

**Estudos de utilizador para a comunicação e divulgação do Arquivo de
Ciência e Tecnologia da Fundação para a Ciência e a Tecnologia**

Catarina Prazeres Serrano André Cândido

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Informação e da
Documentação - Área de especialização em Arquivística**

outubro, 2015

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Informação e Documentação - área de especialização em Arquivística, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Paulo Jorge Fernandes, Professor Auxiliar do Departamento de História da Faculdade de Ciências Sociais Humanas da Universidade Nova de Lisboa e da Doutora Ana Canas, Professora Auxiliar Convidada da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

O agradecimento é uma forma de prestar homenagem a quem com a sua sabedoria e amizade contribuiu para a concretização deste trabalho.

Aos meus orientadores, Professor Doutor Paulo Jorge Fernandes e Professora Doutora Ana Canas, sem o contributo dos quais não teria finalizado esta etapa.

A uma jovem professora com um dom especial, que nas suas aulas transmitiu com entusiasmo as bases fundamentais para a elaboração desta dissertação e que foi desde o início a principal motivadora.

A toda a equipa do ACT, com a qual tive o privilégio de poder aprender e melhorar todos os dias, em que sejam quais forem as circunstâncias mostram ser um exemplo de equipa, com valores que superam o comum.

À grande incentivadora, que com sabedoria me leva a superar as inseguranças, à querida revisora de textos e apoiante incondicional, ao especialista sempre disponível para resolver dificuldades, à incansável motivadora, à companheira das desoras e amiga, à companheira de arquivística sempre pronta a dar uma ajuda e por fim mas não por último, a que, mesmo à distância fez chegar a sua amizade e apoio sempre.

Aos meus pais, que do lado de cá e de lá, sempre torceram por mim e pela concretização dos meus objetivos.

Aos meus queridos filhos, que não compreendendo e não gostando de ver a mãe ocupada com este trabalho foram a motivação para o terminar, sempre que perguntavam “Já acabaste, mãe?”. É também com o exemplo que vos pretendo demonstrar, que os desafios que nos vão aparecendo são para serem ultrapassados e fazem parte da constante aprendizagem na vida.

Ao Gonçalo, companheiro de sempre e para sempre.

*“Ninguém é suficientemente perfeito que não possa aprender com o outro; e ninguém é totalmente destituído de valores que não possa ensinar algo ao seu irmão.” S
Francisco de Assis*

A todos, muito obrigada!

Estudos de utilizador para a comunicação e divulgação do Arquivo de Ciência e Tecnologia da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

Catarina Prazeres Serrano André Cândido

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE: Arquivos, Comunicação, Difusão, Marketing, Estudos de utilizador.

O Arquivo de Ciência e Tecnologia (doravante designado ACT) está integrado na Fundação para a Ciência e a Tecnologia e assegura a conservação, consulta e comunicação da documentação ao órgão e serviços da instituição. Não obstante esta sua condição de prestação de serviço interno, tem também como atribuição: assegurar a inventariação, gestão e preservação do património científico e tecnológico nacional e disponibilizá-lo à comunidade científica e ao público em geral.

A partir deste posicionamento, numa perspetiva de otimizar os seus serviços ao público, reconheceu-se a importância de identificar o público-alvo e as suas necessidades informacionais, bem como avaliar a relação que este público tem com o serviço e o que espera do mesmo.

No presente trabalho foram revistos conceitos associados à comunicação e difusão de informação em arquivos, assim como conceitos de marketing e de comunicação de marketing. A análise destes princípios e técnicas demonstra que, quando aplicados aos serviços, possibilitam a concretização da função primordial dos arquivos, que é a comunicação.

Ainda na esfera da revisão de conceitos, foram contemplados os estudos de utilizador e as suas diferentes metodologias e aplicações ao longo do tempo. Para aferir e demonstrar a sua aplicabilidade na melhoria do acesso aos arquivos – objetivo proposto neste estudo – realizou-se um estudo de utilizador, que abarcou os utilizadores do ACT que realizam consultas presenciais e/ou remotamente, ou seja, através do acesso ao inventário *online*.

Decorridos quatro anos da sua abertura oficial ao público, considerou-se, pois, importante e vantajoso – nomeadamente numa visão de melhoria contínua - avaliar a prestação do Arquivo e, além disso, identificar lacunas que possam ser corrigidas no futuro.

Neste contexto, importa sublinhar que o trabalho foi entendido e levado a cabo enquanto um exercício de diagnóstico, considerando-se o mesmo como essencial para o ACT – no caso em análise – ou para qualquer outro serviço ou instituição que se encontre em situação semelhante. Tal como espetável desde o início, os resultados obtidos a partir de um universo necessariamente limitado, tendo em conta a recente abertura do ACT ao público, refletem o trabalho de divulgação que tem sido desenvolvido. Todavia, possibilitou caracterizar os utilizadores, apurar algumas necessidades informacionais e avaliar o serviço a partir das respostas dadas questionário.

