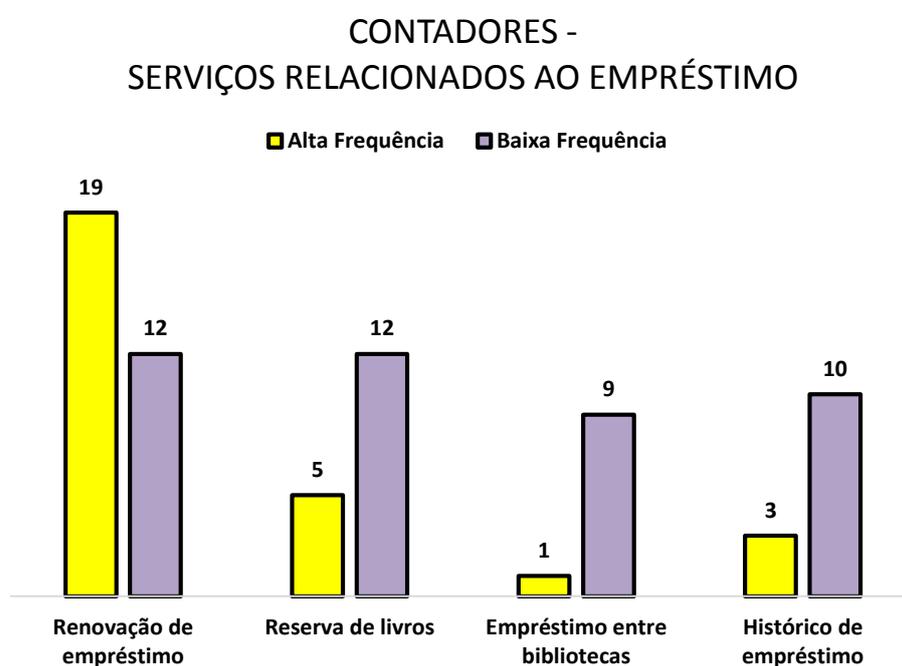


Fonte: Elaborado pelo autor

Ao se analisarem os Gráficos 6 e 7, percebe-se que a renovação de empréstimo, o acervo e o *downloads* de livros editados pelo CFC são os serviços oferecidos pela Biblioteca que atendem às necessidades informacionais da maior parte dos servidores do CFC usuários do SEBIB para o desempenho profissional. Porém, serviços como alteração de senha, reserva de livros, avisos da Biblioteca e pesquisa ao catálogo e bibliográfica precisam ser melhorados, tendo em vista que esses serviços obtiveram a maior rejeição pelos usuários para atendimento de suas necessidades de informação.

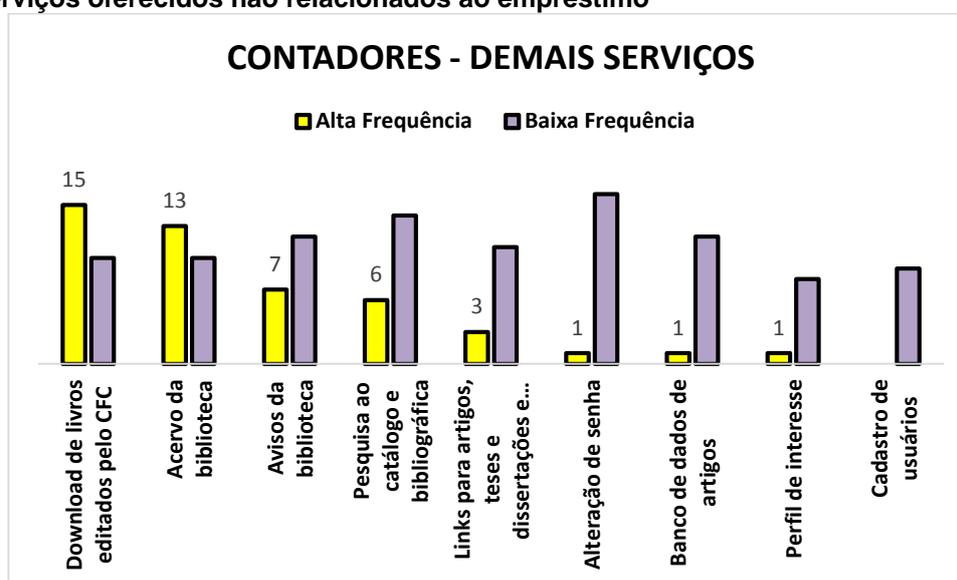
Quando analisada a **frequência de atendimento das necessidades de informação dos contadores pelos produtos e serviços oferecidos relacionados ao empréstimo**, observou-se que, para esses profissionais, os produtos e serviços que mais atendem as suas necessidades de informação também eram a renovação de empréstimo (19 usuários), *download* de livros editados pelo o CFC (15 usuários) e o acervo da Biblioteca (13 usuários), conforme mostram os Gráficos 8 e 9.

Gráfico 8 – Frequência de atendimento das necessidades de informação dos contadores pelos produtos e serviços oferecidos relacionados ao empréstimo



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 9 – Frequência de atendimento das necessidades de informação dos contadores pelos produtos e serviços oferecidos não relacionados ao empréstimo



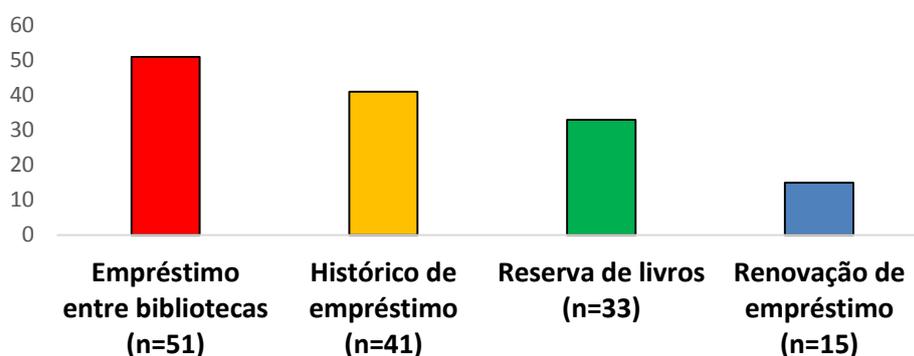
Fonte: Elaborado pelo autor

Alguns serviços são pouco utilizados, possivelmente, em razão do desconhecimento por parte dos usuários, dado confirmado em entrevista com o gestor da Biblioteca. A baixa frequência de uso de determinados produtos ou serviços diminui o seu potencial de atender à demanda da informação para que originalmente o produto e/ou serviço tenha sido criado ou oferecido.

