

## **PESQUISA INSTITUCIONAL NA BIBLIOTECA CENTRAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA<sup>1</sup>**

Katiusa de GODOI<sup>2</sup>

Carolina da Silva SOUZA<sup>3</sup>

Marine FREUDENBERGER<sup>4</sup>

Rejane POZZOBON<sup>5</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

### **RESUMO**

A Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Maria tem por intuito difundir e democratizar o acesso da comunidade acadêmica ao conhecimento. Desta forma, a importância desta Pesquisa Institucional ter sido realizada deve-se a compreensão do processo de análise e descrição da realidade da BC, com o intuito de transformá-la. Assim, a pesquisa serviu de referência para o Planejamento de Comunicação da Assessoria de Comunicação, o qual concentrou esforços na construção de estratégias comunicacionais a fim de fortalecer e consolidar a imagem da Instituição.

**PALAVRAS-CHAVE:** Biblioteca Central, Pesquisa Institucional, Assessoria de Comunicação, Planejamento de Comunicação.

### **1. INTRODUÇÃO**

#### **1.1. APRESENTAÇÃO DA BIBLIOTECA CENTRAL**

A Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) é um órgão complementar da Reitoria e está vinculada à Pró-Reitoria de Administração e coordena tecnicamente as doze bibliotecas setoriais da UFSM, o que justifica o enquadramento deste trabalho enquanto “governamental”.

Foi fundada em 14 de dezembro de 1960, juntamente com a criação da UFSM na cidade de Santa Maria. Em 1978 foi concedido o empréstimo a domicílio para os alunos, deixando de ser exclusividade de professores e funcionários. No ano de 2005, o Governo Federal doou uma ilha de inclusão digital para a Biblioteca Central. Atualmente, a Biblioteca passa por uma reforma, a qual aumentará o espaço físico de seu acervo.

Por ser um órgão complementar, não possui visão e missão atreladas a sua cultura interna, e por isso segue os valores que são pertencentes à UFSM. Tais valores abrangem os objetivos da Universidade como um todo; estando intrinsecamente ligados a sua

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Relações Públicas, modalidade Pesquisa Institucional.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: katiusag@yahoo.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: carolinasouzads@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: marinefreuden91@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: rejane.op@terra.com.br

filosofia. Assim, seria impossível desvincular a cultura da UFSM do ambiente interno da BC, enquanto órgão ligado ao Governo.

## **2. OBJETIVO**

A Pesquisa de Opinião Pública e a Auditoria de Imagem referente à Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Maria foram realizadas com o intuito de diagnosticar os possíveis problemas, e assim nortear o estabelecimento de ações estratégicas e eficazes no sentido de contribuir com a consolidação e melhoria da imagem da Biblioteca. Tais Pesquisas Institucionais pautaram a construção de um Planejamento de Comunicação realizado pela Assessoria de Comunicação da Biblioteca Central.

## **3. JUSTIFICATIVA**

A importância desta Pesquisa Institucional compreende o fato de possibilitar diagnósticos e informações acerca dos interesses do público frequentador e dos servidores da BC, e assim contribuir com a Assessoria de Comunicação na construção de um Planejamento de Comunicação eficaz e pertinente à realidade Institucional.

Isso porque, de acordo com Wilson da Costa Bueno (in KUNSCH, 2009; p. 377), o planejamento deve ser compreendido, em sua definição como um processo que se respalda em dados sistematizados, informações, conhecimentos, vivências e saberes intrinsecamente vinculados aos objetivos, aos valores e à missão de uma organização, e não deve ser entendido como uma atividade episódica ou meramente operacional.

Portanto, justifica-se a realização desta Pesquisa – que foi uma ferramenta no diagnóstico e pautou o planejamento – para o embasamento das ações futuras da Assessoria. Tais ações visam um aprimoramento da Comunicação, bem como dos relacionamentos envolvidos na relação Biblioteca Central-públicos.

