

GESTÃO DA OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO¹ DE BRASÍLIA NO AMBIENTE TRADICIONAL E NO CIBERESPAÇO

Sueli Angélica do Amaral*

RESUMO

Relata a primeira etapa do desenvolvimento de um projeto de pesquisa financiado pelo CNPq. Esta etapa restringe-se a conhecer a tipologia e a disponibilidade da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília, identificando a oferta dos produtos e serviços oferecidos no ambiente tradicional e no ciberespaço por 57 unidades de informação de Brasília, entre centros de documentação, bibliotecas especializadas, universitárias, públicas e escolares, que possuem web sites.

Apresentação

No âmbito da gestão da oferta de produtos e serviços, uma das principais tarefas dos gerentes das unidades de informação** refere-se às decisões relativas à definição da tipologia dessa oferta e da sua disponibilidade aos interessados. Decidir que tipos de produtos e serviços devem estar disponíveis para os usuários continua sendo uma decisão que, com o advento da Internet e as possibilidades do uso das novas tecnologias, fica cada vez mais complexa, uma vez que é preciso decidir que produtos continuarão sendo oferecidos no ambiente tradicional e quais os que poderão ser oferecidos apenas no

*Professora Coordenadora da Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília

¹ samaral@unb.br

**Incluem-se nesta categoria todos os tipos de organizações que lidam com a seleção, organização, processamento técnico, disseminação e uso da informação, sejam elas denominadas bibliotecas, centros/ serviços/ departamentos de documentação/ informação, ou qualquer outra designação, segundo sua atuação e extensão.

ciberespaço, este novo espaço eletrônico e digital, que poderá ser utilizado com esta finalidade.

Esta pesquisa descritiva, de caráter exploratório pretende conhecer a situação da gestão da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília no ambiente tradicional e no ciberespaço em relação a sua tipologia e disponibilidade.

Trata-se da primeira etapa de pesquisa financiada pelo CNPq. A operacionalização da etapa relatada contou com o apoio do bolsista de iniciação científica José Antônio Machado Nascimento, que desenvolveu o projeto de pesquisa Gerência dos serviços/produtos de informação dos web sites das bibliotecas do Distrito Federal sob a orientação da professora responsável pela pesquisa.

Justificativa da pesquisa

É fato incontestável que mudanças e transformações ocorrem na sociedade. É certo também, que os avanços das tecnologias de informação e comunicação afetam o comportamento dos indivíduos. Portanto, as mudanças de conceitos e de idéias ocorridas evidenciam a necessidade de uma profunda transformação em nossa visão de mundo.

Paralelamente, observa-se que toda mudança enfrenta algum tipo de resistência pois as pessoas não aceitam aquilo que incomoda, tendem a só perceber o que lhes convém, desconfiam das novidades, receiam perder as coisas boas conquistadas. O desconhecimento e a falta de controle da nova situação geram insegurança pessoal. Alguns sentem necessidade de reagir "contra", outros temem assumir responsabilidades.

Portanto, quando se aborda a oferta de produtos e serviços de informação não se pode desconsiderar o momento vivido pelos gerentes das unidades de informação e todo o contexto de mudança que envolve essa temática, quando levada em conta que em outros

tempos, essa oferta só poderia estar disponível no ambiente tradicional, na maioria das vezes exigindo a presença física do interessado no local de funcionamento da unidade de informação e, em alguns casos, permitindo solicitação ou remessa por correio, fax ou telefone. Com o advento da Internet e a universalização do seu uso, tudo se modificou.

O ciberespaço é o ambiente disponível para todos os interessados em oferecer produtos e serviços, sejam organizações ou pessoas. Entre essas organizações e pessoas estão as unidades de informação e os profissionais que nelas atuam, inclusive seus gerentes.

Nota-se que os gerentes das unidades de informação têm procurado disponibilizar cada vez mais, de acordo com as limitações e recursos de suas organizações, seus produtos e serviços de informação na Internet, via World Wide Web (WWW), mais conhecida como Web. Por outro lado, ao definirem a tipologia dessa oferta de produtos e serviços de informação que, com a disponibilidade no ciberespaço pode permitir facilidades e conveniências antes não imagináveis, os gerentes se defrontam com diversas questões. Entre elas, destaca-se como fato fundamental: a possibilidade de a oferta no ciberespaço possa acontecer usufruindo-se de todo o potencial da Web. Portanto, é preciso realizar a apropriação das tecnologias de informação e comunicação para atingir este objetivo. Além disso, são desconhecidas as demais dificuldades enfrentadas pelos gerentes ao tomarem decisões sobre a oferta de produtos e serviços informacionais.

Como seria de grande porte o desenvolvimento de um projeto para conhecer a situação da oferta de todos os produtos e serviços de informação disponíveis em todas as unidades de informação brasileiras, optou-se pela restrição geográfica à região de Brasília, Distrito Federal, limitação que poderá proporcionar melhores condições de acesso às informações que deverão ser coletadas, considerando-se o local de residência da pesquisadora.