Para melhor visualização e compreensão dos resultados obtidos, foram analisados separadamente os produtos e serviços que os usuários declararam não utilizar.

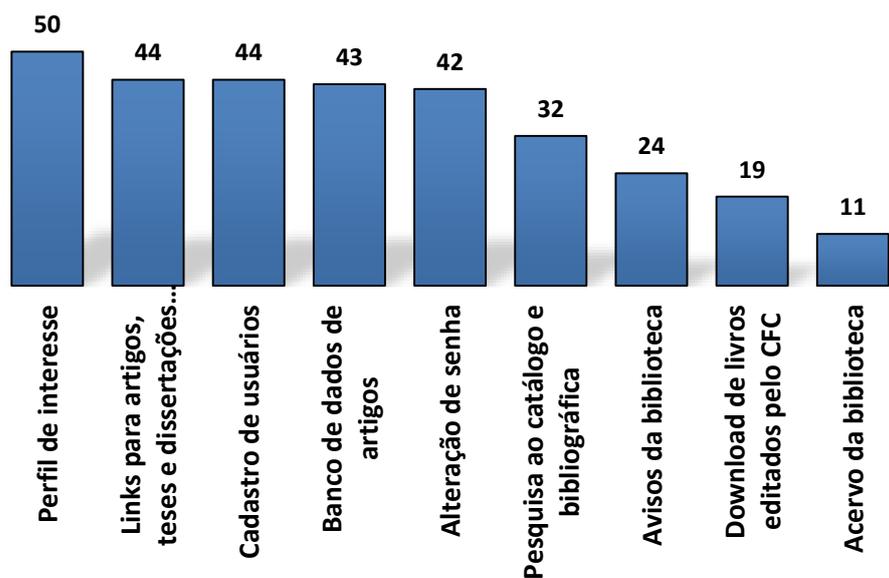
O Gráficos 10 e 11 a seguir apresentam os dados relativos aos serviços de empréstimo que os usuários declararam não fazer uso, assim como outros serviços que são oferecidos pela Biblioteca, mas que não foram declarados como utilizados por nenhum respondente.

Gráfico 10 – Produtos e serviços relacionados ao empréstimo não utilizados



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 11 – Demais produtos e serviços não utilizados



Fonte: Elaborado pelo autor

Observa-se o elevado número de usuários que não utilizam os produtos e serviços relacionados ao empréstimo entre bibliotecas (51 usuários), perfil de interesse (50 usuários), *links* disponibilizados (44 usuários) e alteração de senha (42 usuários).

A não utilização dos produtos e serviços prejudica tanto os usuários que não usufruem de todo o potencial de atendimento de sua necessidade de informação em relação àquele produto ou serviço oferecido, como também a biblioteca que

desconhece as necessidades de informação de seus usuários e não direciona os seus esforços para os produtos e serviços que são demandados.

Embora evidenciada frequência relativamente alta de não utilização de alguns produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca, verifica-se que para 69 usuários, de um total de 78, os produtos e serviços oferecidos pelo Setor são úteis para o desempenho das atividades profissionais.

Apenas 14 usuários de uma população de 77 relataram ter dificuldade em encontrar o que precisam. As dificuldades encontradas e a má utilização de alguns serviços poderiam ser dirimidas se houvesse melhor divulgação, treinamento e identificação das necessidades de informação dos usuários atendidos pela Biblioteca.

Embora o Regulamento do SEBIB, em seu Art. 6º, incisos VIII e XI, determine que também é competência da Biblioteca “coordenar, realizar e divulgar os serviços de pesquisa bibliográfica automatizada ou manual” e “planejar, coordenar e executar programas de treinamento de usuários”, percebe-se que existem ações não atendidas em sua totalidade pelo Setor, pois não foram desenvolvidos planos que contemplassem projetos de divulgação e treinamento de usuários.

4.4 Satisfação da demanda de informação dos servidores do CFC no desempenho das atividades profissionais pela oferta de produtos e serviços

Para atender ao quarto objetivo específico, os servidores do CFC foram questionados sobre a satisfação em relação ao atendimento de suas necessidades informacionais para o desempenho de suas atividades profissionais pela oferta de produtos e serviços da Biblioteca.

A Tabela 6 mostra a satisfação dos usuários em relação à comunicação com o SEBIB.

Tabela 6 – Satisfação dos servidores do CFC em relação à oferta de produtos e serviços para o desempenho de suas atividades profissionais

Categoria		N.º	%
A BIBLIOTECA NÃO ENTRA EM CONTATO	Sim	37	43,52
	Não	40	47,05
	Não informado	8	9,41
Total		85	99,98
NUNCA RECEBI COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA	Sim	15	17,64
	Não	62	72,94
	Não informado	8	9,41
Total		85	99,99
RECEBI, MAS NÃO RESPONDI	Sim	30	35,29
	Não	45	52,94
	Não informado	10	11,76
Total		85	99,99
INTERESSE EM RECEBER CORRESPONDÊNCIAS DA BIBLIOTECA	Sim	59	69,41
	Não	18	21,17
	Não informado	8	9,41
Total		85	99,99
TOTAL GERAL		85	100

Fonte: Elaborado pelo autor

Na opinião dos usuários, a Biblioteca entra em contato com eles (40 usuários), pois 62 usuários já receberam alguma comunicação enviada pelo Setor e 59 demonstraram interesse em receber correspondência da área via *Internet*.

Embora 37 usuários tenham afirmado que a Biblioteca não entra em contato com eles e 15 tenham informado que nunca receberam qualquer comunicação, 28 gostariam de receber comunicação e avisos da Biblioteca, apesar de 45 usuários terem informado que já haviam recebido comunicados, porém não responderam. Quanto à formação profissional, entre os 37 usuários que afirmaram que a Biblioteca não entra em contato com eles, 12 são contadores.

Na entrevista, o gestor lembrou que a Biblioteca tenta comunicar-se com os seus usuários, mas que é baixo o índice de *feedback*.

Quanto ao grau de satisfação com os produtos e serviços oferecidos em relação ao atendimento de suas necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais, os usuários atribuíram nota de 0 a 10 para cada produto ou serviço. Os resultados obtidos são visualizados na Tabela 7.