## **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

### **4.1 DIAGNÓSTICO**

O diagnóstico de acordo com Porto Simões (1999, p.121) “é a conclusão da análise de como se encontra a organização face aos interesses de todos os seus públicos ou de um especificamente”. Implica a busca de dados, pesquisas e informações acerca do “que ocorre” e de “por que ocorre” determinada situação na relação organização-públicos.

A partir disso, a análise acerca das informações inerentes à Biblioteca Central, teve início desde o primeiro contato, através do que se pode chamar de observação participante.

Para se obter um levantamento desses dados, foram realizadas visitas para o conhecimento de todos os espaços da Biblioteca Central, com a orientação da Diretora Maria Inez Figueiredo Figs. Foram apresentados os seis setores (processamento técnico, aquisição, comutação, referências e periódicos, diretoria, empréstimo) do órgão e suas gerências. Posterior a isso, tendo o intuito de uma maior aproximação e fidelidade do diagnóstico da comunicação interna com a realidade, foi realizada uma Auditoria de Imagem, em parceria com acadêmicas do 3º semestre, na primeira semana de Maio.

Quanto à comunicação externa, foi detectada, a partir de uma primeira “impressão empírica”, a necessidade de realizar uma Pesquisa de Opinião Pública, visto que é uma “ferramenta básica, uma vez que ela pode contribuir para qualificar as informações e os conhecimentos de que as organizações dispõem sobre o comportamento dos seus públicos” (BUENO, in KUNSCH; 2009, p. 381).

## **5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO**

### **5.1. AUDITORIA DE COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO INTERNO**

Foi realizada uma Auditoria de Comunicação com o público interno, no dia 03 de maio, na sala da Direção. Estavam presentes sete funcionários (04 mulheres e 03 homens) dos diferentes setores da Biblioteca Central.

Segundo Deonir de Toni (2009), a Auditoria é um método que permite a avaliação da imagem que a Biblioteca projeta. Nesse caso, a finalidade da Auditoria consistia em saber qual a imagem que o público interno construiu acerca da Biblioteca e de seus serviços. As questões abrangem a imagem da Biblioteca em várias dimensões, a saber: sensorial, emocional, racional e simbólica; contempladas nas seguintes questões adaptadas (in KUNSCH, 2009; p. 251):

1. Quando eu digo Biblioteca Central, qual a primeira coisa que lhe vem à mente?
2. Que outras ideias lhe vêm à mente acerca da Biblioteca Central?
3. Como você descreve a Biblioteca Central?
4. Quais os benefícios que a Biblioteca Central traz para você?
5. Do que você gosta na Biblioteca Central?
6. Do que você não gosta na Biblioteca Central?
7. De onde você recebe informações sobre a Biblioteca Central?

Para uma maior qualidade da análise dos dados, a auditoria foi gravada e transcrita. Aqui, abordar-se-á apenas alguns pontos relevantes analisados a partir dos registros das entrevistas referente ao grupo focal, a saber:

Quanto à estrutura física, os funcionários reconhecem as debilidades do espaço, as quais dizem respeito ao fato do prédio ser um tanto antiquado e ser dividido com o Curso de Arquitetura e Urbanismo (CAU). De acordo com o grupo, tal fato implica um possível afastamento dos alunos. Ainda sobre a estrutura física, os funcionários enfatizaram que a posição central que a BC ocupa, agrega valor positivo no sentido de possibilitar uma congregação de todas as áreas do saber.

Em relação ao clima interno, os funcionários demonstraram satisfação em realizar um serviço que atende a toda comunidade acadêmica da UFSM, e que os coloca em contato com todas as áreas do conhecimento, tornando-os motivados a desempenhar suas funções. Outro fator de motivação destacado pelos funcionários foi o clima agradável e descontraído nas relações interpessoais.

