

FLUXOS DE PRODUÇÃO E COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A SATISFAÇÃO DE USUÁRIOS: um exame bibliométrico na Base de Dados da Ciência da Informação (BRAPCI)

PRODUCTION FLOWS AND SCIENTIFIC COMMUNICATION ON USERS' SATISFACTION: a bibliometric examination in Information Science Database (BRAPCI)

Rosa da Penha Ferreira da Costa | Marcelo Calderari Miguel

<https://doi.org/10.21747/21836671/pag13a11>

Resumo: Introdução: a satisfação do interagente envolve um campo de estudo da Ciência da Informação que busca compreender as influências de fatores internos e externos e os componentes sociais que interferem na gestão do processo de desenvolvimento de serviços, produtos e organizações. Objetivo: analisar a produção científica na área da satisfação de usuários, no período de 2015 a 2019, representada pelos artigos científicos indexados na base de dados referenciais de artigos de periódicos em Ciência da Informação - BRAPCI. Metodologia: trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa que utilizou a bibliometria e a análise de conteúdo como principais ferramentas metodológicas. Resultados: a produção científica em satisfação de consumidores apresentou um comportamento relativamente estável nos últimos cinco anos, e o ano 2017 corresponde o período se situa o avanço no tratamento dessa temática. Conclusões: a análise dos artigos e periódicos científicos mostrou que a 'satisfação de usuários' possui relação com as áreas multidisciplinares, principalmente situado a questão do atendimento em arquivos, bibliotecas e museus.

Palavras-chave: Bibliometria; Comunicação científica; Serviços de Informação; Usuários da Informação.

Abstract: Introduction: the satisfaction of the interactant involves a field of study of Information Science that seeks to understand the influences of internal and external factors and the social components that interfere in the management of the process of development of services, products and organizations. Objective: to analyze scientific production in the area of user satisfaction, in the period from 2015 to 2019, represented by scientific articles indexed in the referential database of articles in information science journals - Brapci. Methodology: this is a qualitative and quantitative research that used bibliometrics and content analysis as the main methodological tools. Results: the scientific production in consumer satisfaction has presented a relatively stable behavior in the last five years, and the year 2017 expresses the period is the advance in the treatment of this theme. Conclusions: the analysis of scientific articles and journals showed that 'user satisfaction' is related to multidisciplinary areas, especially regarding the issue of assistance in archives, libraries and museums.

Keywords: Bibliometry; Scientific communication; Information Services; Information Users.

1. Usuários e satisfação: olhares para o agora e o amanhã

Acessibilidade; Acesso à Informação - Declaração de Lyon; Advocacy; Alfabetização informacional; Biblioterapia; *Big data*; *Blockchain*; Catalogação; Ciência aberta e dados abertos; Competência em informação; Cultura do privilégio; Curadoria digital; Desenvolvimento de coleções; Direitos de LGBTTI+; Divulgação em CT&I; Epistemologia da Ciência da Informação; Ergologia; Ética e ecologia da informação; Gestão da Informação e do Conhecimento; Gestão Eletrônica de Documentos; Informação e memória (arquivos, museus, bibliotecas e congêneres); Informações Jurídicas; Internet das coisas; Letramento informacional; *Makerspaces* e *coworkings*; *Marketing*; Mediação, circulação e apropriação da informação; Metrias da informação e comunicação; Museologia, memória

e patrimônio; Ontologias e representação de conhecimento; Política e economia da informação; Políticas de arquivos; Preservação, conservação, restauro; Propriedade intelectual; Qualidade em serviços; Recursos educacionais abertos; Repositórios digitais; Segurança da informação; Serviço de referência; Sociedade do conhecimento; Tecnologias assistivas; Usos e usuários da informação – todos esses *itens* expressam alguns dos principais núcleos investigativos do campo investigativo da Ciência da Informação (CI). E é evidente que o não aparecimento desses termos na literatura científica traz, de forma subjacente, certa possibilidade de que não seremos incluídos, e temos muito medo da exclusão.

Em meio a estas discussões, podemos nos questionar até que ponto o apego a uma terminologia é uma questão de posicionamento profissional, uma vez que, no cingir do debate no ‘colégio invisível’ devemos buscar o cunho humanista e liberal para a *liberdade de investigação científica* e a dignidade da pessoa humana. Portanto, possível é compreender que dentro do entendimento da área da CI (e outras áreas de estudo) as questões de terminologia e provavelmente as definições atuam num limiar movido e incerto, variando de acordo com: 1) a aplicação e competência de determinada área; 2) as chamadas de editoriais e edições especiais/temáticas em periódicos; 3) a constituição temática de eventos científicos; 4) as linhas e grupos pesquisas atuantes no Programa de Pós-Graduação; 5) as provocações e demandas das entidades científicas e corporações profissionais; 6) as mazelas sociais e éticas que regem o nível de maturidade de um campo científico, etc.

Por sua vez, uma das principais preocupações do atual perfilar do Moderno Profissional da Informação (MIP) vislumbra, conforme Oliveira e Alencar (2016:7), acompanhar “todas as mudanças ocorridas no mundo referentes às modificações sociais para uma sociedade inclusiva, pois isso vai influenciar principalmente na competitividade a que estão expostas as empresas”.

Nesse contexto, muitas vezes as pessoas compram, utilizam e buscam produtos e serviços não pelo que eles fazem, mas pelo que eles são (SOLOMON, 2011). Para o pesquisador a ambiência de estudo do ‘comportamento do consumidor’ representa um campo muito novo e, de acordo com a sua evolução, passa-se a ter a influências de múltiplos pontos de vista. Destarte, Solomon (2011:66) afirma que “na verdade, é difícil imaginar um campo que seja mais interdisciplinar”.