Tabela 7 – Avaliação dos produtos e serviços oferecidos

P&S DA BIBLIOTECA		NOTA MÉDIA ATRIBUÍDA	N.º DE RESPOSTAS
Renovação de empréstimo		8,8	62
Acervo da biblioteca	≥ 50%	8	57
<i>Download</i> de livros editados pelo CFC		8,5	47
Avisos da biblioteca		8,2	43
Reserva de livros		8,1	38
Pesquisa ao catálogo e bibliográfica		7,6	38
Histórico de empréstimo		8	32
Alteração de senha		7,5	28
Cadastro de usuários	< 50%	8,2	26
Banco de dados de artigos		7,1	26
<i>Links</i> para artigos, teses e dissertações e outros sites de interesse		7,6	24
Perfil de interesse		7,6	21
Empréstimo entre bibliotecas		7,7	18

Fonte: Elaborado pelo autor

Foi calculada a média aritmética das notas atribuídas pelos usuários para cada produto ou serviço, dividindo o somatório das notas pelo número de respondentes da avaliação de cada produto/serviço.

Os produtos e serviços que obtiveram as melhores notas foram a renovação de empréstimo, o *download* de publicações editadas pelo CFC e o acervo. As menores notas foram atribuídas ao banco de artigos e à alteração de senha, com 7,1 e 7,5, respectivamente.

A nota do serviço de alteração de senha pode estar relacionada às limitações desse serviço, que não permite a recuperação da senha automaticamente pelo sistema, mesmo que temporária. Nos casos de esquecimento da senha, o usuário deve se dirigir ao SEBIB, que emitirá uma nova senha para ser alterada posteriormente. Esse impedimento ou a própria estrutura do sistema pode estar ocasionando insatisfação.

Os usuários podiam comentar, questionar, criticar ou sugerir o que quisessem sobre a Biblioteca. Para 36 usuários que apresentaram comentários, identificam-se três categorias distintas: elogios (4 usuários); sugestões (16 usuários) e críticas (16 usuários).

a) Com relação aos elogios os principais comentários foram:

- “Continue sempre assim, pronto para atender com excelência e com o comprometimento no trabalho.”
- “Para a atual necessidade do meu trabalho, a Biblioteca atende perfeitamente.”
- “Só tenho elogios a fazer quanto aos funcionários da Biblioteca do CFC, pois por ser uma área específica, Ciências Contábeis, eles estão sempre atualizando o acervo.”
- “Entendo que a Biblioteca do CFC é muito útil. Não só à clientela externa quanto à interna. No meu caso, a procura pelos serviços da Biblioteca varia de acordo com as atividades que desenvolvo. Determinadas atividades requerem a busca por diversos serviços disponíveis na Biblioteca do CFC.”

Ao se analisarem os elogios, evidencia-se que, dentro das suas limitações e pela frequência de uso, os serviços de renovação de empréstimo, o acervo e o *downloads* de livros editados pelo CFC atendem às necessidades de informação dos servidores do CFC, ainda que tenham sido apontados problemas, oportunidades de melhoria e necessidades de reavaliação por parte da Biblioteca em relação a alguns produtos e serviços, políticas de utilização e aos próprios usuários.

b) Com relação às sugestões, os principais comentários foram:

- “A Biblioteca deveria desenvolver algum projeto de incentivo à leitura para os funcionários.”
- “Ter mais livros de literatura.”
- “O cadastro de acesso à Biblioteca do CFC deveria ser um cadastro único com todos os Conselhos Regionais de Contabilidade que têm Biblioteca, facilitando assim usuários de outros Estados.”
- “O prazo para devolução poderia ser mais longo”.
- “O acervo poderia ser mais variado com vários autores sobre o mesmo assunto para pesquisas.”

- “Horário estendido aos funcionários do CFC. Sugestão de 8 às 20h de segunda a sexta e aos sábados até as 13h com atendimento por funcionário terceirizado.”
- “Funcionamento após o final do expediente para atendimento interno.”
- “Até as 20h.”
- “Fosse até as 20h.”
- “O horário deveria ser estendido.”
- “Aos sábados também.”
- “Aberto até as 20h.”
- “A minha sugestão é que a Biblioteca divulgue mais os serviços que são oferecidos, talvez realizando uma demonstração para todos os funcionários.”
- “Acredito que o atendimento virtual é cada dia mais importante, pois agiliza tanto a pesquisa quanto o atendimento. Entendo, contudo, fundamental o espaço físico da Biblioteca para fins de estudos mais prolongados.”
- “Gostaria de que a Biblioteca do CFC buscasse inovações nas obras de outras profissões julgadas afins como Economia, Direito, Finanças Públicas e nas áreas internas, tais como Trabalhista e Previdenciária, Controle Interno, Auditoria e Perícia Contábil.”
- “Acho que a Biblioteca poderia indexar seus registros por tópico frasal e não somente palavras.”

As sugestões apresentadas pelos usuários, quando agrupadas por eixos temáticos revelam que as manifestações foram direcionadas ao horário de funcionamento da Biblioteca, ao acervo (variedade e inovação), atendimento (virtualização, indexação de registros e prazos de devolução) e políticas da biblioteca (divulgação, utilização, rede de bibliotecas e projetos).

Tendo em vista que um dos benefícios do *marketing* da informação é a possibilidade do estabelecimento de uma relação de troca entre os envolvidos (biblioteca e usuários), sugere-se o estudo das propostas apresentadas pelos usuários por parte da Biblioteca e do próprio CFC.

c) Com relação às críticas, os principais comentários foram:

- “O atendimento deveria ser melhor, demonstrando interesse em ajudar as pessoas que lá chegam para realizarem suas pesquisas ou até mesmo estudarem.”
- “Mais silêncio dentro da Biblioteca.”
- “Implementação de escudo acústico.”
- “Algumas vezes os funcionários da Biblioteca fazem muito barulho, atrapalhando os estudos dos usuários.”
- “O sistema e serviços oferecidos pela Biblioteca atendem as minhas necessidades, mas só falta um pouco de silêncio dentro da mesma.”
- “Acredito que o acervo de livros da Biblioteca está defasado em relação à leitura como forma de entretenimento.”
- “O atendimento precisa melhorar e demonstrar mais interesse.”
- “Gostaria de receber sempre que possível comunicados a respeito dos livros de literatura.”
- “Melhoria no acervo técnico.”
- “A Biblioteca do CFC precisaria de mais acervos novos relacionados às publicações contábeis, principalmente vindo de doações.”
- “Já precisei de livros relativos à Comunicação Social e não havia nenhum relacionado. Deixei a solicitação para aquisição das obras, porém não obtive resposta.”
- “Os livros voltados ao Direito são em números reduzidos e desatualizados.”
- “A Biblioteca não supre as minhas necessidades no fornecimento de material na área de Direito.”
- “O acervo de Direito da Biblioteca está desatualizado e não contém as obras mais consagradas pela doutrina. Sugere-se a compra de exemplares mais novos e de autores mais conhecidos.”
- “Só recebo aviso da Biblioteca quando o material está em atraso.”
- “Com o estabelecimento de um Manual de Utilização da Biblioteca, houve a burocratização do serviço, criando empecilhos desnecessários perante os usuários internos, tais como a suspensão por atraso na devolução de empréstimos. Utilizava-a para fins de melhoria das minhas

atividades internas. Por conta das dificuldades impostas, resolvi não mais utilizar dos serviços da Biblioteca.”