As unidades de informação e a oferta de produtos e serviços

O uso das novas tecnologias pelas unidades de informação, incluindo-se nesta categoria todos os tipos de organizações que lidam com a seleção, organização, processamento técnico, disseminação e uso da informação, sejam elas denominadas bibliotecas, centros/ serviços/ departamentos de documentação/ informação, ou qualquer outra designação, segundo sua atuação e extensão, permite que possam ser oferecidos produtos e serviços informacionais outrora inimagináveis.

Carrion Gútiez (2001), ao apresentar a evolução das bibliotecas segundo o grau de implantação das tecnologias de informação e comunicação, denomina quatro tipos de bibliotecas, desde aquela que é considerada apenas como um local ou espaço físico, até aquela considerada como entidade lógica. Ele classifica essa tipologia em: biblioteca tradicional (informações e metainformações impressas; acesso local), biblioteca automatizada (informações impressas; metainformações digitais; acesso local); biblioteca híbrida (informações impressas e digitais; metainformações digitais; acesso local e universal) e biblioteca digital (informação e metainformações digitais; acesso universal).

O autor (CARRIÓN GÚTIEZ, 2001) afirma que os novos usuários das bibliotecas que utilizam as novas tecnologias de informação e comunicação manifestam seu desejo de encontrar novos serviços e por isso é necessário ir além de considerar os serviços tradicionais, na incorporação dessas novas tecnologias à oferta de produtos e serviços. Ele comenta a situação de bibliotecas públicas espanholas que oferecem serviços baseados nas novas tecnologias digitais e na Internet, segundo três tipos de serviços:

- ◆ serviços tradicionais, como empréstimo, referência, obtenção de documentos e outros que passam a ser gerenciados de forma mais eficaz graças às tecnologias de informação e comunicação;

- ◆ serviços locais de acesso e alfabetização digital;
- ◆ novos serviços remotos baseados em redes e na Internet.

Segundo Berlot, McClure, Zweizig *apud* Carrión Gútiez (2001), a evolução dos serviços de Internet nas bibliotecas públicas pode ser reconhecida em cinco níveis:

1. acesso a Internet sem serviços adicionais;
2. recursos de informação na Internet, tais como: consulta de catálogos, boletins de notícias, informações locais e outros;
3. serviços aos usuários em auto-serviço: reservas, mudanças dos dados dos usuários e outros;
4. serviços interativos: serviços de referência on-line, colaboração com outros usuários, participação em fóruns de debate abertos de autores ou outros;
5. serviços baseados na gestão do conhecimento: serviços específicos para os usuários baseados nos dados de gestão da biblioteca, orientação para as novidades e outros.

De acordo com os níveis apresentados, Carrión Gútiez (2001) assegura que os sites das bibliotecas públicas espanholas estão evoluindo do nível 2 para os níveis 3 e 4, pois estão se transformando em autênticos centros de serviços, oferecendo há muitos anos numerosas possibilidades de serviços de informação. Para confirmar sua declaração, apresenta vários exemplos desses tipos de serviços.

Gestão da oferta de produtos e serviços de informação e o ciberespaço

Segundo Cianconi (1999, p.75), “a competitividade leva as organizações a reverem o seu posicionamento em relação ao mercado e a estabelecerem novas relações com os clientes e usuários. A maioria passa a calcar seu diferencial na qualidade de seus produtos e

serviços e no fornecimento de um atendimento quase personalizado” a esses seus clientes/usuários.

Entretanto, no Manual de gestão de serviços de informação, elaborado pela Collecta, Processo, Produto e Coleta de dados S/C Ltda. para o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), quando é abordada a implantação de produtos e serviços, a área de informação no Brasil é apontada por ter dado pouca atenção ao assunto, pois é afirmado que “poucos são os lançamentos e as inovações, havendo a predominância de produtos e serviços tradicionais” (MANUAL, 1997, p.80). Além disso, é admitido o avanço de concorrentes mais ousados e criativos, com a observação mais detalhada do mercado, embora o setor de informação seja uma das áreas de maior crescimento em qualquer economia desenvolvida. Isto porque, “aproveitando-se dos desenvolvimentos tecnológicos da Informática, várias empresas de Processamento de Dados têm ocupado mais e mais espaço no mercado de informação. Da mesma forma, as empresas editoriais e jornalísticas estão progredindo e diversificando sua linha de ação, com produtos e serviços cada vez mais voltados a públicos específicos. A concorrência é forte e exige criatividade e profissionalismo” (MANUAL, 1997, p.80-81).

A tipologia de produtos e serviços de informação é muito ampla e pode variar de acordo com a competência da equipe responsável pela sua oferta, o nível de tecnologia utilizado e a maior ou menor exigência de valor agregado do público que pretende atender.