Quanto aos instrumentos de comunicação a serem utilizados pela Assessoria, através das respostas obtidas, constatou-se que o e-mail, apesar da possibilidade de todos os funcionários terem acesso, não é útil, pois nem todos o utilizam como ferramenta de trabalho de acesso regular. O “boca-a-boca” agrada a grande parte, pois se trata de uma forma de comunicação de fácil distribuição da mensagem. Porém, analisando esta ferramenta, entende-se que não há como caracterizá-la enquanto canal oficial de divulgação, já que pode ocorrer dispersão do conteúdo, tornando-se arriscado, por não atingir a todos uniformemente.

Além das questões abordadas de acordo com Deonir de Toni, adicionou-se uma oitava questão: “Quais informações você gostaria de receber pelo Informativo?”, a fim de nortear uma futura produção e reformulação do Informativo. A partir das respostas obtidas, conclui-se que os funcionários preferem receber informações mais descontraídas, a receber conteúdos extremamente formais, como acontecia anteriormente. Para tanto, sugeriram assuntos de cunho pessoal – entrevistas, compartilhamento de experiências, além da possibilidade de contribuir na construção da pauta, como também a possibilidade de divulgação de eventos futuros. De forma que, em suas palavras, “esta pessoalidade aumenta o interesse”.

No que tange à Assessoria de Comunicação, os funcionários participantes da Auditoria solicitaram que a Comissão Assessora tenha mais contato com o público interno da BC, que esteja “mais visível”, no sentido de estar presente no órgão mais vezes por semana, visto que os funcionários possuem turnos diferentes. Ainda sobre a visibilidade da Assessoria, o grupo suscitou o questionamento do porquê das ações realizadas pela Assessoria não figurarem como tal.

## 5.2. PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA COM O PÚBLICO EXTERNO

Com o objetivo de identificar e retratar as demandas existentes na relação entre os acadêmicos frequentadores da Biblioteca Central e o espaço por eles ocupado, produziu-se uma Pesquisa de Opinião Pública, com questões referentes a esses temas. Além disso, foram abordadas questões acerca do funcionamento da Biblioteca Central, bem como a utilização do site – a fim de auxiliar a responsável pela atualização do mesmo no aprimoramento do novo site. No Apêndice A, os gráficos dos resultados obtidos. A seguir, a análise referente à aplicação.

A amostragem da pesquisa, considerando a seleção dos elementos aos quais se teve acesso no período de aplicação, deu-se por acessibilidade que conforme Gil (1997, p. 97):

O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostra em estudo exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão.

Do total, foram aplicados cento e onze questionários no prazo de duas semanas. A partir das respostas obtidas pode-se observar aspectos referentes à frequência dos acadêmicos, bem como a suas opiniões sobre o funcionamento e a estrutura da Biblioteca Central. O questionário foi estruturado com 12 questões fechadas, e uma questão aberta, a qual possibilitava ao respondente falar quais eram as dificuldades de navegação no *site* da BC. Além disso, é importante ressaltar que existem questões que suportam mais de uma resposta; e, portanto, o somatório ultrapassa 100%, o que não prejudica a veracidade dos dados.

A primeira questão da Pesquisa buscava saber se os respondentes conheciam o espaço interno da Biblioteca Central. Tratava-se de uma questão fechada com opções que variavam entre “sim”, “em partes” e “não”. Da maior parte dos respondentes, 64% afirmaram que conhecem o espaço interno da Biblioteca Central; os outros 36% disseram

conhecer “em partes” o espaço interno; nenhum respondente disse não conhecer o espaço interno da Biblioteca Central.