A partir dessas críticas, evidenciaram-se aspectos que precisam ser trabalhados para maior satisfação dos usuários. As problemáticas comentadas agrupadas por eixos temáticos foram:

- Ambiente interno (ruídos).
- Atendimento e divulgação de produtos e serviços (demonstração de interesse por parte do Setor na comunicação e relacionamento entre usuários).
- Acervo (melhoria, atualização e número de obras reduzidas).
- Política de utilização.

No Regulamento do SEBIB, o Art. 15, o parágrafo único, estabelece que “as sugestões de compras e permutas apresentadas pelos usuários deverão ser analisadas para a priorização dos itens, tendo em vista os critérios de seleção e a área de especialização do acervo da Biblioteca”. Contudo, essa apresentação das sugestões de compra não ocorre com frequência, em razão de problemas de comunicação entre usuários e Biblioteca, cadastro desatualizado, inexistência de procedimentos que, efetivamente, visem à identificação das necessidades de informação do público atendido pelo Setor.

Tendo em vista que, regimentalmente, as sugestões apresentadas pelos usuários devem ser priorizadas, atendidos os critérios de seleção, observa-se a importância do conhecimento sobre as necessidades de informação dos usuários, bem como de estreito relacionamento entre a Biblioteca e seus públicos, em especial, os seus usuários.

Porém, de acordo com os resultados obtidos, em relação às críticas e à satisfação dos usuários, percebeu-se que existem conflitos relacionados à comunicação e ao atendimento da demanda de informação dos servidores pela oferta de produtos e serviços para o desempenho das atividades profissionais. Isso porque, embora satisfeitos com alguns produtos e serviços oferecidos, os servidores do CFC usuários da Biblioteca registraram alguns problemas em relação aos produtos e serviços oferecidos, bem como ao relacionamento entre o Setor e seus usuários.

A importância do estabelecimento de um canal de comunicação entre a Biblioteca e os usuários possibilita melhor compreensão da relação entre oferta e demanda para a satisfação das necessidades informacionais dos usuários, bem como propicia melhores condições na alocação de forças e recursos necessários.

Nesse sentido,

o relacionamento com o mercado possibilita colher subsídios quanto ao serviço que o mercado quer, com que objetivo ou porque ele o quer, como ele está organizado ou quem quer este serviço, como ele opera ou onde quer o serviço, podendo assim a organização planejar suas operações no sentido de satisfazer a sua demanda mercadológica, destinando verbas, alocando recursos, dimensionando a sua participação no mercado e realizando os objetivos definidos. (SILVEIRA, 1993, p. 234).

Observou-se o esforço da Biblioteca para realizar as atividades estabelecidas em seu regimento, porém, a oferta de produtos e serviços precisa atender às demandas de informação de seus usuários. Isso envolve o interesse do Setor em identificar a demanda e avaliar a satisfação desses usuários em relação à oferta.

Analisados os resultados, segue a conclusão da pesquisa no tópico subsequente.

5 CONCLUSÃO

Esta dissertação teve por tema o estudo da oferta e demanda de informação da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade e procurou-se analisar se os produtos e serviços oferecidos por essa unidade de informação satisfazem às necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC, usuários da Biblioteca.

O modelo proposto por González para estudos de necessidades de informação permitiu verificar o atendimento das necessidades de informação para o desempenho de atividades profissionais pelos servidores do CFC usuários da Biblioteca e o não atendimento de algumas obrigações regimentais por parte do Setor, como é o caso da manutenção do cadastro atualizado e o da divulgação dos produtos e serviços oferecidos.

O cadastro desatualizado e incompleto em relação à identificação de características individuais dos usuários cadastrados resulta em consequências sérias, que comprometem o atendimento das necessidades de informação dos usuários e o relacionamento entre a Biblioteca e os seus usuários, a divulgação dos produtos e serviços oferecidos, a identificação das demandas de informação dos usuários cadastrados e atendidos pelo Setor, bem como o desenvolvimento e o reconhecimento das atividades, esforços e trabalhos desenvolvidos.

Problemas na divulgação dos produtos e serviços oferecidos resultam na subutilização do potencial informativo daquele produto e serviço oferecido para o atendimento das necessidades de informação dos usuários, tendo em vista que não se usa ou é subutilizado aquilo que não se conhece.

Verificou-se a existência de características e necessidades informacionais distintas entre os grupos que compõem o quadro de servidores do CFC visto que os contadores da entidade apresentaram características mais conservadoras em relação ao uso de tecnologias para acesso ao *site* do CFC e da biblioteca, bem como na forma de comunicação do SEBIB com eles e, até mesmo, em relação ao acesso às fontes de informação disponíveis.

Foi observada a inexistência de estudos de usuários realizados no período anterior à realização desta pesquisa. Muitas dificuldades de comunicação e até

mesmo na divulgação dos produtos e serviços oferecidos advêm da não realização de estudos de usuários, que possibilitariam ao gestor do SEBIB a adoção de procedimentos necessários para atendimento das necessidades informacionais de seus usuários.

Apesar de todas as limitações do Setor e das dificuldades enfrentadas pelo gestor para atender às necessidades informacionais dos servidores do CFC, constata-se que a maior parte dos usuários tem suas necessidades de informação para o desempenho de atividades profissionais atendidas.

Embora tenham sido observadas as sugestões e críticas direcionadas ao horário de funcionamento da Biblioteca, ao acervo (variedade, inovação, melhoria do acervo técnico, atualização e número de exemplares disponíveis), ao atendimento (virtualização, indexação de registros, prazos de evolução, demonstração de interesse por parte do Setor, comunicação e relacionamento entre usuários e a Biblioteca), às políticas do SEBIB (divulgação, utilização, rede de bibliotecas e projetos) e ao ambiente interno (ruídos).

No atual cenário globalizado, os produtos e serviços oferecidos pelas bibliotecas e demais unidades de informação precisam reinventar-se para atender à pluralidade de características individuais de seus usuários como também de um mundo interligado por sistemas e redes colaborativos.

Embora o atendimento seja realizado, preferencialmente, de forma presencial e por telefone, observou-se uma alta demanda por participação da Biblioteca em redes sociais, contato da Biblioteca com seus usuários e divulgação dos serviços oferecidos via *Internet* e expansão dos serviços no ambiente digital.