Quando se trata de produtos e serviços de informação, observa-se grande dificuldade na distinção entre as duas categorias. O limite entre ambas é tênue, quando se fala em informação. Se elaboramos um levantamento bibliográfico, por exemplo, estamos prestando um serviço. Entretanto, o produto final deste serviço é também um levantamento bibliográfico, apresentado sob a forma de uma relação de referências bibliográficas sobre o

assunto solicitado. Por esse motivo, serão considerados indistintamente os produtos e serviços de informação.

A era dos negócios no ciberespaço proporciona diferentes condições, que podem e devem ser aproveitadas, inclusive pelos gerentes de unidades de informação.

Nesta época, em que o ciberespaço se transforma no cenário novo para os negócios, Hortinha (2001, p.45-49) alerta para os dez fatores que influenciarão as estratégias das organizações: (1) transferência do poder dos vendedores para os compradores; (2) aumento da velocidade dos negócios; (3) fim das distâncias físicas; (4) a procura torna-se global; (5) compressão do tempo; (6) facilidades na gestão do conhecimento sobre os consumidores; (7) transformação estrutural dos mercados; (8) interoperacionalidade; (9) interdisciplinaridade; (10) supervalorização do capital intelectual.

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

- ◆ melhoria da imagem institucional; melhoria do serviço aos clientes;
- ◆ aumento da visibilidade e da marca, produtos e serviços;
- ◆ expansão para outros mercados;
- ◆ possibilidade de transações on-line;
- ◆ redução dos custos de comunicação.

Na opinião de Hortinha (2001, 72-73), os consumidores do novo milênio valorizam os seguintes aspectos: valor, preço, customização, velocidade, conveniência, facilidade, personalização, comprar num único local e ter acesso a soluções integradas, livre serviço, resposta às mensagens.

Kotler (1999, p.249) afirma que “o ciberespaço nos conduzirá a uma era em que a compra e venda se tornarão mais automatizadas e convenientes.” Continua, assegurando que será necessário repensar as bases dos processos pelos quais são identificados, comunicados e fornecidos valores para o cliente. Será necessário melhorar as habilidades de gerenciamento de clientes e aliados individuais e envolver os clientes no ato de co-projetar os seus produtos e serviços desejados (KOTLER, 1999, p.250).

As opções de oferta de produtos e serviços no ciberespaço são variadas. É possível criar a página da organização onde o profissional atua, ou a própria página pessoal deste profissional. Nas mesmas categorias, pessoal ou organizacional, podem ser criados os sites, que entre outras funções, poderão tornar disponível a oferta de produtos e serviços.

De acordo com o nível de desenvolvimento, os sites são classificados como de primeira, segunda e terceira geração (HORTINHA, 2001, p.117-118). Os sites de primeira geração são estáticos e utilizam a comunicação um para muitos. Os de segunda geração são interativos simples e podem disponibilizar informação sobre produtos, serviços e preços, embora o tipo de comunicação continue sendo de um para muitos, uma vez que não são recolhidas quaisquer informações sobre seus usuários. Os sites de terceira geração são totalmente interativos e dinâmicos, com vendas, serviços aos clientes e personalização ou ferramentas de customização de massas para o marketing direto.

A potencialidade da web para disponibilidade da oferta de produtos e serviços informacionais

No caso da disponibilidade de produtos e serviços nos sites das unidades de informação, mais que somente recursos informacionais, esses novos produtos e serviços disponíveis devem abrir novas portas que extrapolam em muito aquelas oferecidas pelos

tradicionais serviços de referência (MARCONDES & GOMES, 1997), incorporando novos processos e redirecionando o tratamento da informação e sua relação com o usuário. Isto porque, ao usar a Internet, “as bibliotecas não apenas superam a barreira do espaço físico, mas ampliam as suas possibilidades cooperativas a partir do desenvolvimento e disponibilização dos serviços/produtos baseados nas especificidades de sua instituição mantenedora, ajudando na consolidação do conceito de universalidade, não só pela abrangência das áreas que estuda, mas também pelo maior alcance de sua produção” (PAZ, 2000, p. 2).

Se assim forem considerados, os sites das unidades de informação deveriam ser todos de terceira geração, de modo a proporcionar não apenas a adequada disponibilidade dos produtos e serviços informacionais, pois também deveriam possibilitar melhor relacionamento entre as unidades de informação e seus usuários, por meio da utilização de todo potencial oferecido pela web.

Schnell (1997) acredita que a web continua a mudar a maneira de as bibliotecas oferecerem serviços, pois para atrair e conservar os seus usuários elas “têm se ocupado do desenvolvimento de websites e estabelecido novos serviços eletrônicos baseados na web.”

Brinkley (1999, p.8-15) assegura que o “website é o melhor meio para promover e publicar os serviços oferecidos pela biblioteca.”