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo principal identificar as mais significativas tendências em pesquisas sobre o tema satisfação do consumidor a partir de um mapeamento bibliométrico em uma base de dados nacional. Justificam-se novos estudos como essenciais para avançar no tema e obter resultados mais verdadeiros a respeito da satisfação dos usuários por meio do desempenho e da avaliação dos serviços prestados (MARCHETTI e PRADO, 2004).

Para isso, este estudo foi estruturado em quatro seções, além desta introdutória. Na segunda parte, é apresentado o referencial teórico abordando a satisfação e algumas correlações com a abordagem da qualidade. A terceira parte, por sua vez, contempla o percurso metodológico que fundamenta a pesquisa. Na sequência, apresentam-se os resultados e, por fim, as considerações mais relevantes acerca da temática abordada, assim como as limitações desta pesquisa e as sugestões para futuros estudos.

2. A satisfação de usuários, uma nova ótica no consumidor

O 'novo normal' revela um contexto situacional no qual a sociedade repensa novas 'formas de viver', apontando um cenário que ressalta as vantagens da (re)descoberta do valor do lar e que nem tudo está sobre controle – isso faz emergir alterações diversas na retomada da vida no mundo pós-pandemia.

O crescimento das organizações, as mudanças no comportamento dos consumidores e as demandas exigidas pelo consumidor têm transformado o ambiente informacional cada vez mais competitivo e desafiador. Estes fatores têm obrigado as instituições a realizar um processo de avaliação que exige considerar seu posicionamento de mercado e trabalhar em busca de diferenciais competitivos inertes. Além disso, o usuário – interagente - é o foco de todos os tipos de organizações mercadológicas ou não. Isso evidencia o motivo pelo qual as empresas competem pela conquista e preferência dos consumidores, assim como expõe o esforço que realizam a fim de que o negócio sobreviva (entropia negativa).

Para Kotler e Keller (2013), o estudo sobre a satisfação de usuários compreende que as pessoas, os grupos e as organizações escolhem, compram, usam e descartam artigos, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e seus desejos. Entretanto, o entendimento do comportamento da clientela não é uma tarefa simples, e sua abrangência é fundamental para os negócios das organizações.

A satisfação de usuários é composta de influências tanto interpessoais quanto intrapessoais. A primeira é a influência dos grupos e atividades no comportamento dos usuários – como a cultura, a subcultura, a família, a classe social e o estilo de vida. A segunda é a análise das forças individuais na interação com espaços de informação, e envolve, por exemplo: a aprendizagem e experiência, a personalidade, o processo de avaliação, as atitudes, a mudança e os processos de informação. Por último, há a análise do processo de satisfação de usuários envolve o reconhecimento do problema, a busca de informações e inovações, a avaliação de alternativas, o desempenho e as percepções e expectativas diante o 'momento da verdade'.

No entanto, a satisfação de usuários é um processo decisório e a satisfação das necessidades é uma “variável fundamental de qualquer serviço de informação” (FELIX e GARCIA, 2017:68). Assim, o fato é que clientes constituem-se sujeitos influenciados, de modo que sua decisão de experiência com produtos e serviços de informação se desenvolve por meio de um processo coerente, afetando sua percepção e sua escolha em relação à relevância e à adequação dos produtos, serviços e organizações.

De tal modo, pode se considerar que as “estratégias de *marketing* inicialmente eram voltadas às atividades comerciais e industriais com fins lucrativos e estendeu-se a promoção de serviços em instituições com atividades de caráter não comercial” (REIS *et al.*, 2019:203). Os bibliotecários, por exemplo, relatam Reis *et al.* (2019:203) podem fazer “uso do *marketing* para cativar, fidelizar e aumentar o número de usuários”. Assim, compreende-se que:

A análise das diversas definições sobre *marketing* surgidas ao longo do tempo abre perspectivas para evidenciar sua capacidade de oferecer teorias e modelos à ciência da informação e vice-versa, tendo em vista que ambas têm uma preocupação em comum: a satisfação do usuário e a informação, embora

com focos diferentes, mas nem por isso divergentes. Isso porque a essência das duas áreas é a informação e, por conseguinte, buscam responder e atender às inquietações de diversos grupos sociais, ao buscar satisfazer necessidades informacionais, tanto do ponto de vista individual, quanto do coletivo (SANTOS e LUBISCO, 2018:393).

Ressalta-se, contudo, que o estudo da satisfação de usuários não consiste apenas em a correta execução de processo e serviços por parte de indivíduos (usuários reais, potenciais e os não-usuários), mas abrange também os processos de interação com bens, serviços, matérias-primas ou insumos integrantes da cadeia de produção de determina a gerência de recursos e serviços informacionais essenciais. Deste modo é pertinente destacar que o conceito de satisfação “está intrinsecamente relacionado ao conceito de qualidade” (DAMIAN, 2016:226); sendo assim, há que se considerar que na contemporaneidade, os ‘novos interagentes’ são sujeitos politizados, consciente, bem informado e ético.

Solomon (2011) reporta que a satisfação é definida como a resposta do consumidor a uma avaliação da conexão percebida entre as expectativas e a performance após o consumo de um produto/serviço. Já Spina, Giraldi e Oliveira (2013) entendem que a satisfação é o resultado da divergência entre as expectativas e o desempenho de um produto ou serviço, percebido após o uso.

A qualidade dos serviços é antecedente à satisfação do cliente (BUEHRMANN e WERLANG, 2017:93); portanto, diante a experiência prática, interagentes satisfeitos ‘revisitam’ os núcleos de convivência, convergência e informação. A busca pela satisfação de usuários provém da adequação do que é oferecido pela organização ao que os interagentes desejam ou necessitam. Todavia, essa temática envolve a questão da satisfação funcional, emocional e do benefício de uso.

Samara e Morsch (2005) relatam que a satisfação funcional é obtida por meio de atributos tangíveis de um produto ou serviço; a satisfação emocional – também designada satisfação psicológica – é aquela fornecida por benefícios intangíveis e não mensuráveis; e por fim a satisfação de benefício de uso está associada ao valor ganho pela propriedade e ao uso de um bem e serviço.