Sugere-se a realização de estudos futuros para maior aprofundamento e compreensão do atendimento das necessidades de informação dos usuários da Biblioteca do CFC, ou seja, a realização do estudo dos usuários externos definidos no Regulamento do SEBIB, como contabilistas e usuários em potencial membros da comunidade em geral interessados nas áreas do escopo de atuação da Biblioteca do CFC.

Sugere-se ainda, a implementação de políticas e procedimentos que visem melhor divulgação e promoção dos produtos e serviços oferecidos pelo SEBIB e o treinamento dos usuários em relação a sua utilização.

Propõe-se também a implantação de uma rede com as demais bibliotecas existentes do Sistema CFC/CRCs para o atendimento das necessidades

informativos dos usuários atendidos por todas as bibliotecas participantes da rede e a implantação de serviços que visem, periodicamente, a identificação e compreensão das necessidades de informação, o comportamento informativo e a satisfação dos usuários.

REFERÊNCIAS

AMARAL, S. A. Marketing da informação: abordagem inovadora para a gestão de unidades de informação. **Percursos**, v. 12, p. 22-38, 2011.

_____. Marketing e inteligência competitiva: aspectos complementares da gestão da informação e do conhecimento. In: AMARAL, S. A. **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Ed. UnB, 2007. 230p.

_____. Abordagem mercadológica em bibliotecas e serviços de informação. In: SILVEIRA, A.; AMARAL, S.A. **Marketing em unidades de informação: estudos brasileiros**. Brasília: IBICT, 1993. 378p.

ANDER-EGG, E. **Técnicas de investigación social**. Buenos Aires: Lumen, 1995. 28 p. Disponível em: <http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/IT_Ander-Egg_1.pdf>. Acesso em: 22 set. 2012.

APPLEGATE, R. Models of user satisfaction: understanding false positives. **Reference Quarterly**, n. 4. p. 525-539, Summer 1993. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1805/1883>>. Acesso em: 22 set. 2012.

BAPTISTA, S.G. **A contribuição da estratégia do método de marketing para solucionar problemas de baixo índice de uso de acervo e de frequência em bibliotecas**: estudo de caso. 1985. 89f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia e Documentação) – Departamento de Biblioteconomia, Faculdade de Estudos Sociais Aplicados, Universidade de Brasília, Brasília, 1985.

_____. Técnicas de marketing para gestores de unidades de informação. In: AMARAL, S. A. **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Ed. UnB, 2007. 230p.

BRAGA, K. S. Aspectos relevantes para a seleção de metodologia adequada à pesquisa social em Ciência da Informação. In: Mueller, S. P. **Métodos para pesquisa em ciência da informação**. Brasília: Ed. Thesaurus, 2007. 192p.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for information Science**, v. 42. n. 5. p. 351-360, 1991. Disponível em: <<http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html>> Acesso em: 20 jun. 2012.

GONZALEZ, J.J.C **Las necesidades de información:** fundamentos teóricos y métodos. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2004. 284p.

_____. **Necesidades de información y comportamiento en la búsqueda de información de los adolescentes.** México : UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2010. 252 p. Disponível em: <http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/necesidades_adolescentes.pdf> Acesso em: 5 maio 2012.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007.

CARVALHO FILHO, J. S. **Manual de direito administrativo.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. 1026p.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 162p.

CHOO, W. C. **A organização do conhecimento:** como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Ed. Senac, 2006, 425p.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Portaria CFC nº 73, de 06 de novembro de 2009:** Aprova o Regimento Interno da Biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade. Brasília, DF, 06 nov. 2009. Disponível em: <http://www.portalcfc.org.br/biblioteca/a_biblioteca/>. Acesso em: 10 jul. 2012.

_____. Resolução CFC nº 785, de 28 de julho de 1995. Aprova a NBC T 1 – Das Características da Informação Contábil. Brasília, DF, 28 jul. 1995. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Seção I, 01 ago. 1995, p.11-554.

_____. Resolução CFC nº 1.121, de 28 de março de 2008. Aprova a NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 01 abr. 2008, **Seção I, p. 400.**

_____. Resolução CFC nº 1.374, de 8 de dezembro de 2011. Dá nova redação à NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 16 dez. 2011, **Seção I**.

_____. **Manual de Políticas do CFC**. [S.l.: s.n.], [20--?]. Disponível em: <http://intranet/images/PDF/manual_pol.pdf>. Acesso em: 1 jul.2013.

_____. **Planejamento estratégico do CFC**, 2012. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=15>> Acesso em: 23 out. 2012.

_____. **Balanço socioambiental 2012**: a ciência contábil contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Brasília: CFC, 2013. 128p.

_____. **Perfil do contabilista brasileiro 2009**. Brasília: CFC, 2010. Disponível em: <http://50.97.105.38/~cfcor495/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/perfil_web.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2013. 116p.

_____. **Plano de cargos, carreiras e salários**. [S.l.: s.n.] , [20--?]. Disponível em: <<http://intranet/images/PDF/PCCS4a.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

_____. Centro de Estudos sobre as Tecnologias de Informação e Comunicação. **C-4 proporção de usuários de Internet, por local de acesso individual**. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2012/C4.html>>. Acesso em: 27 jul. 2013.

CORDEIRO, J. S.; DUARTE, A. M. P.; O profissional contábil diante da nova realidade. **Qualit@s**: Revista Eletrônica, João Pessoa, v. 5, n. 2. set. 2006. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/57/49>>. Acesso em: 25 jul. 2013.

CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. O. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília: Ed. Briquet de Lemos, 2008, 451p.

DEMO, P.; **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Ed. Atlas, 1981. 255p.

DIAS, M. M. K; BELLUZZO, R. C. B. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente**. Bauru: Ed. EDUSC, 2003. 186p.

DIAS, M. M. K; PIRES, D. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: Ed. UFSCar, 2004. 48p. Disponível em: <http://hum.unne.edu.ar/academica/departamentos/informac/catedras/estudios_u/bloque_1/biblio/kronka_dias.pdf>. Acesso em: 20 set. 2012.

DI PIETRO, M. S. Z. **Direito administrativo**. São Paulo: Ed. Atlas, 2009. 864p.

DRUCKER, P. F. O advento da nova organização. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DUTRA, J. S. **Competências**: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2011.

FERNANDES, A. R. M. Marketing aplicado à biblioteconomia. In: SILVEIRA, A.; AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação**: estudos brasileiros. Brasília: IBICT, 1993. 378p.

FERREIRA, D. T. Profissional da informação e a gestão do conhecimento: perfil das habilidades demandadas por empresas de recrutamento e seleção de recursos humanos. In: SOUTO, L. F. **O profissional da informação em tempo de mudanças**. Campinas: Editora Alínea, 2005. 104p.