Na opinião de Bax (1998) “a web é de importância fundamental para as bibliotecas e centros de informação. Pouco a pouco ela vai impondo uma mudança radical na maneira pela qual as bibliotecas servem às comunidades. Aquelas bibliotecas que não forem capazes de integrar estas mudanças, de forma efetiva, ainda que gradual, simplesmente desaparecerão ao longo do tempo, muito provavelmente por falta de usuários. “

No Brasil, no âmbito da gestão da oferta de produtos e serviços em unidades de informação, a literatura de Ciência da Informação ainda não apresenta, claramente, a tipologia e os aspectos gerenciais dessa oferta disponível no ciberespaço, que vem se modificando em função das possibilidades do uso potencial da web para oferecer produtos e serviços de informação aprimorados, incorporando as facilidades que podem ser propiciadas à comunidade interessada.

A questão de pesquisa e os objetivos a serem alcançados

Em vista destas observações surgem diversos questionamentos em relação aos aspectos gerenciais da oferta de produtos e serviços em unidades de informação de Brasília. Nesta primeira etapa do projeto de pesquisa, a questão fundamental a ser respondida será:

Qual a tipologia da oferta de produtos e serviços disponível nas unidades de informação de Brasília no ambiente tradicional e no ciberespaço?

O objetivo geral desta etapa do projeto de pesquisa foi identificar a tipologia e a disponibilidade da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília no ambiente tradicional e no ciberespaço.

Quanto aos objetivos específicos, estes foram:

Identificar, nas unidades de informação de Brasília:

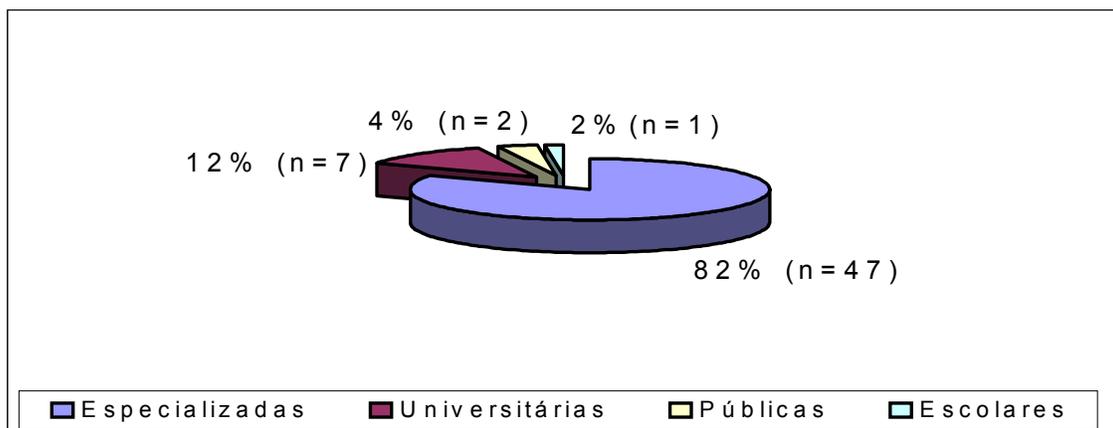
- (a) os tipos de produtos e serviços disponíveis no ciberespaço;
- (b) os tipos de produtos e serviços que continuam disponíveis no ambiente tradicional, embora oferecidos no ciberespaço;
- (c) os tipos de produtos e serviços disponíveis apenas no ambiente tradicional.

Materiais e métodos

Na primeira fase desta pesquisa foi elaborado o cadastro das bibliotecas de Brasília. Serviram de base no levantamento inicial, os cadastros elaborados para os estudos de Baptista & Rosário (1999/2000) e de Caetano (2000). Para garantir a completeza do cadastro, foram consultados mecanismos de busca na Internet (www.google.com.br e www.northernlight.com), sendo identificado o site sobre as Bibliotecas Brasileiras na Internet (www.cg.org.br/gt/gtbv/links.htm), atualizado em 21 julho de 2001. Pela necessidade de atualização das informações obtidas nas fontes consultadas, foram realizadas pesquisas por telefone e por *e-mail*, viabilizando contatos com funcionários das bibliotecas identificadas para a confirmação dos dados obtidos.

O registro de cada biblioteca no cadastro constou de: instituição mantenedora, nome da biblioteca, URL, *e-mail*, endereço, telefone, responsável, tipo de biblioteca, data de verificação dos dados. Foram incluídas bibliotecas especializadas, públicas, escolares e universitárias. Em outubro de 2001, o cadastro constava com um total de 89 bibliotecas. Destas, 35 foram excluídas por não disponibilizarem serviços na Internet, o que impediria a comparação da oferta tradicional com a oferta do ciberespaço. Assim, o total dos registros reduziu-se a 54 bibliotecas. Entretanto, ao dar continuidade a outra etapa do projeto de pesquisa, foi percebida a necessidade de inclusão de outras três unidades de informação no referido cadastro, quando no período de 19 e 23 de dezembro de 2002, os websites destas três unidades de informação foram identificados. Assim o cadastro final ficou constituído de 57 unidades de informação de Brasília, conforme tipologia especificada no gráfico a seguir.