Nessa mesma perspectiva, Campos, Miguel e Carvalho (2018:93) alertam que “no elenco de preocupações com a qualidade, deve-se considerar que uma avaliação não é fim em si, mas deve ser realizada com o objetivo de exprimir em oportunidades de aplicabilidade de boas práticas (*best practices*), melhoria e inovação”.

Entretanto, é fundamental que o MIP avalie a satisfação dos seus usuários e os custos para isso, assim como quais são as oportunidades de melhoria detetadas em relação aos produtos ofertados e serviços prestados. Isso leva a concluir que o interagente do século XXI se tornou mais exigente, mais consciente e buscando a satisfação nas práticas informacionais por meio de exigência da qualidade nos processos de conhecimento e empoderamento informacional.

Ao considerar o que foi exposto, percebe-se que o tema estudos de usuários é amplamente discutido (CARVALHO, MIGUEL e CAMPOS, 2018; ROSEMBERG, MIGUEL e CARVALHO, 2018), contando inclusive com vasta literatura sobre o tema. Por esse motivo, buscou-se realizar um levantamento acerca de alguns estudos recentes sobre a satisfação de usuários, a fim de analisar como o cenário temático hodierno situa ou dista a ambiência

se correlaciona positivamente a satisfação em ambientes e processos de informação e dessa forma:

Compreender uma unidade de informação como uma organização prestadora de serviços exige conhecimentos gerenciais para conhecer o contexto ao qual a unidade de informação está inserida, bem como identificar pontos fortes e fracos para definir estratégias que serão executadas através de um planejamento com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços prestados. (SPUDEIT e FUHR, 2011:42).

Assim, nessa perspectiva, Campos, Miguel e Carvalho (2018:93) alertam que as preocupações com a avaliação do processo de desenvolvimento de serviços não é fim em si, mas deve ser realizada com o objetivo de exprimir em oportunidades de aplicabilidade de boas práticas. E na tentativa de contribuir com essa temática, são apresentados, na seção seguinte, os procedimentos metodológicos abrangidos pela estruturação desse diagnóstico.

3. Material e métodos

Esse estudo parte de uma abordagem qualitativa, uma vez que analisa dados numéricos, por meio de uma visão interpretativista, com auxílio da análise de conteúdo. De acordo com Poupart *et al.* (2012), a pesquisa qualitativa entende que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito. Quanto aos objetivos, o estudo caracteriza-se pelo caráter descritivo, o que, segundo Samara e Morsch (2005), consiste em uma pesquisa que procura descrever situações de mercado a partir de dados primários, obtidos originalmente por intermédio de entrevistas pessoais ou discussões em grupos, relacionando e confirmando as hipóteses levantadas na definição do problema da pesquisa.

A pesquisa, de abordagem exploratória e caráter descritivo, traz à tona os estudos que envolvem a 'satisfação de usuários' em um Acervo de Publicações Brasileiras em Ciência da Informação, reportando assim o âmbito de um rol de artigos da Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI) e despontando princípios da abordagem bibliométrica. Esse tipo de estudo sobressai pelo caráter descritivo, constitui-se na acolhida dos preceitos, índices ou indicadores - junção de leis e princípios empíricos que proporcionam o estabelecimento dos fundamentos teóricos da Ciência da Informação, por meio da contagem de documentos como apontam Araújo e Alvarenga (2011) e Guedes (2012).

Por sua vez, Costa, Miguel e Silva (2020:78) apontam também que os indicadores bibliométricos contribuem para entender e pautar os indicadores sugerem um grau de desenvolvimento de uma área do conhecimento científico; ainda, os autores ressaltam que a BRAPCI tem ampliado o número de periódicos e, por conseguinte, o número e qualidade de artigos indexados. Cabe observar que a "BRAPCI facilita a obtenção dos dados e possibilita a realização de novos olhares sobre as temáticas da área de Arquivologia e da Ciência da Informação" (COSTA, MIGUEL e SILVA, 2020:78).

A fim de atingir o objetivo do estudo, foi feita uma busca na BRAPCI, em junho de 2020. Considerou-se para a pesquisa a busca pelo termo 'Satisfação de Usuários', considerando-se sua aparição no título, palavra-chave e resumo dos artigos, totalizando assim 132 artigos encontrados. Logo após, procedeu-se a análise para o recorte temporal: entre os anos de i) 2000 a 2019 apresenta um total de 116 publicações; ii) 2010 e 2019 apresenta um total

(retirado dois erros em registros na data e sete itens duplicado) de 92 publicações; e iii) no recorte dos últimos cinco anos (2015 e 2019) soma-se 59 itens documentais.

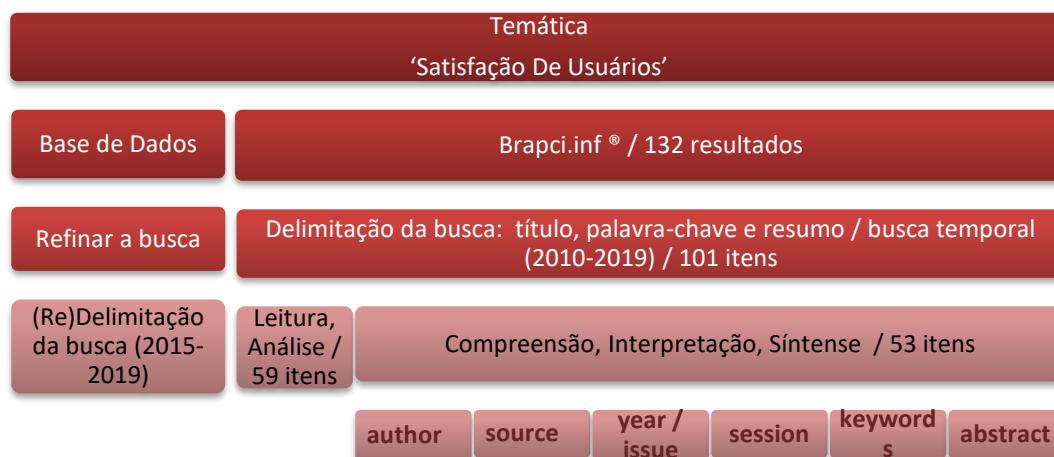
Selecionaram-se então os documentos completos e em língua portuguesa, publicados no período entre 2015 a 2019 visto que o estudo se preocupa em compreender estratégias e tendências de pesquisas mais recentes. Assim, foram encontrados 59 e analisados 53 *itens* documentais (um com erro na data da publicação, dois registros duplicados, três editoriais) encontrados após a realização dos filtros e mencionados.