FIGUEIREDO, N. M. Da necessidade de promover o uso da informação. **Ciência da informação**. Brasília, n. 16: p. 75-79, jan./jun. 1987.

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

_____. Marketing de serviços e produtos de informação, segundo a visão do prof. Tefko Saracevic. In: SILVEIRA, A.; AMARAL, S. A. **Marketing em unidades de informação**: estudos brasileiros. Brasília: IBICT, 1993. 378p.

FURTADO, L.R. **Curso de direito administrativo**. Belo Horizonte: Fórum, 2007. 1230p.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Ed. Atlas, 2009. 200p.

JANUZZI, C.; MONTALLI, K. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação**, Brasília, jul. 1999.

Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/323>>. Acesso em: 3 Jul. 2012.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D.P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. Tradução de: Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997. 344p.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Ed. Prentice-Hall do Brasil Ltda., 1998. 527p.

LANCASTER, F.W. **Information retrieval systems: characteristics, testing and evaluation**. New York: John Wiley and Sons, Inc., 1979. 381p.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Ed. Atlas, 1991. 249p.

LE COADIC, Y.-F. **A ciência da informação**. Brasília: Ed. Briquet de Lemos, 2004. 124p.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001. 416p.

LUZ, C. **Arquivologia 2.0: a informação digital humana**. Florianópolis: Bookes Editora, 2010. 116p.

LUZIO, F.F. **Fazendo a estratégia acontecer: como criar e implementar as iniciativas da organização**. São Paulo: Cengage Learning, 2010, 289p.

MALHEIRO, A.; RIBEIRO, F. **Paradigmas, serviços e mediações em Ciência da Informação**. Recife: Néctar, 2011. 217p.

MARCHIORI, P.Z. A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional. **Ciência da Informação**. Brasília, v. 31, n. 2, p. 72-79, maio/ago. 2002. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652002000200008>>. Acesso em: 1 jul. 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Ed. Atlas, 1986. 205p.

MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade?. **Caderno de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, v. 9, n.3, p. 239-262, jul./set. 1993. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X1993000300002&script=sci_arttext>. Acesso em: 27 ago. 2012.

MONTALLI, K. L.; CAMPELLO, B.S. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 3, set. 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19651997000300014&script=sci_arttext>. Acesso em: 1 jul. 2012.

PINHEIRO, P. P. D. C.; PEREIRA, A. D. S. **Autarquias corporativas: conselhos de fiscalização de exercício profissional**. Rio de Janeiro: Ed. Mondrian, 1999. 320p.

PITELA, A.C. O desempenho profissional do contador na opinião do empresário. **PUBLICATIO UEPG, Ciências Humanas**, v. 8, n. 1, p. 51-77, 2000. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/viewFile/10/7>>. Acesso em: 04 fev. 2013.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. São Paulo: Ed. Loyola, 2010. 146p.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Ed. Atlas, 1999. 334p.

ROWLEY, J. **Information marketing**. Hampshire: Ashgate, 2001. 196p.

SANTIAGO, A.C.Q. **As competências das pessoas: potencializando seus talentos**. São Paulo: DVS Editora, 2008.

SILVA, M.S. **Utilidade da informação contábil para tomada de decisões: um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa**. 2010. 116f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa Multi-Institucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade de Brasília (UnB), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), João Pessoa, 2010.

SILVEIRA, A. (Org.). **Marketing em bibliotecas e serviços de informação: textos selecionados**. Brasília: IBICT, 1987. 186p.

_____. **Marketing em bibliotecas universitárias**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992, 198p.

_____. Marketing em sistemas de informação: visão geral. In: SILVEIRA, A.; AMARAL, S.A. **Marketing em unidades de informação: estudos brasileiros**. Brasília: IBICT, 1993. 378p.

SOUTO, L. F. (Org). **O profissional da informação em tempo de mudanças**. Campinas: Editora Alínea, 2005. 104p.

SOUZA, V. L. et al. **Gestão de desempenho**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. 144p.

SUPERINTENDÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO CENTRO-OESTE – SUDECO. Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.sudeco.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

TERUEL, A.G. **Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos e perspectivas actuales**. Asturias: EdicionesTrea, 2005. 181p.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A.R.; DI CHIARA, I.G. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>>. Acesso em: 20. jun. 2013.

TOMANIK, E.A. **O olhar no espelho: “conversas” sobre a pesquisa em ciências sociais**. Maringá: Ed. Eduem, 2004. 237p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Regimento interno de pós-graduação *stricto sensu* e *latu sensu* da UFSM**. Santa Maria: UFSM. 2008. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/ppgagrobio/regimento.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Ed. Atlas, 2006. 96p.

WEINGAND, D. E. Serviços aos clientes: um imperativo de marketing. In: AMARAL, S. A. (Org.) **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Ed. UnB, 2007. 230p.

WILSON, T.D. On user studies and information needs. **Journal of Librarianship**, v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981. Disponível em: <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>> Acesso em: 1 jun. 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Ficha de observação da biblioteca



FICHA DE OBSERVAÇÃO DA BIBLIOTECA

Data da observação:	Nº do formulário:
Local da observação: () CFC () Biblioteca do CFC	
Tipo de observação: () Ambiente físico () Ambiente digital	
Endereço do órgão/biblioteca:	
Endereço do <i>Website</i> :	
Histórico	
Possui normas, regimentos e atos de criação disponíveis? () Não () Sim Onde? Quais? Fácil localização?	
Subordinação hierárquica e estrutura da Biblioteca	
A quem está subordinado hierarquicamente? Quantos funcionários no setor? Quais cargos?	
Planejamento Estratégico	
Missão: Visão: Objetivos: Metas:	
Características do acervo	
Produtos e serviços	
Quais os produtos e serviços oferecidos?	
Usuários	
Quantos usuários? Quais categorias? Requisitos para cadastro na biblioteca? Quais?	

Bases de dados e recursos tecnológicos disponíveis
<p><i>Software</i> utilizado:</p> <p>Adaptado a PNES?</p> <p>Recursos disponíveis:</p> <p>Acesso a <i>internet</i>?</p>
Vinculação a redes de bibliotecas
(<input type="checkbox"/>) Não (<input type="checkbox"/>) Sim Quais?
Canais de comunicação
<p>Telefone: (<input type="checkbox"/>) Não (<input type="checkbox"/>) Sim</p> <p><i>e-mail</i>: (<input type="checkbox"/>) Não (<input type="checkbox"/>) Sim</p> <p>Redes sociais? (<input type="checkbox"/>) Não (<input type="checkbox"/>) Sim</p> <p>Outra: (<input type="checkbox"/>) Não (<input type="checkbox"/>) Sim Qual:</p>
Espaço físico
<p>Luminosidade:</p> <p>Paredes:</p> <p>Chão:</p> <p>Mobiliário:</p> <p>Equipamentos:</p> <p>Tomadas:</p> <p>Identificação de móveis e acervo:</p> <p>Limpeza:</p> <p>Acesso:</p>

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista para o gestor da Biblioteca



ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA GESTOR DA BIBLIOTECA

Observação **IMPORTANTE**: Este roteiro de entrevista integra projeto de pesquisa de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, orientado pela Prof^a. Dr^a. Sueli Angélica do Amaral sobre estudo de usuário da biblioteca especializada do Conselho Federal de Contabilidade. Seu objetivo será analisar a oferta de produtos e serviços da biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade em relação a satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC cadastrados nesta Biblioteca.