Figura 1 –Web sites das unidades de informação de Brasília



Na segunda etapa da pesquisa, durante os meses de novembro de 2001 a fevereiro de 2002, foi elaborado um *checklist* para investigar a oferta de serviços via sites das bibliotecas de Brasília na Web.

Para a composição da *lista de verificação (check list)* foi utilizado o esquema de classificação de serviços proposto por Mueller (1984), adaptado por Amaral (1993), levando-se em conta a classificação dos serviços em três grupos distintos: (a) serviços de atendimento à demanda de informação em geral, (b) serviços de divulgação e (c) serviços de orientação no uso de recursos informacionais.

Na terceira fase da pesquisa, foi elaborado o questionário, que foi remetido por correio eletrônico para investigar quais os serviços que estavam disponíveis no ambiente tradicional das bibliotecas.

Este instrumento de coleta de dados foi submetido a um pré-teste, realizado com três ex-gerentes de bibliotecas. Efetuadas as necessárias reformulações, levando-se em conta as observações e sugestões apresentadas durante o pré-teste, os questionários, auto-administráveis, com questões abertas e fechadas, foram remetidos por correio eletrônico

para os 57 gerentes das bibliotecas do cadastro, através do programa Microsoft Outlook Express, com prioridade alta.

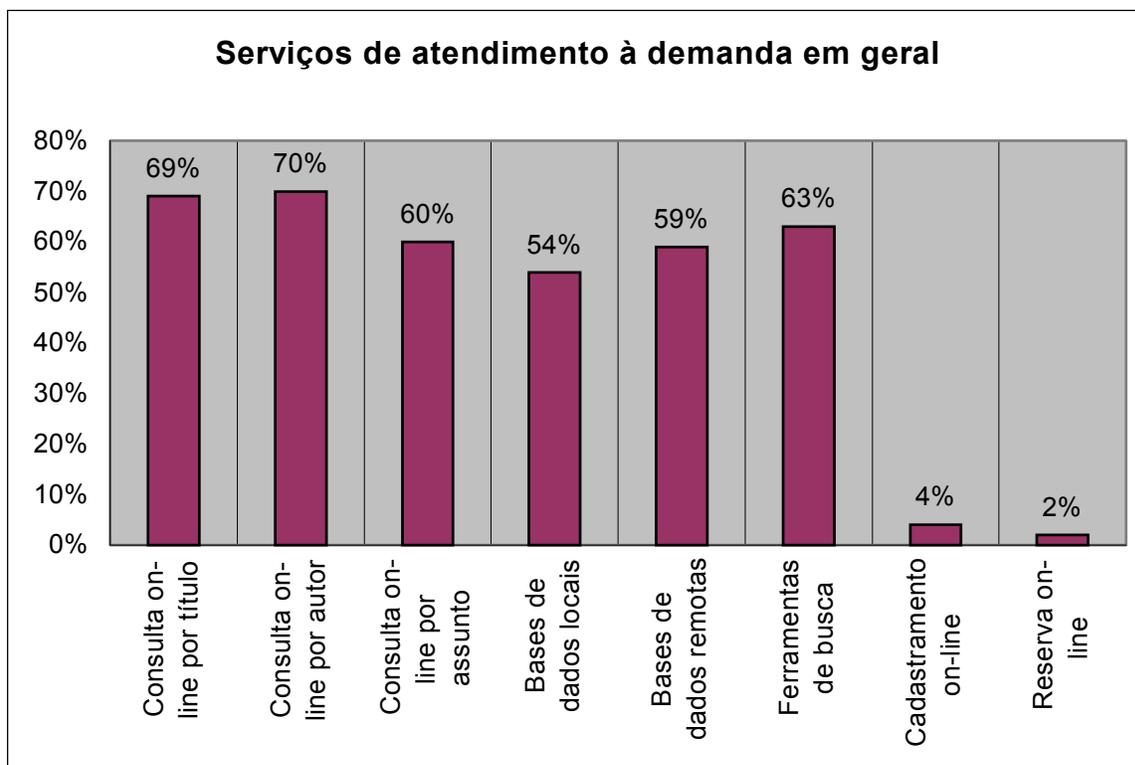
Antes de iniciar o processo de distribuição dos questionários, para facilitar ao máximo o preenchimento, cada questionário enviado aos gerentes continha informações sobre como preenchê-lo, explicando o porquê e o para quê do projeto. Cada questionário enviado, identificava o nome do gerente e da respectiva instituição, sendo enviadas para controle de remessa pela pesquisadora a confirmação de leitura da mensagem ao ser recebida pelo destinatário.

A seguir será apresentada a discussão dos resultados dos dados coletados, que foram analisados pelo programa Excell.