Na etapa do mapeamento, uma vez organizados os 54 artigos selecionados foram submetidos a uma análise detalhada. Ao longo do processo de leitura e interpretação dos documentos, foram identificados alguns focos importantes de análise. Esses focos serviram de base para a elaboração de uma tabela via *software Excel*, padronizada, para a análise de conteúdo individual de cada artigo.

A tabela padronizada contemplou os seguintes tópicos: publicação por autor e gênero (1 *author*), título da publicação (2 *title*), publicação por periódico (3 *source*), publicação por ano (4 *year/issue*), construto e tipologia documental (5 *session*), e palavras-chave que expõem a abrangência de um assunto e os seus conceitos principais (6 *keywords*). Foram considerados todos os artigos que se encontravam completos, retirando-se da análise apenas as duplicações e editoriais.

Por fim, a análise dos dados foi desenvolvida por meio da técnica de análise de conteúdo, que, conforme Bardin (2011), consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações (7 *abstract*), visando obter indicadores que permitam a geração de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens. A ilustração (Fig. 1) representa o passo a passo utilizado para a realização desta pesquisa.

Fig. 1 – Percorrendo a temática e o passo a passo da pesquisa



Fonte: os autores - refinamento em termos Busca Avançada, 2020.

Após a nota metodológica que norteia o desenvolvimento deste diagnóstico, realiza-se o exame bibliométrico com dados coletados, cujos resultados são apresentados a seguir.

4. Análise dos resultados e discussões

Neste tópico, são discutidos os principais resultados encontrados a partir do desenvolvimento da pesquisa bibliométrica. A Tabela 1 apresenta uma síntese dos principais autores e suas publicações, sendo é possível visualizar os autores que tiveram uma ou duas publicações. Os oito autores – Baptista, M. M.; Damian, I. P. M.; Gonçalves, M. S.; Miranda, A. C.C.; Paiva, E. B.; Pinheiro, E. G.; Pinto, M. D. S.; Silva, S. P. – tiveram duas ou mais publicações cada. No entanto, os demais autores (130) somente apresentaram uma publicação sobre o tema, o que equivale a 72% dos autores considerados.

Tabela 1 – Quantidade de publicações por autor (2015-2019)

PESQUISADORES (138)	QUANT. DE PUBLICAÇÕES	%
BAPTISTA, Michele Marques	2	3,8
GONÇALVES, Márcia Servi		
PINHEIRO, Edna Gomes	2	3,8
SILVA, Sildete Pereira		
MIRANDA, Ana Cláudia Carvalho de	2	3,8
PAIVA, Eliane Bezerra	2	3,8
PINTO, Marli Dias De Souza	3	5,7
DAMIAN, Ieda Pelógia Martins	4	7,4
Demais Autores (130)	38	71,7
TOTAL	53	100

Fonte: os autores - Brapci.inf ® e considerações contribuições/parcerias nas publicações 2020.

No entanto, outro procedimento realizado foi a visita aos currículos Lattes dos autores mais prolíficos para verificação de formação e área de atuação. Os autores

- Dr^a Pinto, M. D. S. / Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) tendo 6% da publicações dessa temática (CV: <http://lattes.cnpq.br/2818512057033481>).
- Dr^a Damian, I. P. M. / Docente do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – Universidade Estadual Paulista ‘Júlio de Mesquita Filho’ (Unesp) apresentando índice de cerca de 7% nessa temática de pesquisa (CV: <http://lattes.cnpq.br/6732213490679586>).

Em relação aos gêneros masculino e feminino, obtiveram-se os seguintes resultados: a maior quantidade de publicação foi do gênero feminino, com 95 pesquisadoras, equivalente

aproximadamente 70% do total. Já em relação ao gênero masculino, contabilizaram-se 43 autores, representando cerca de 30% do total.

Na Tabela 2, apresentam-se os subgrupamentos sobre as parcerias (rede de colaboração) no que tange a constituição de uma publicação sobre o tema ‘satisfação dos usuários’. Vale salientar que a pesquisa foi realizada a partir da análise da autoria (*author*), obtendo assim um total de 138 pesquisadores. Esses dados apontam para duas variáveis importantes de análise: a primeira mostra a preferência pela publicação em parceria, enquanto a segunda apenas indica o valor percentual em relação à primeira – estabelecendo, dessa forma, a percentagem da participação dos artigos de ‘satisfação dos usuários’ em relação ao total de *itens* documentais encontrados nesse recorte temporal (2015-2019).

Tabela 2 – Quantitativo na autoria das publicações (2015-2019)

QUANT. NA COLABORAÇÃO (138)	QUANT. DE PUBLICAÇÕES	PERCENTUAL %
Um colaborador	5	9
Dois colaboradores	26	49
Três colaboradores	15	28
Quatro colaboradores	3	6
Cinco colaboradores	1	2
Seis ou mais colaboradores	3	6
TOTAL	53	100

Fonte: os autores - com dados da Brapci.inf® - Base de dados referencial da CI, 2020.

Pela análise da Tabela 2, verifica-se que as publicações em dupla somam ao todo 26 trabalhos; isso se deve as parcerias concretizadas em Programas de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI). Com 48 *itens* documentais vemos que a maior parte das pesquisas (91%) são realizadas em colaboração.