As questões dois, três e quatro foram formuladas com o intuito de identificar possíveis debilidades no atual site da BC, o qual passará por alterações, cujas implementações não competem à Assessoria de Comunicação da Biblioteca, mas sim ao serviço do Portal da BC; portanto o objetivo de tais questões é contribuir com possíveis melhorias detectadas a partir dos pontos de vista do público externo. Sendo assim, ao serem questionados, na segunda questão, sobre a utilização do site da Biblioteca Central, 29% dos respondentes disseram utilizar o site; 25% utilizam às vezes; 26% utilizam raramente; e 20% não utilizam esta ferramenta. A terceira questão, também relacionada ao site da Biblioteca Central, buscava descobrir o motivo pelo qual os acadêmicos acessam o site. Nessa, majoritariamente, 73% dos respondentes afirmaram acessar para pesquisar o acervo, a situação do usuário e realizar renovações; empatados, com 7% estão “leituras de informações referentes à Biblioteca Central” e “redirecionamentos do site da UFSM” para o site da Biblioteca Central; já 13% disseram recorrer ao site da Biblioteca Central para ler informações sobre as demais bibliotecas da UFSM. Ainda sobre o *site*, a questão de número quatro (4) tencionava saber se os acadêmicos encontram dificuldades na navegação: 65% responderam que não encontram; 27% encontram “em partes”; e apenas 8% disseram encontrar dificuldades. Os que responderam “sim” e “em partes” citaram como dificuldades o fato de o *layout* não ser de fácil acesso/agradável, a lentidão do site, dificuldades na pesquisa ao acervo ou *site* inoperante.

A questão de número seis se refere à frequência com que os acadêmicos vão à Biblioteca Central. 35% deles disseram que frequentam a Biblioteca Central menos de uma vez por mês; 32% frequentam a Biblioteca mais de uma vez por mês; 17% afirmaram frequentar uma vez por semana; e os 16% restantes disseram que frequentam a Biblioteca Central mais de uma vez por semana. Estes dados demonstram uma disparidade na frequência externa, visto que os números relativos à frequência de mais de uma vez por mês e menos de uma vez por mês são quase que equivalentes, isto é, não há um padrão exato quanto à periodicidade de visitação.

Identificou-se, a partir da questão sete, que o principal motivo pelo qual os respondentes vão à Biblioteca Central é para a “busca/retirada de livros”, com 39% das respostas, o que demonstra que o “fim maior” da BC está sendo contemplado. Entretanto, se

relacionarmos os dados com os demais serviços prestados pela Biblioteca, constatar-se-á que ainda há uma grande variedade de oportunidades a serem exploradas (maior detalhamento na descrição da questão 9). As demais opções representaram um percentual menos representativo, a saber: 20% para “trabalho em grupo”; “leituras/estudo individual” com 18%; “passar o tempo” com 7%; “descanso” com 6%; “utilização do caixa eletrônico” com 4%; “computadores para acesso a Internet” com 3%; “internet via *wireless*” com 2%; “Portal CAPES” com 1%; e nenhuma marcação para a opção “outros”.

A questão oito buscava identificar quais os ambientes internos da Biblioteca Central são mais utilizados pelos acadêmicos e condiz com a questão acima. Os respondentes deveriam sinalizar como “1” o ambiente mais utilizado por eles, “2” o segundo mais utilizado e “3” o terceiro mais utilizado. A maioria dos acadêmicos (31%) marcou como o ambiente mais utilizado o “acervo”; 26% marcaram como o segundo ambiente mais utilizado o “setor de retirada e devolução de materiais”; e 19% marcaram como o terceiro ambiente mais utilizado o “hall de entrada (sofás)”.

Durante o diagnóstico informal, acreditava-se que havia uma grande dificuldade de localização por parte dos frequentadores da Biblioteca. Entretanto, com a Pesquisa de Opinião Pública, constatou-se o contrário, visto que, de acordo com as respostas da questão número nove, a qual buscava saber se os acadêmicos se localizam com facilidade dentro da Biblioteca Central, 68% responderam que “sim”, se localizam com facilidade; 29% responderam que se localizam “em partes”; e apenas 3% responderam que não se localizam com facilidade.