Análise e discussão dos dados coletados

A oferta de produtos e serviços dos web sites das unidades de informação de Brasília, de acordo com os dados obtidos pelo *check list* de observação ficou classificada em serviços de atendimento à demanda de informação em geral, serviços de divulgação e serviços de orientação no uso dos recursos informacionais, indicados a seguir.

a) serviços de atendimento à demanda de informação em geral



Dentre os serviços de atendimento à demanda de informação em geral, foram identificados com maior frequência de ocorrências nas bibliotecas de Brasília: as consultas ao acervo on-line, sendo 70% por autor, 69% por título, 60% por assunto, 59% a bases de dados remotas, 50% a bases de dados locais e 63% as consultas a ferramentas de busca.

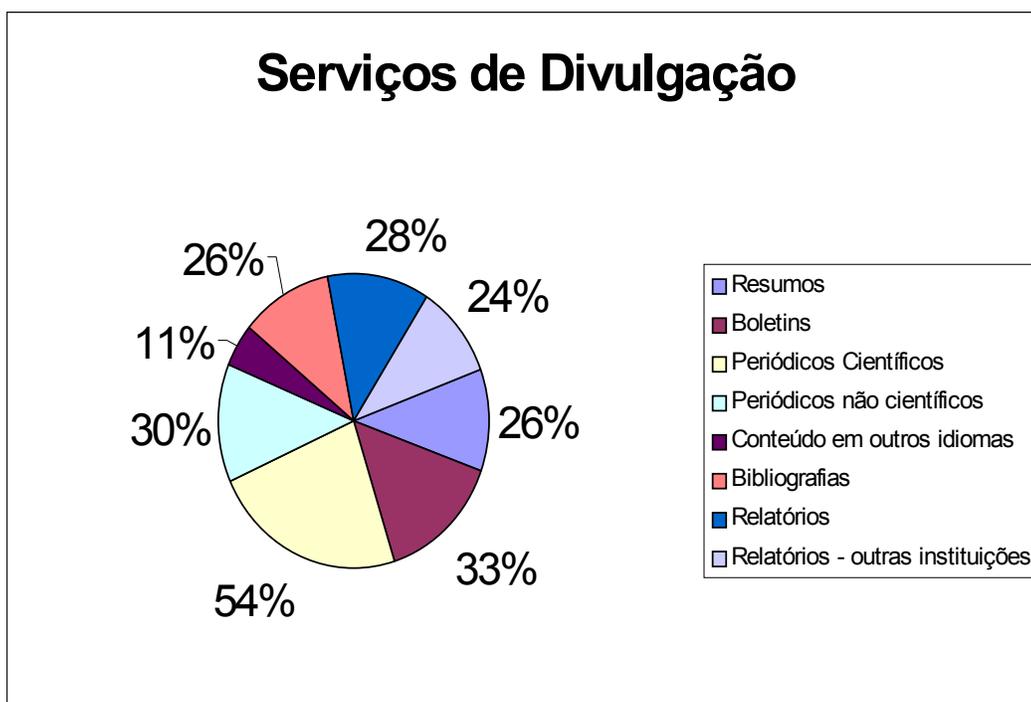
O cadastramento on-line de usuários era realizado em apenas 4% das bibliotecas e a reserva on-line de documentos em 2% delas.

b) serviços de divulgação

Dentre os serviços de divulgação oferecidos nos sites das bibliotecas de Brasília encontravam-se os resumos por tipo de documentos em 26% dessas bibliotecas, boletins da

biblioteca e outras instituições em 33%, periódicos on line científicos em 54%, periódicos não científicos em 30%, bibliografias em 28%, relatórios em 74%.

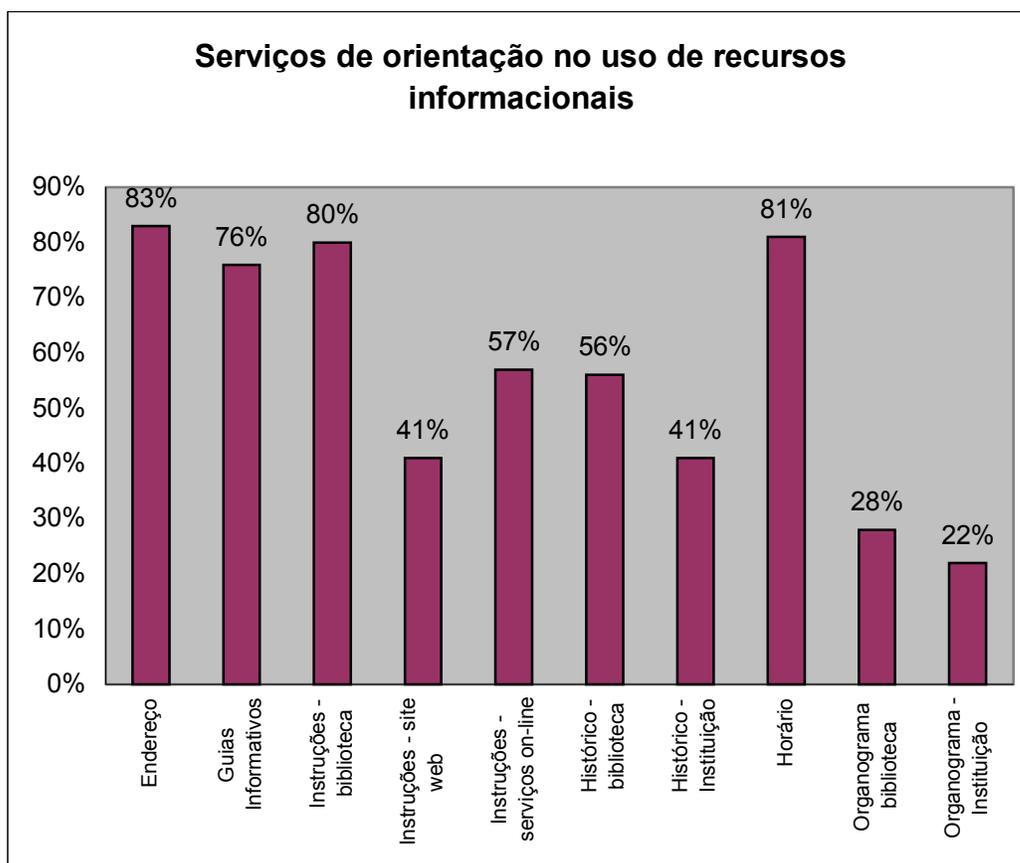
Os itens com menor frequência de ocorrência foram: conteúdo do site em outros idiomas (11%) e relatórios de outras instituições (24%).