As parcerias de dois colaboradores e três colaboradores representam juntas, 41 publicações, concebendo cerca de 77% das publicações (2015-2019). Já a constituição de grupos com mais de cinco integrantes expressa aproximadamente 6% do total de publicações; e sobre esse tema um trabalho (PINHEIRO *et al.*, 2016) da *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação* (RBBDD) conseguiu integrar um grupo com 17 pesquisadores.

Já no que tange a manifestação temática, torna-se expressa em 26 periódicos (*source*). A Tabela 3 destaca o aparecimento do tema – ‘Satisfação de Usuários’ – conforme o quantitativo de *itens* documentais recuperados no recorte temporal da base referencial de dados (artigos científicos, eventos científicos).

Tabela 3 – Periódicos/eventos com dois ou mais itens documentais localizados (2015-2019)

PERIODICO OU EVENTO (25)	QUANT. DE PUBLICAÇÕES	PERCENTUAL %
Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação	7	13%
Archeion Online	4	8%
Ciência da Informação em Revista	4	8%
Encontro Nacional de Pesquisa em CI (ENANCIB)	4	8%
Perspectivas em Ciência da Informação	4	8%
Biblionline	3	6%
Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina	3	6%
Biblos (RIO GRANDE)	2	4%
Encontros Bibli	2	4%
InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação	2	4%
Informação & Informação	2	4%
Ponto de Acesso	2	4%
Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação	2	4%
Outras (12) revistas científicas – uma publicação cada	12	24%
TOTAL	53	1

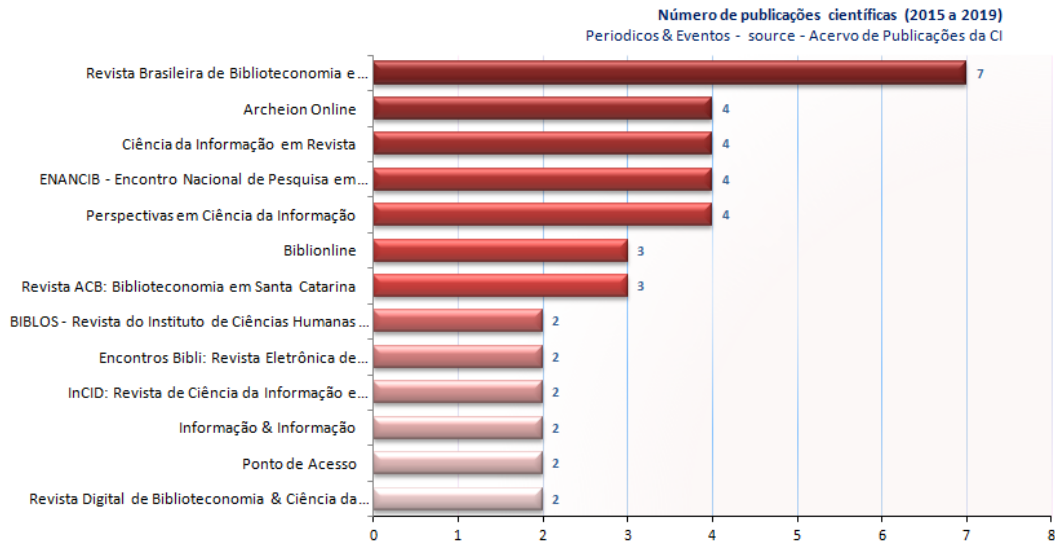
Fonte: os autores) - com dados da Brapci.inf ® - Base de dados referencial da CI, 2020.

Desse modo, com o intuito de identificar quais são os principais periódicos que publicam artigos sobre satisfação de usuários, foram sintetizados, na Tabela 3, os nomes dos periódicos, a quantidade de publicação e sua respectiva percentagem.

Após a análise, pode-se perceber a *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação* (RBBDD, ISSN 1980-6949) classificada como B1 em 'Comunicação e Informação' no Qualis Capes Periódicos – Quadriênio 2013-2016, apresentou o maior número de publicações sobre o tema, com sete trabalhos entre os anos 2016 (1), 2017 (4) e 2018 (2); seguido pelo *Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação* (ENANCIB; 2017, 2018) e por três revistas – *Perspectivas em Ciência da Informação* (ISSN 1981-5344), *Archeion Online* (ISSN 2318-6186), *Ciência da Informação em Revista* (ISSN 2358-0763) – com quatro

artigos publicados entre os anos 2015 e 2019. Percebe-se, ainda, permanência de interesse em publicações da CI sobre questões ligadas a satisfação do consumidor.

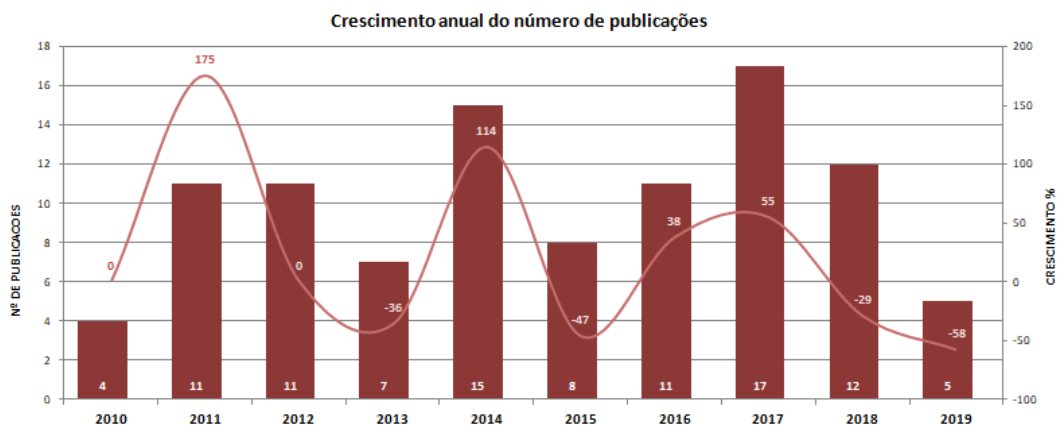
Fig. 2 – Periódicos e eventos: percorrendo a temática em publicações de CI



Fonte: os autores - Brapci.inf ® 2020.