Como problema de localização dentro da Biblioteca Central, assunto tratado na questão de número dez, a “falta de sinalização interna (placas indicativas)” foi identificada como o principal, com 32% das respostas; seguido da “falta de informação acerca dos espaços disponíveis” com 29%; da “falta de sinalização interna (mapas de localização)” com 22%; 17% identificaram como problema de localização a “falta de interesse próprio em conhecer toda a estrutura”; e não houve nenhuma marcação para a opção “outros”. O percentual correspondente mostra que ainda há um número elevado de pessoas que não conhece a totalidade do espaço da Biblioteca, ainda que os motivos não sejam os mesmos – pode-se observar pela proximidade das porcentagens das alternativas: “falta de sinalização interna (placas indicativas)”, “falta de informação acerca dos espaços disponíveis” e “falta de sinalização interna (mapas de localização)”.

A questão onze buscava saber quão desconhecidos são alguns dos serviços prestados pela Biblioteca Central, a fim de criar a possibilidade de direcionamento dos esforços comunicacionais para a divulgação desses. 22% dos respondentes marcaram não conhecer a “comutação bibliográfica – COMUT”; 20% não conhecem o “treinamento do portal de periódicos da CAPES”; com 17% empataram os serviços de “elaboração de fichas catalográficas para teses e dissertações” e a “visita orientada”; 14% responderam não conhecer a “Biblioteca Digital de Teses e Dissertações – BDTD”; 7% não conhecem a aquisição de materiais; e apenas 3% não conhecem a “confecção da segunda-via da carteira da Biblioteca”. A partir dos resultados, pode-se constatar que os serviços que tiveram/têm maior divulgação são, de fato, os menos desconhecidos. Ao contrário, os menos divulgados apresentam número expressivo de desconhecimento, isto é, são os mais desconhecidos. Estas constatações sugerem um aprimoramento da divulgação dos serviços, o que garantirá consequentemente um maior acesso aos serviços prestados.

Para verificar a funcionalidade dos murais externos, que competem à Assessoria, foram direcionadas duas questões (doze e treze). A questão de número onze identificou que 36% dos respondentes leem murais “às vezes”; 35% raramente leem murais; 17% leem murais efetivamente; e 12% não leem murais de forma alguma. Estes números constatarem que, apesar de não haver uma assiduidade dos acadêmicos, são poucos os que não observam os murais. Dando seguimento a esta questão, através da questão de número doze, pode-se perceber que 25% buscam por “informativos” nos murais; 24% por “eventos acadêmicos”; 21% por “oportunidades de estágio/emprego”; 19% por “festas”; 9% por anúncios de “veda/troca/aluguel de bens”; e apenas 2% marcaram a opção “outras”, sem especificá-las; o que demonstra um interesse grande no que tange a atividades curriculares.

## **6. CONSIDERAÇÕES**

A pesquisa institucional referente à Biblioteca Central contribuiu para o diagnóstico realizado durante o primeiro semestre de 2011. Deste modo, coube à Assessoria de Comunicação concentrar esforços na coleta de dados e informações cabíveis a um diagnóstico compatível com a realidade vivida na Instituição.

Realizada e analisada a pesquisa, pode-se considerar que estes dados levantados serviram como documento e possibilitaram a tomada de decisões estratégicas, bem como orientaram as ações mais plausíveis e inerentes à BC. Sendo assim, a partir das informações

verificadas, elaborou-se um roteiro de atividades para o segundo semestre de 2011, o qual contemplou os programas e projetos de comunicação estratégica.

Desta forma, evidencia-se a importância desta pesquisa, que deu suporte ao diagnóstico, o qual fundamentou todas as ações de comunicação sugeridas pela Assessoria de Comunicação. Reitera-se que a pesquisa institucional diretamente contribuiu com as ações que visavam à consolidação e melhoria da imagem e reputação da Biblioteca, bem como o aprimoramento da sua relação com o público interno.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1997.

GRUNIG, James. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos** / GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. São Caetano do Sul, SP. Difusão Editora: 2009.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Relações Públicas e a filosofia da comunicação integrada**. In: Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.

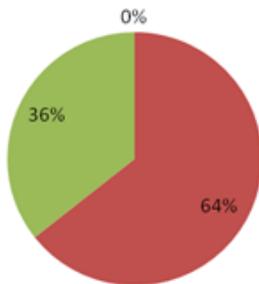
SIMÕES, Roberto Porto. A Disciplina Relações Públicas: O Processo e o Programa. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº10, p. 177-128, junho 1999.