c) serviços de orientação no uso de recursos informacionais

Dentre os serviços de orientação no uso de recursos informacionais identificados, as informações sobre endereços das bibliotecas constavam em 83% dos sites pesquisados. Os guias informativos figuravam em 76%, instruções de uso da biblioteca em 80%, instruções do uso do site em 59%, instruções do uso dos serviços on-line em 57%. As informações sobre o histórico da biblioteca eram apresentadas em 56% dos sites pesquisados e o horário de funcionamento da biblioteca em 81%.

Os itens com menor índice na frequência de ocorrência foram relativos à apresentação do organograma da biblioteca encontrados em 28% dos sites e o organograma da instituição mantenedora da biblioteca, que ocorria em 22% dos sites observados.



Em relação aos serviços disponíveis em ambiente tradicional, as bibliotecas de Brasília informaram que atendiam a todos os tipos de serviços referendados no questionário, com exceção do serviço de tradução de documentos, editoração e normalização de trabalhos e documentos, que não eram prestados em nenhuma das bibliotecas do universo da pesquisa, segundo informado pelos seus gerentes.

As respostas dos gerentes com relação à oferta dos serviços de informação on-line confirmaram o panorama desta oferta obtido com a observação dos sites pelo *check list*. A

oferta de serviços no ambiente tradicional das bibliotecas de Brasília era maior que a oferta on-line.

Considerações finais

Notou-se que as bibliotecas de Brasília, que disponibilizam serviços de informação nos seus sites, registravam dentre os serviços de atendimento à demanda em geral, a consulta ao acervo on-line, ocorrida com maior frequência (70%), independentemente dessa consulta ser realizada por título, autor, assunto ou outras entradas. Esta realidade leva a percepção de que, provavelmente os gerentes das bibliotecas pesquisadas consideravam o serviço de consulta ao acervo da biblioteca como um mecanismo indispensável para diminuir o número das idas do usuário à biblioteca para resolver este tipo de pesquisa, que o próprio usuário pode resolver, até mesmo de sua casa, certamente com mais rapidez. Além disso, o catálogo on-line poderia ser considerado como fundamental para justificar a presença na Web com a prestação de um serviço remoto, baseado nas novas tecnologias de informação e comunicação.

Assim, segundo a classificação de Carrion Gútiez (2001), as bibliotecas pesquisadas seriam da categoria híbrida, uma vez que forneciam aos seus usuários informações impressas e digitais; metainformações digitais; acesso local e universal. Com relação aos tipos de serviços, a maioria prestava serviços tradicionais e poucos eram os novos serviços remotos baseados em redes e na Internet.

Se for levada em conta a classificação de Berlot, McClure, Zweizig *apud* Carrión Gútiez (2001) para os serviços de Internet prestados nas bibliotecas públicas, pode-se considerar que os serviços prestados pelas bibliotecas pesquisadas do nível de serviços aos usuários em auto-serviço, como reservas, mudanças dos dados dos usuários e outros eram

pouquíssimo praticados. Os serviços interativos, como colaboração com outros usuários, participação em fóruns de debate abertos de autores ou outros não foram observados e apenas os serviços de referência on-line eram prestados e em poucas bibliotecas. O tipo de observação realizada pelo *check list* não permitiu identificar se eram prestados serviços baseados na gestão do conhecimento, como serviços específicos para os usuários tendo como base os dados de gestão da biblioteca, orientação para as novidades e outros.