Em suma, essa análise das principais revistas que publicaram artigos sobre o tema fornece importantes informações para fins de análise e os periódicos que têm mais abertura da temática no escopo de suas publicações. Por conseguinte, a ilustração a seguir expõe o quantitativo de publicação de acordo com a evolução temporal para uma década.

Fig. 3 – Quantidade de publicação por ano

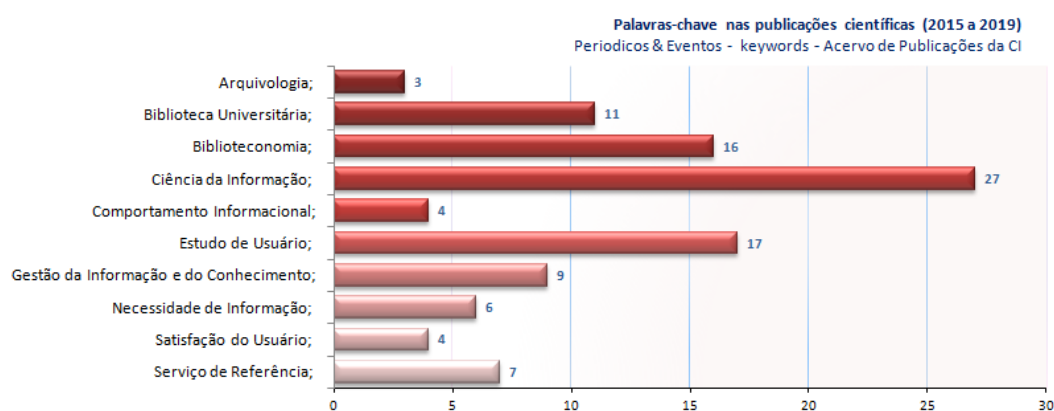


Fonte: os autores - Brapci.inf ® 2020.

No gráfico (Fig. 3), é possível observar que os anos de 2017 (17 *itens* documentais), 2018 (12 artigos) e 2016 (11 artigos) foram os que tiveram o maior número de publicações relacionadas ao tema, e no período (2015-2019) um total de 53 (40%) *itens* documentais.

Dessa forma, também é possível sinalizar que os 'termos' (*keyword; abstract*) mais acolhidos nas publicações dessa temática são: Ciência da Informação, 27; Estudo de Usuário, 17; Biblioteconomia, 16; Biblioteca Universitária, 11; Gestão da Informação e do Conhecimento, 9; Serviço de Referência, 7; Necessidade de Informação, 6; Comportamento Informacional, 4; *Marketing* em Unidade de Informação, 4; e Satisfação do Usuário, 4.

Fig. 4 – Principais 'palavras-chave' nas publicações científicas (2015 a 2019)



Fonte: os autores) - Brapci.inf © 2020.

Considerando os construtos analisados na Fig. 4, pode-se afirmar principalmente o destacar das áreas de Arquivologia, Biblioteconomia e Ciência da Informação; a Museologia como ciência que trata dos museus, especialmente no que se refere a sua organização, funcionamento e serviços não adentrou especificidade do construto (*keyword; abstract*) no que tange a temática da 'satisfação dos usuários'.

Diante dos resultados expostos (autoria, periódicos, representatividade temporal, conteúdo temático), identificou-se quatro destaques: i) Ieda Damian na dianteira das publicações; ii) o periódico RBBB destacado na abordagem e acolhida da temática; iii) o ano de 2017 tendo o melhor acumulo de publicações; iv) a Ciência da Informação e a Biblioteconomia surgem entre os termos de prospecção de um modelo que zela a interfaces da satisfação de consumidores de produtos culturais e informacionais.

Assim sendo, fomentar a reflexão a respeito dos fazeres informacionais visando a qualidade de produtos e serviços propende a questão alvo de se aperfeiçoar os profissionais que atuam ou pretendem atuar nas unidades de informação (arquivos, bibliotecas, museus) supracitadas; e propiciando um instrumental teórico, prático e tecnológico que capacite o MIP a refletir, apropriar-se e constituir criticamente o conhecimento nas áreas de Arquivologia, Biblioteconomia, Ciência da Informação, Museologia, Administração, Informática, entre outras.

Frente a esses dados, percebe-se que a Museologia situa um campo (assim como arquivos, bibliotecas, centros de documentação e informação, repositórios digitais e lugares de

memória) para discutir os fundamentos teóricos e metodológicos relacionados à gestão de recursos, produtos e serviços informacionais. Cabe destacar, ainda, que, apesar de vários estudos a respeito de satisfação dos usuários (os interagentes) já terem sido desenvolvidos, reafirma-se que a realização de ‘novos estudos’, são essenciais (MIGUEL, 2017) para avançar no tema da qualidade e obter resultados mais verdadeiros a respeito da satisfação dos usuários no avaliar de serviços que remetem a especificidade do âmbito da Ciência da Informação.

5. Considerações finais

Com o intuito de explorar o tema satisfação do consumidor, diversas análises foram realizadas no decorrer deste artigo a partir do método de pesquisa bibliométrica, com o auxílio do *software Excel*. Ao analisar 53 artigos publicados em periódicos nacionais no período que compreendeu os anos de 2015 a 2019, foi possível identificar algumas características inerentes ao tema.