TONI, Deonir de. **Administração da imagem de organizações, marcas e produtos**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). Comunicação Organizacional – vol 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

## APÊNDICE A – Gráficos dos resultados da Pesquisa de Opinião Pública

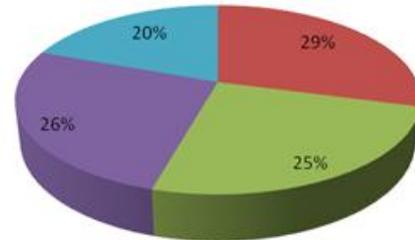
### 1. Você conhece o espaço interno da BC?

■ SIM ■ EM PARTES ■ NÃO

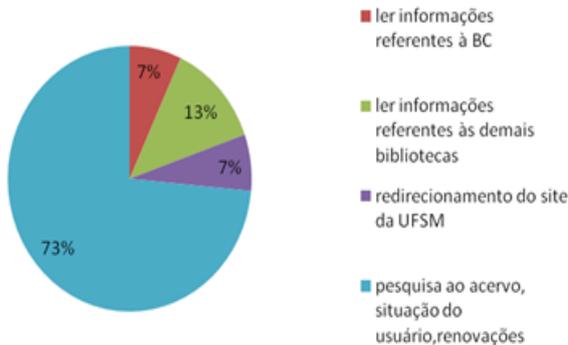


### 2. Você utiliza o site da BC?

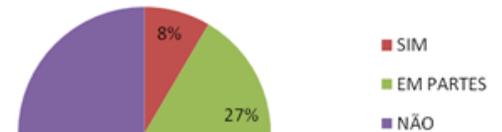
■ SIM ■ ÀS VEZES ■ RARAMENTE ■ NÃO



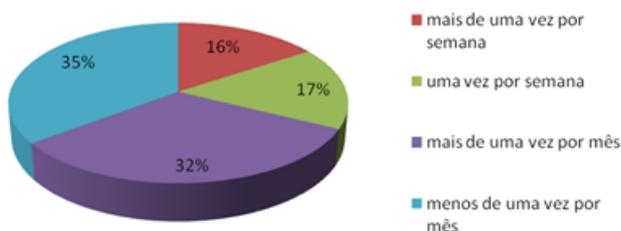
### 3. Qual o motivo por que você acessa o site da BC



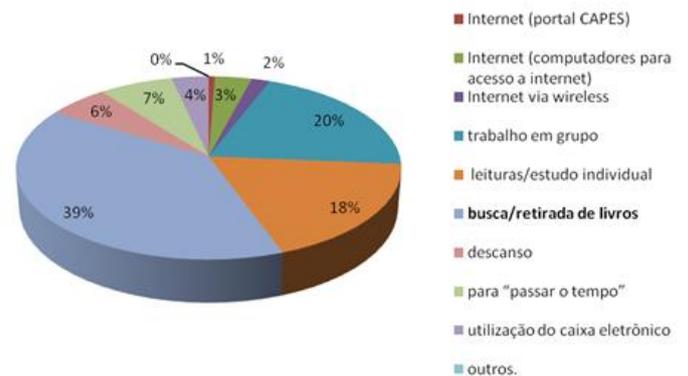
### 4. Você encontra dificuldades de navegação no site?



### 6. Com que frequência você vai à BC?

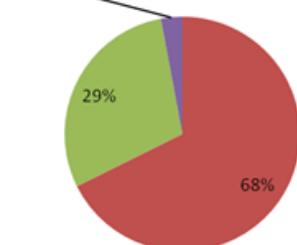


### 7. Qual o motivo principal por que você vai à BC?



### 9. Você se localiza com facilidade na BC?

■ SIM ■ EM PARTES ■ NÃO



### 10. O que você identifica como problema de localização na BC?