Os dados e informações aqui coletados serão analisados para fins **exclusivamente acadêmicos** assim como **seu nome e respostas serão mantidos em sigilo**.

Entrevistado:	Data:
Hora de início da entrevista:	Hora de término da entrevista:
Local:	

Parte 1 – Produtos e serviços oferecidos

1. Dentro do planejamento estratégico do CFC, a biblioteca também possui diretrizes (missão, visão, objetivos e metas) estabelecidas? Quais?
2. No site da Biblioteca e no regulamento é informado que a Biblioteca é especializada em assuntos afetos à área contábil e outros temas de interesse do CFC. Além da área contábil, quais são as outras áreas ou temas de interesse do acervo da Biblioteca?
3. No regulamento da biblioteca consta a categorização dos usuários em internos (unidades administrativas, conselheiros do CFC, funcionários e colaboradores do CFC) e externos (contabilistas e usuários em potencial). Nesse sentido, em

sua opinião, quais são as áreas e assuntos mais demandados para o desempenho profissional de cada uma dessas categorias? **Vamos começar pelos usuários Internos:** Qual a área ou assunto mais demandado pelos usuários das Unidades administrativas?

E pelos Conselheiros do CFC?

Pelos Funcionários do CFC?

Pelos Colaboradores do CFC?

Com relação aos usuários Externos:

Qual a área ou assunto mais demandado pelos Contabilistas?

E pelos Usuários em potencial?

4. Além dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca do CFC, existem outros demandados pelos usuários que não são oferecidos? Qual?
5. Existe algum produto ou serviço que já não é mais oferecido ou não é utilizado pelos servidores? Quais?
6. Existe uma relação das bibliotecas conveniadas para o serviço de empréstimo disponível para consulta pelos usuários?
 - () Sim. Onde?
 - () Não
7. Com relação ao serviço de empréstimos entre bibliotecas, como você faz a divulgação dessa modalidade de empréstimo?
 - () Não faz. Por quê?
8. Por favor, informe a frequência de uso dos tipos de fontes de informação disponíveis na Biblioteca.

Tipo de Fonte	Tipo de usuário	Muito utilizada	Pouco utilizada	Não é utilizada
Dissertações e teses	Unidades administrativas			
	Conselheiros			

	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Jornais especializados	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Livros	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Normas	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Relatórios técnicos	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Revistas especializadas	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Dicionários gerais	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Dicionários especializados	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Enciclopédias	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Bibliografias	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			

Bases de dados	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			
Coletâneas de leis	Unidades administrativas			
	Conselheiros			
	Funcionários			
	Colaboradores			
	Contabilistas			

09. Com relação a cada um dos serviços oferecidos como é feito o atendimento aos usuários?

Serviços oferecidos	Forma mais usual	Como é o atendimento?
Alteração de senha	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagem	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Avisos	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagem	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Cadastro de usuários	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagem	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Empréstimo	<i>Intranet</i>	

	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensageiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Empréstimo entre bibliotecas	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensageiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Histórico de empréstimo	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensageiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Perfil de interesse	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensageiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Pesquisa ao catálogo	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensageiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
	<i>Intranet</i>	

Renovação de empréstimo	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagemiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Reserva	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagemiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	
Sugestão de livro/periódico	<i>Intranet</i>	
	<i>Internet</i>	
	Base de dados	
	Mensagemiro	
	<i>E-mail</i>	
	Presencial	
	Telefone	

Parte 2 – Formas de atendimento da Biblioteca

- 10 Existe alguma diferenciação no atendimento dos usuários?
 Não.
 Sim. Qual?

11 Quais os meios de comunicação entre a Biblioteca e seus usuários?

12 Quais os principais meios de comunicação utilizados pelos usuários para o contato com a Biblioteca?

Parte 3 – Tecnologia da oferta de produtos e serviços

13 Qual o volume do acervo de cd-rom da Biblioteca?

De disquetes?

E de e-books?

14 Há projetos de preservação e migração desses suportes: cd-rom, disquetes e e-books da Biblioteca?

Sim. Quais?

Não

15 No *software* utilizado pela Biblioteca é possível contabilizar o acesso dos usuários ao site e à base de dados da Biblioteca?

Sim

Não

16 Em sua opinião o número de computadores e o acesso a *Internet* na Biblioteca atendem à demanda dos usuários?

Sim

Não. Por quê?

17 Gostaria de acrescentar alguma outra informação?

Obrigada!

APÊNDICE C – Questionário direcionado para os usuários cadastrados na Biblioteca do CFC



QUESTIONÁRIO PARA OS USUÁRIOS CADASTRADOS NA BIBLIOTECA DO CFC

Observação **IMPORTANTE**: Este questionário integra o projeto de pesquisa de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, orientado pela Prof^a. Dr^a. Sueli Angélica do Amaral sobre estudo de usuário da biblioteca especializada do Conselho Federal de Contabilidade. Seu objetivo será analisar a oferta de produtos e serviços da biblioteca do Conselho Federal de Contabilidade em relação a satisfação das necessidades de informação para o desempenho das atividades profissionais pelos servidores do CFC cadastrados nesta biblioteca. Os dados e informações aqui coletados serão analisados para fins **exclusivamente acadêmicos** assim como **seu nome e respostas serão mantidos em sigilo**.