A partir dos resultados encontrados, evidencia-se que as pesquisas realizadas sobre o tema vêm aumentando no decorrer dos anos (os últimos cinco anos representam cerca de 40% de tudo o que foi produzido) e mostra-se também que permanece uma regularidade de interesse em publicações sobre satisfação de usuários. Isso demonstra que o tema avança em pesquisa, permitindo assim que novos pesquisadores busquem aperfeiçoar as lacunas existentes.

É possível identificar também a evolução do número de trabalhos publicados em 25 periódicos indexados na BRAPCI. Dentre os periódicos, quatro deles conseguiram destacar a questão da ‘satisfação de usuários’ entre as edições de 2015-2019, ou seja: 1) a *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, com 7 (13%) publicações; 2) a *Archeion Online* com 4 (7%) itens documentais; 3) a *Ciência da Informação em Revista*, com 4 (7%) publicações; e 4) a *Perspectivas em Ciência da Informação*, também com 4 (7%) dos artigos. Isso, de certa forma, sugere que estes periódicos acolheram pesquisas sobre o tema satisfação do consumidor, coligindo que futuras pesquisas sejam direcionadas para estas revistas.

Os anos de 2017 e 2018 destacam-se na expressividade numérica de artigos publicados sobre o tema; não obstante, a quantidade de artigos encontrados em cada um dos anos foi de 12 e 17, respectivamente. Os resultados em relação ao aumento da pesquisa a cada ano indicam que, a partir de 2011 (crescimento anual de 175%), o tema começou a ser alvo de destaque entre os pesquisadores. Já em 2015, houve somente oito (queda anual de 47%) itens documentais sobre o tema. O tema mantém uma ‘constância’ no estado da arte, pois sua importância consolidando a manutenção em termos de número de publicações; todavia, sugere-se que a abordagem do tema satisfação de usuários possa efetivar melhorias para a prática profissional.

A análise dos artigos sugere também que mais pesquisas longitudinais, exploratórias e qualitativas sejam futuramente realizadas por pesquisadores. Ainda, identificou-se que é preciso aprofundar a temática no território da Museologia, sendo que os museus representam um abastado *locus* para desenvolvimentos dessa temática. Considera-se ainda que as múltiplas variáveis que apuram a satisfação dos usuários carecem ser melhor

explicitadas – ofertar e efetivar satisfação para um público destaca a imagem e a memória das organizações.

Conclui-se que as pesquisas recentemente realizadas sobre as percepções, expectativas, satisfação com a qualidade de serviços, produtos e instituições são de extrema importância para fortalecer a imagem, a inovação tecnológica e o avanço científico nas mais diversas organizações. Afinal, cada instituição procura compreender, analisar e obter resultados a partir do exposto no circunscrito da qualidade: **1)** a satisfação como uso estratégico; **2)** a política da satisfação; **3)** a cultura relacionada às interfaces da satisfação, **4)** o processo de gerenciamento da satisfação; **5)** a equipe envolvida na capacitação e disseminação da satisfação; e **6)** a própria arquitetura do constructo satisfação.

Uma das limitações desta pesquisa provém da base de dados utilizada, pois esta pode estar limitada a apenas alguns periódicos; apura-se que a base de dados não recupera publicações como revista elaboradas em instituições arquivísticas (por exemplo: Revista do Arquivo - Arquivo do Estado de São Paulo; Revista do Arquivo - Arquivo de Rio Claro 'Oscar de Arruda Penteadó'; Revista do Arquivo Municipal - RAM; Revista do Arquivo Público do Estado do Espírito Santo - RAPEES; Revista do Arquivo Público Mineiro - RAPM; Revista Eletrônica do Arquivo Público da Cidade de Belo Horizonte - REAPCBH). Na BRAPCI recupera-se uma coleção de: 68 revistas brasileiras; 14 revistas internacionais; 3 eventos EBBC, ENANCIB e ISKO. Outra limitação se deve aos filtros metodológicos empregados, que foram definidos para pesquisar o termo satisfação dos usuários por 'título, palavra-chave e resumo', o que pode ocasionar uma boa pesquisa, com exceção de algumas duplicações de publicações relacionadas ao tema.

Costa, Miguel e Silva (2020:78) realizaram uma pesquisa bibliométrica e a avaliação da produção científica (indicadores e particularidades) sobre 'arquivos públicos' constatando a importância da BRAPCI na CI; esse trabalho, no entanto, utilizando uma metodologia diferente converge no sentido de identificar a BRAPCI como condição singular para estudos bibliométricos ou cientométricos, bem como situa pontos a aperfeiçoar na referida base de dados (em termos de *big data* e *analytics*). É com base neste processo que a plataforma de dados se vai aperfeiçoando e evoluindo, de modo a: i) sanar repetições de registros (segurança, confiabilidade, disponibilidade); ii) indexar com qualidade maior número de periódicos (nacionais e internacionais); e iii) significar o uso das ferramentas de busca (informações espaciais provenientes de diversas origens).

Assim sendo, é possível destacar, com base nos autores dos artigos analisados na pesquisa, que o tema 'satisfação de usuários' é tradicional no âmbito da CI e ainda carece de um monitoramento para realizar novas avaliações sobre o impacto dessa temática. A importância de porvindouros estudos em outras bases de dados (na WoS e ou Scopus) busca ligar apreciações no rol do colégio de 'Humanidades' e da 'Ciências Exatas, Tecnológicas e Multidisciplinares'.

Em virtude dos fatos abordados, afirma-se que futuras pesquisas podem direcionar esforços para a ampliação deste estudo, ao ser analisado à luz de outros indicadores (*h-index*, *immediacy index*, *impact factor*, *coauthorship networks*) e variáveis que não foram aqui abordadas, como por exemplo, temas como a concretude da satisfação do consumidor ou, ainda, a origem dos pesquisadores. Também existe a importância e a necessidade de realizar uma pesquisa como esta em bases de dados internacionais, identificando, assim,

como está o estado da arte da pesquisa (produtiva, prática e teórica) em satisfação no Brasil.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; ALVARENGA, Lídia

2011 A Bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. *Encontros Bibli: revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. [Em linha]. 16:31 (mar. 2011) 51-70. [Consult. 9 jun. 2020]. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2011v16n31p51>.