ABSTRACT

KEYWORDS: archives, communication, information diffusion, marketing, user studies.

The Science and Technology Archives (STA) ensure the conservation, queries and relay of all documentation to all service departments of its parent institution, the Science and Technology Foundation. Despite the duty to provide information within the institution, it also ensures and provides inventory, management and preservation services of the entire scientific and technological national heritage to the scientific community and the public in general.

From a perspective of optimizing the services to the public, it was important to identify the target users and their informational needs, in addition to assessing these users relation and expectations with the service provided.

In the following work archival communication and diffused information concepts were reviewed, as well as marketing and communication concepts. The analysis and application of these concepts when applied can foster the archive's fundamental function, which is to communicate.

Still within the scope of reviewing concepts, user studies and its different methodologies and applications over time were also addressed. In order to assess and demonstrate its applicability in improving the access to the archives, a user study was made using STA in person and at a distance/online users.

Since its official inauguration four years ago, it was considered important and convenient, from a continuing improvement approach, to evaluate the Archive's customer service, as well as identify flaws that could be fixed in the future.

In this context, it is important to highlight that this work was understood to be an exercise of diagnosis, considering it essential for STA, as well as for other similar institutions. The results obtained from a limited population, taking into account the recent opening of the STA to the public, illustrates the promotional work that has been developed. Nevertheless, it allowed for user profile identification, needs and assessment of the service through a survey.

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I: Marketing e comunicação: uma perspectiva aplicada aos arquivos.....	5
I.1 Marketing.....	5
I.2 Comunicação e difusão.....	10
I.3 Função cultural.....	13
I.4 Comunicação de marketing.....	16
Capítulo II: Estudos de utilizador: o que são e para que servem.....	20
II.1 Definição de Estudos de utilizador.....	20
II.2 Tipologias de utilizadores de Arquivos.....	24
II.3 Aplicação de Estudos de Utilizador: boas práticas.....	25
Capítulo III: O Arquivo de Ciência e Tecnologia da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.....	28
III.1 História do projeto.....	29
III.2 Missão, atribuições, competências e orgânica.....	31
III.3 Serviços e atividades.....	32
III.4 Fundos do ACT e Biblioteca.....	32
III.5 Análise SWOT.....	36
Capítulo IV. Estudos de utilizador aplicado no Arquivo de Ciência e Tecnologia ACT.....	38
IV.1 Metodologia.....	39
IV.2 Análise e interpretação dos resultados.....	42
Conclusão.....	59
Referências bibliográficas.....	62
Lista de gráficos.....	73
Apêndice A: Questionário.....	i
Apêndice B: Respostas ao questionário.....	viii

LISTA DE ABREVIATURAS

ACT – Arquivo de Ciência e Tecnologia

CD – Conselho Diretivo

CPEEE - Comissão Permanente de Estudos do Espaço Exterior

CPO - Comissão Permanente de Oceanologia

EDF – Espólio David Ferreira

EMG – Espólio Mariano Gago

FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia

GEE – Gabinete de Estudos e Estratégia

GPA – Gabinete Programação e Avaliação

GRICES - Gabinete de Relações Internacionais da Ciência e do Ensino Superior

GT - Gabinete de tecnologia

ICCTI - Fundo do Instituto de Cooperação Científica e Tecnológica Internacional

INIC – Instituto Nacional de Investigação Científica

JEN – Junta de Energia Nuclear

JNICT – Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica

UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento

DFRH – Direção de Formação de Recursos Humanos

DGA - Departamento de Gestão e Administração

DPP - Departamento de Programas e Projetos

DSRICT - Departamento de Suporte à Rede de Instituições Científicas e Tecnológicas

DRI - Departamento das Relações Internacionais

DSI - Departamento da Sociedade da Informação

IC – Infraestruturas científicas

FCCN – Fundação para a Computação Científica Nacional

Introdução

Os arquivos têm necessidade de divulgar e de promover os seus serviços, tal como outras organizações, e é importante que recorram a ferramentas que os ajudem a conhecer o seu público e a estabelecer o seu posicionamento na sociedade de modo a que se possam adaptar eficazmente às necessidades dos seus utilizadores. A utilização de estratégias de marketing em serviços públicos pode ser uma mais-valia para os arquivos levarem a cabo uma das suas funções, a comunicação. A aplicação de estratégias de marketing em bibliotecas tem sido reconhecida e há muito que se escreve sobre isso.