1. Tipo de usuário:			
<input type="checkbox"/> Interno – Funcionário	<input type="checkbox"/> Interno – Colaborador		
<input type="checkbox"/> Interno – Conselheiro			
2. Escolaridade (Grau de instrução mais elevado):			
<input type="checkbox"/> Ensino fundamental	<input type="checkbox"/> Mestrado		
<input type="checkbox"/> Ensino médio/ técnico	<input type="checkbox"/> Doutorado		
<input type="checkbox"/> Graduação	<input type="checkbox"/> Pós-doutorado		
<input type="checkbox"/> Especialização			
3. Caso seja usuário de nível superior, informe sua formação profissional			
<input type="checkbox"/> Administração	<input type="checkbox"/> Economia		
<input type="checkbox"/> Comunicação social	<input type="checkbox"/> Jornalismo		
<input type="checkbox"/> Contabilidade	<input type="checkbox"/> Psicologia		
<input type="checkbox"/> Direito	<input type="checkbox"/> Outra: Qual?:		
4. Idade			
<input type="checkbox"/> até 20 anos	<input type="checkbox"/> de 41 a 50 anos		
<input type="checkbox"/> de 21 a 30 anos	<input type="checkbox"/> de 51 a 60 anos		
<input type="checkbox"/> de 31 a 40 anos	<input type="checkbox"/> mais de 60 anos		
5. Sexo:		6. Onde você reside?	
<input type="checkbox"/> Masculino		<input type="checkbox"/> Distrito Federal.	
<input type="checkbox"/> Feminino		<input type="checkbox"/> Outros Estados. Qual?.....	
7. Qual cargo desempenha no CFC?			
<input type="checkbox"/> Grupo de Atividades Básicas - GAB			
<input type="checkbox"/> Grupo de Atividades Técnico-Administrativas - GAT			
<input type="checkbox"/> Grupo de Atividades Profissionais e Tecnológicas - GAP			
<input type="checkbox"/> Grupo de Atividades Especializadas – GAE			
8. Ocupa cargo comissionado no CFC?			
<input type="checkbox"/> Sim. Qual? <input type="checkbox"/> Assessor <input type="checkbox"/> Responsável <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Coordenador <input type="checkbox"/> Diretor			
Há quanto tempo? <input type="checkbox"/> até 1 ano <input type="checkbox"/> 1 a 5 anos <input type="checkbox"/> 5 a 10 anos <input type="checkbox"/> mais de 10 anos			
<input type="checkbox"/> Não			
9. Com relação a familiaridade e o uso de novas tecnologias por você assinale com um X sua opção de resposta:			
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. Uso as redes sociais para desempenhar meu trabalho.			
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. A biblioteca do CFC deveria participar das redes sociais.			
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. Acesso o site do CFC e o <i>link</i> da biblioteca de meu <i>smartphone</i> ou tablet.			
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. Acesso o site do CFC e o <i>link</i> da biblioteca de casa ou do trabalho.			
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não. Gostaria de receber informações sobre as coleções e os serviços da biblioteca via <i>Internet</i> .			
10. Por favor, assinale com X a área dos assuntos pesquisados por você na biblioteca do CFC e sua frequência de solicitação.			
Área de Interesse dos Assuntos pesquisados	Muito Solicitada	Pouco Solicitada	Não Solicitada
Administração			
Contabilidade			
Direito			
Economia. Ciência Econômica			
Estatística			

Matemática			
Metodologia de Pesquisa			
Literatura. Esporte e Lazer			

11. Em qual horário costuma ir até a Biblioteca para desempenhar suas atividades profissionais
 8h – 12h 12h – 14h 14h – 18h
 Não costumo ir até a biblioteca. Por que?.....

12. Como você avalia o horário de funcionamento da Biblioteca do CFC?
 Atende minha rotina de trabalho.
 Não atende minha rotina de trabalho.
 Gostaria que fosse diferente. Como?.....

13. Com que frequência solicita ou vai buscar informações na Biblioteca?
 Mais de uma vez por semana Semestralmente
 Uma vez por semana Uma vez por ano
 Quinzenalmente Não solicito informações à Biblioteca. Por que?
 Mensalmente
 Mais de uma vez por semestre

14. Marque com X a frequência que utiliza os meios de comunicação para obter informações de seu interesse profissional na Biblioteca do CFC

Meios de comunicação utilizados para obter informações na Biblioteca do CFC	Muito Utilizado	Pouco Utilizado	Não Utilizado
Telefone			
Fax			
Internet (banco de dados)			
E-mail			
Correio tradicional.			
Mensageiro			
Presencialmente			

15. Assinale com X a frequência que usa as fontes de informação disponíveis na Biblioteca do CFC.

Fontes de informação disponíveis na Biblioteca do CFC	Muito utilizada	Pouco utilizada	Não utilizada
Dissertações e teses			
Livros			
Normas			
Revistas especializadas			
Jornais			
Dicionários gerais			

Dicionários especializados			
Bases de dados			
Enciclopédias			
<i>Links</i> disponibilizados pela biblioteca no site do CFC			
Anais de congressos			
Publicações editadas pelo CFC para download			

16. Assinale com X sua avaliação dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca do CFC, que são utilizados por você, em relação ao atendimento das suas necessidades de informação.

Produtos e Serviços Oferecidos pela Biblioteca do CFC	Não Utilizo	Atendem suas necessidades de informação					Avaliação
		Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre	Avalie cada um dos itens atribuindo notas de 0 a 10
Renovação de empréstimo							
Reserva de livros							
Empréstimo entre bibliotecas							
Histórico de empréstimo							
Acervo da biblioteca							
Alteração de senha							
Avisos da Biblioteca							
Banco de dados de artigos							
Cadastro de usuários							
<i>Links</i> para artigos, teses e dissertações e outros sites de interesse							
Download de livros editados pelo CFC							
Perfil de interesse							
Pesquisa ao catálogo e bibliográfica							

17. Como tomou conhecimento dos produtos e serviços oferecidos pela biblioteca do CFC?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> por funcionário do CFC | <input type="checkbox"/> pela <i>Internet</i> |
| <input type="checkbox"/> por funcionário da biblioteca | <input type="checkbox"/> desconheço os produtos e serviços oferecidos pela biblioteca |
| <input type="checkbox"/> pela <i>intranet</i> do CFC | |

18. Assinale com X sua opção de resposta:

- Sim Não. A Biblioteca demonstra interesse em saber o que preciso para realizar o meu trabalho.
- Sim Não. As pessoas que trabalham na Biblioteca são gentis no atendimento dos meus pedidos.
- Sim Não. Os serviços oferecidos são úteis para a realização do meu trabalho.
- Sim Não. Dificilmente encontro na Biblioteca o que preciso para o meu trabalho.
- Sim Não. A Biblioteca não entra em contato comigo.
- Sim Não. Nunca recebi alguma comunicação ou correspondência da Biblioteca.
- Sim Não. Já recebi correspondência da Biblioteca, mas não respondi.
- Sim Não. Tenho interesse em receber correspondência da Biblioteca.

19. Este espaço foi reservado para você comentar, questionar, criticar ou sugerir o que quiser sobre a Biblioteca

**Muito obrigada por participar da pesquisa!
Janaina de Araujo Nery Bezerra**