BARDIN, Laurence

2011 *Análise de conteúdo*. 1ª ed. São Paulo: Ed. 70, 2011.

BUEHRMANN, Franciely; WERLANG, Nathalia Berger

2017 Satisfação do consumidor: um estudo bibliométrico em uma base de dados nacional. *Revista de Ciências Sociais e Humanas*. [Em linha]. 29:3 (fev. 2017) 90-104. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/sociais/humanas/article/viewFile/23052/pdf>.

CAMPOS, Ana Claudia Borges; MIGUEL, Marcelo Calderari; CARVALHO, Sandra Maria Souza de

2018 Aplicação do modelo Servqual na bienal do livro da Zona da Mata: o olhar dos interagentes abrindo novas páginas para melhoria da qualidade. *Encontros Bibli: revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. [Em linha]. 23:52 (maio 2018) 84-94. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/37289>.

CARVALHO, Sandra Maria Souza de; MIGUEL, Marcelo Calderari; CAMPOS, Ana Claudia Borges

2018 Aproveite a sua passagem e viaje pelo mundo da leitura: uma análise das Bibliotecas Transcol de Vila Velha por meio da ferramenta Servqual. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. [Em linha]. 16:3 (jun. 2018) 408-426. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/40165>.

COSTA, Rosa da Penha Ferreira da; MIGUEL, Marcelo Calderari; SILVA, Luiz Carlos da

2020 Arquivos públicos na base de dados em Ciência da Informação: um diagnóstico bibliométrico na BRAPCI. *Revista ACB*. [Em linha]. 25:1, (abr. 2020) 60-81. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1639>.

DAMIAN, Ieda Pelógia Martins

2016 Modelo para análise do serviço de referência virtual: uma análise quantitativa. *Em Questão*. [Em linha]. 22:2 (2016) 220-245. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/11186>.

FELIX, Karlla Karollina Almeida; GARCIA, Joana Coeli Ribeiro

2017 Estudo de usuário do núcleo de documentação de pessoal e informação da Universidade Federal da Paraíba. *Archeion Online*. [Em linha]. 5:1 (2017) 54-76. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/14908>.

GUEDES, Vania Lisboa da Silveira

201 A Bibliometria e a gestão da informação e do conhecimento científico e tecnológico: uma revisão da literatura. *Ponto de Acesso*. [Em linha]. 6:2 (ago. 2012) 74-109. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/5695>.

JESUS, Clemilda Santana dos Reis de [et al.]

2019 Galinha quando põe canta: Biblioteca quando faz divulga?: a importância do marketing na biblioteca universitária. In *Biblioteconomia e os ambientes de informação*. Org. Guilhermina de Melo Terra. [Em linha]. Ponta Grossa: Atena, 2019, p. 202-205. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/wp-content/uploads/2019/05/e-book-Biblioteconomia-e-os-Ambientes-de-Infomacao.pdf>.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane

2013 *Administração de marketing*. 14^a ed. São Paulo: Pearson, 2013.

MARCHETTI, R.; PRADO, P. H. M.

2004 Avaliação da satisfação do consumidor utilizando o método de equações estruturais: um modelo aplicado ao setor elétrico brasileiro. *Revista de Administração Contemporânea*. [Em linha]. 8:4 (2004) 9-32. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://rac.anpad.org.br/index.php/rac/article/view/329>.

OLIVEIRA, Antônia Eugênia de; ALENCAR, Elisvânia Rodrigues de

2016 Uma Análise sobre a gestão e a aplicação de serviços de informação em bibliotecas escolares: um estudo nas escolas públicas de Farias Brito – CE. *Folha de Rosto*. [Em linha]. 2:1 (30 jun. 2016) 5-14. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/50>.

PINHEIRO, Williams Jorge [et al.]

2016 Serviço de referência em bibliotecas universitárias: em busca da eficiência pela gestão da informação e do conhecimento. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*. [Em linha]. 12:2 (2016) 76-90. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/7577>.

POUPART, Jean [et al.]

2012 *A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2012.

ROSEMBERG, Dulcinéia Sarmiento; MIGUEL, Marcelo Calderari; CARVALHO, Sandra Maria Souza de

2018 Qualidade percebida na ótica do usuário: emprego da abordagem teórico-metodológica Servqual em um serviço de referência. *Ponto de Acesso*. [Em linha]. 12:2 (2018) 40-57. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/101654>.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH Marco Aurélio

2005 *Comportamento do consumidor: conceitos e casos*. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SANTOS, Jovenilda Freitas dos; LUBISCO, Nídia Maria Lienert

2018 O Desenvolvimento do marketing e sua aproximação com os paradigmas da Ciência da Informação. *Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação*. [Em linha]. 16:2 (2018) 380-396. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/39950>.

SOLOMON, Michael Rena

2011 *O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 9ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SPINA, Daniele Thomazelli; GIRALDI, Janaina de Moura Engracia; OLIVEIRA, Márcio Mattos Borges de

2013 A Influência das dimensões da qualidade de serviços na satisfação do cliente: um estudo em uma empresa do setor de controle de pragas. *Revista de Gestão*. [Em linha]. 20:1 (2013) 93-112. [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/10147>.

SPUDEIT, Daniela Fernanda Assis de Oliveira; FÜHR, Fabiane

2011 Planejamento em unidades de informação: qualidade em operações de serviços na biblioteca do Senac Florianópolis. *Bibliotecas Universitárias: pesquisas, experiências e perspectivas*. [Em linha]. 1:1 (2011). [Consult. 7 jun. 2020]. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/92345>.

Rosa da Penha Ferreira da Costa | rosapenha2004@ig.com.br

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Brasil

Marcelo Calderari Miguel | marcelocalderari@yahoo.com.br

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Brasil / Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas - CCJE