Em relação aos arquivos não tem tido expressão no nosso país mas é um assunto debatido e estudado noutros países europeus, nos Estados Unidos da América e também no Brasil. A autora Elizabeth Morgan (2010, p. 8) defende na sua dissertação, que num contexto económico adverso, em que as instituições reduzem significativamente os seus orçamentos em áreas como os arquivos, bibliotecas e museus, a aplicação de técnicas de marketing tem demonstrado o valor que estes serviços podem trazer para as suas instituições.

Este estudo desenvolveu-se com base na pergunta de partida “Quem são os utilizadores do Arquivo de Ciência e Tecnologia e qual o meio mais eficaz para comunicar com eles?”. Para isso foi definido o objetivo geral, de definição do público-alvo identificado no estudo de utilizador.

Para o cumprimento deste objetivo estabelecemos como objetivos específicos a segmentação dos utilizadores do arquivo, em função das suas necessidades informacionais; qual a finalidade da informação recolhida no arquivo; qual o grau de satisfação com os serviços e diagnóstico à comunicação praticada.

Este estudo situa-se na área das ciências sociais e por isso a metodologia utilizada é uma junção de métodos qualitativos e também métodos quantitativos. A utilização destes dois métodos é definida como uma metodologia mista, (FONSECA, (2008). Segundo o autor durante as várias fases do processo de investigação, podem coexistir os dois métodos.

A preparação de uma investigação, e nomeadamente a que resulta neste trabalho obedeceu a um encadeamento de ações em diversas fases, que foram caracterizadas por (FONSECA, 2008, p. 4), numa primeira fase que corresponde ao estabelecimento do objeto a estudar, neste trabalho corresponde à análise da comunicação com os utilizadores do arquivo. Nesta fase foi feita a investigação documental, levantamento de teoria e sentido da investigação. Numa segunda fase seguiu-se a estruturação da investigação, que é caracterizada pela escolha da amostra, neste estudo centrou-se no Arquivo de Ciência e Tecnologia, nos seus utilizadores e na comunidade onde está inserido. A fase seguinte, definida como a formação da investigação, fase que corresponde à escolha dos métodos de recolha de dados, que no presente estudo foram os inquéritos por questionário e a análise de registos de pedidos de consulta ao arquivo. Por fim, a fase relativa à análise da informação, que corresponde ao tratamento e análise dos dados recolhidos.

A utilização de métodos qualitativos neste estudo teve como objetivo obter conhecimento através da observação no local, as relações que existem entre o objeto de estudo e o ambiente onde está inserido. Na observação participante “é o próprio investigador o instrumento principal de observação” (LESSARD-HÉBERT et al., 2010, p. 155), esta interação entre observador e objeto de estudo permite experimentar no contexto onde decorrem os acontecimentos e assim obter conhecimento de outras perspetivas dos intervenientes. Esta opção tornou-se inevitável uma vez que a investigação teve lugar no local de trabalho do investigador.

A motivação para estudar este tema e elaborar este trabalho resulta da experiência pessoal da discente, que após alguns anos a trabalhar como arquivista em áreas técnicas, como a descrição e a avaliação documental está atualmente a trabalhar no Arquivo de Ciência e Tecnologia com um contato mais direto com o público e com a tarefa de responder às solicitações dos utilizadores. Pela sua experiência de trabalho e com a frequência do mestrado em Ciências da Informação e Documentação cresceu o interesse em estudar a comunicação entre o público e os serviços e identificar a quem se destina todo o trabalho feito pelas equipas de arquivistas que elaboram os instrumentos de descrição e os disponibilizam *online* para consulta.

A questão que serve de ponto de partida para o trabalho é “Quem são os utilizadores do Arquivo de Ciência e Tecnologia e qual o meio mais eficaz para comunicar?”

A partir desta questão são analisados os conceitos que estão relacionados com o marketing de serviços, a comunicação e os estudos de utilizador, conceitos estes que pretendem suportar a ideia de que os arquivos centrais¹, sendo serviços de uma instituição respondem às solicitações internas, mas enquanto entidade detentora de documentação de arquivo histórico aberta ao público respondem também às solicitações externas.

Esta característica tem implicações significativas para a agenda de um serviço de arquivo, que tem como primeira prioridade servir as necessidades da organização da qual faz parte. A responsabilidade, portanto, está no arquivo para identificar as necessidades do seu público interno e garantir que os serviços que presta são adequados para atender essas exigências.

No entanto no caso do Arquivo de Ciência e Tecnologia, apesar de ser um serviço integrado numa instituição tem também nas suas atribuições “Assegurar a inventariação, gestão e preservação do património científico e tecnológico nacional, bem como do acervo bibliográfico à sua guarda, garantindo a disponibilização deste à comunidade científica e público em geral”².