No entanto, percebeu-se que, para a otimização de todo o serviço de referência utilizando-se o potencial da Web, a oferta do auto serviço de cadastramento de usuários, encontrada em apenas 4% das bibliotecas pesquisadas, deveria ser mais utilizada pelos gerentes.

Observou-se também, que as bibliotecas de Brasília se preocupavam em divulgar seus serviços, destacando principalmente os resumos, boletins e bibliografias oferecidos. Porém, constitui-se em fator negativo a pouca ocorrência da disponibilidade do conteúdo do site em outros idiomas (11%) e a inexistência em todas as bibliotecas pesquisadas de softwares para auxiliar a tradução de documentos, que poderiam facilitar o uso da oferta de periódicos científicos on-line (54%), muitos dos quais em língua inglesa e espanhola.

Os resultados da pesquisa também indicaram que novos tipos de serviços de informação, não usuais, começam a ser disponibilizados nos web sites das bibliotecas. Novas formas de armazenar a informação proporcionam aos usuários, maneiras diferentes de chegar ao resultado desejado. Serviços como mapa do site, hemeroteca, naturoteca, catálogos de obras raras, jogos e banco de imagens, antes apenas encontrados em sites de mecanismos de busca e sites de provedores de conteúdo, estão aos poucos agregando valor aos tradicionais serviços de informação oferecidos pelas bibliotecas, ainda que possam representar pequena evolução na oferta de produtos e serviços.

Portanto, concluiu-se que, apesar da pequena evolução da prestação de serviços observada nas bibliotecas de Brasília, as poucas exceções de ocorrências de bibliotecas denominadas virtuais podem servir de estímulo para o reconhecimento do esforço empreendido pelos gerentes que enfrentam muitas adversidades para vencer essas barreiras e destacar a oferta de produtos e serviços das unidades de informação na Web. As questões relativas às dificuldades dos gerentes no aproveitamento potencial da Web, que poderá proporcionar às bibliotecas a oportunidades inovadoras de ação com o uso de novas tecnologias de informação e comunicação com destaque para as funcionalidades da Web, serão pesquisadas na etapa seguinte planejada no projeto de pesquisa em desenvolvimento.

Concluída a pesquisa, além de conhecer a tipologia e a disponibilidade da oferta de produtos e serviços das unidades de informação de Brasília, esse panorama nos permitirá verificar se a gestão da oferta de produtos e serviços no ciberespaço pelas unidades de informação de Brasília tornou disponível uma tipologia de produtos e serviços informacionais aprimorada com o uso do potencial da web.

Referências Bibliográficas

BAX, Marcelo Peixoto. As bibliotecas na web e vice-versa. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.3, n.1, p.5-20, jan./jun. 1998.

BRINKLEY, Monica. The library web site in 1999: a virtual trip to the library. In: INTERNET librarian & libtech International 99. Proceedings. London, 1999. Ed. By Carol Nixon and Heide Dengler. Medford, New Jersey : Information Today, 1999. p.8-15.

CARRIÓN GÚTIEZ, Alejandro. *Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en las bibliotecas: nuevos usuarios y nuevos servicios*. Trabalho apresentado na

XXXV Reunión Nacional de Bibliotecarios de la Asociación de Bibliotecarios Graduados de la Republica Argentina, em Buenos Aires, 16 a 19 de abril de 2001. 34p.

CARRIÓN GÚTIEZ, Alejandro. *Los servicios de la biblioteca pública en los albores del siglo XXI*. Trabalho apresentado na XXXV Reunión Nacional de Bibliotecarios de la Asociación de Bibliotecarios Graduados de la Republica Argentina, em Buenos Aires, 16 a 19 de abril de 2001. 23p.

CIANCONI, Regina. *Gestão de informação na sociedade do conhecimento*. Brasília : SENAI/DN, 1999.

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

JICK, Todd D. Mixing qualitative and quantitative methods: triangulation in action. In: *Qualitative Methodology*. Ed. By John Van Manen. Newburg Park, CA: Sage Publications, 1983. p.135-148

KOTLER, Philip. *Marketing para o século XXI; como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo : Futura, 1999.

MANUAL de gestão de serviços de informação. Elaborado pela Collecta, Processo, Produto e Coleta de Dados S/C Ltda.. Curitiba : TECPAR; Brasília : IBICT, 1997.

MARCONDES, Carlos Henrique, GOMES, Sandra Lúcia Rebel. O impacto da Internet nas bibliotecas brasileiras. *Transinformação*, v. 9, n.2, maio/ago. 1997, p.57-68.

MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de marketing*. São Paulo : Atlas, 2000.

PAZ, Calíope M. M. *Caracterização das informações de bibliotecas universitárias brasileiras na Internet*. Brasília: Universidade de Brasília, 2000. (Dissertação de mestrado)

SCHNELL, Eric. Writing for the web: a primer for librarians. Disponível em:

<http://www.bonesmed.drio-state.edu/eric/papers.primer/weddoc.html/>. Acesso em 7 de julho de 2001.