Sendo assim, precisa de dar resposta a duas realidades que embora se cruzem numa mesma função, a da comunicação, têm características e envolvem interesses diferentes.

A utilização de estudos de utilizador tem sido um instrumento utilizado tanto em bibliotecas e arquivos, com alguma incidência em países como Estados Unidos da América, Brasil e Espanha, assim como também a aplicação de estratégias de

¹ Arquivo Central segundo a definição do Dicionário de Terminologia Arquivística. ALVES, Ivone [et al] – Dicionário de terminologia arquivística. Lisboa: Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro, 1993. ISBN 972-565-146-4. Pág. 7.

² Despacho nº 9511/2012 de 13 de julho de 2012. Diário da República, 2ª série N.º 135 de 13 de julho de 2012. Determina a criação da Divisão de Apoio Técnico e Gestão Documental na Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I. P., do Ministério da Educação e Ciência.

marketing. Em Portugal, segundo o que este trabalho conseguiu apurar, não está ainda suficientemente estabelecida uma política de marketing aplicada a serviços de arquivo.

Por existirem pontos em comum entre a pesquisa de marketing e os estudos de utilizador, tal como o planeamento e as metodologias utilizadas para a realização de estudos de mercado. O marketing pretende analisar e conhecer os clientes reais e potenciais e identificar as suas necessidades, desejos e hábitos e o conhecimento dos utilizadores serve para analisar que produtos e serviços se devem oferecer, como melhorar a qualidade e a imagem do serviço (ROSSINI, 2001).

Os resultados obtidos com a aplicação do estudo de utilizador do Arquivo de Ciência e Tecnologia podem servir de suporte à organização para tomar decisões estratégicas. Com base nos resultados é possível delinear um plano de comunicação dirigido ao público-alvo com a finalidade de dar a conhecer o serviço, criar notoriedade e aproximar o Arquivo das necessidades dos utilizadores.

Capítulo I: Marketing e comunicação: uma perspectiva aplicada aos arquivos

I.1 Marketing

Na bibliografia estrangeira na área da biblioteconomia, Mañas Moreno (2003, p.1), afirma que “o marketing é mais do que uma ciência empresarial, é um fenómeno social do tempo e um elemento essencial de qualquer organização do qual os serviços bibliotecários não podem viver de forma isolada, dado que são geradores, transmissores e distribuidores de um produto como a informação”.

Esta afirmação poderia ser aplicada a outro serviço fornecedor de informação como são também os arquivos. Apesar das suas diferenças e particularidades têm um produto e uma finalidade em comum, ambos servem utilizadores.

Na preparação deste trabalho deparámo-nos com a escassez de textos, relativos à aplicação e adaptação de estratégias de marketing nos arquivos, assim como testemunhos de experiências práticas.

Existe potencial na aliança entre a Arquivística e o Marketing, nomeadamente na aplicação deste na comunicação e difusão dos acervos documentais dos arquivos.

A aplicação dos conceitos de gestão, nomeadamente de marketing é considerada uma competência indispensável aos profissionais da informação. De acordo com o Euro-referencial-ID os profissionais de informação e documentação devem adquirir competências de marketing a vários níveis:³ de um nível inicial em que devem dominar os conceitos chave, a um nível mais avançado que devem ser capazes de definir uma estratégia de marketing global e elaborar uma estratégia de produtos. Como exemplo temos o Conselho Internacional de Arquivos que integrou uma colaboradora, especialista em gestão de marketing e comunicação.

O autor Alberch i Fugueras (2001, p.27) no capítulo dedicado à Imagem, Marketing e Comunicação, considera que a imagem do arquivo não está clara, e que há um grande desconhecimento dos seus objetivos e funções, tanto para o público em geral como para a administração. O autor apresenta como soluções a elaboração de

³ Sobre as competências do Profissional de I-D ver Euro-referencial I-D / European Council of Information Associations ; rev. trad. Leonor Gaspar Pinto para a INCITE. – Lisboa : INCITE, 2005. Pág. 90

planos estratégicos de promoção para alcançar a identidade e consolidação da imagem, o mecenato e o patrocínio de instituições privadas. Para alcançar tudo isto, propõe a planificação de uma estratégia de comunicação clara dos serviços e funções que oferecem.

O marketing está inevitavelmente ligado à promoção de produtos, no entanto o seu campo de ação não se encerra apenas na promoção. A promoção é de fato a face mais visível e talvez por isso gere algum constrangimento quando se fala de uma abordagem de marketing na gestão de informação, mas a sua aplicação vai mais além. A origem do marketing como disciplina é relativamente recente, cerca de segunda metade do século XX e começou por ser aplicado em empresas com fins lucrativos cuja finalidade era a venda de produtos. A saturação dos mercados com o aumento da quantidade de produtos e de empresas concorrentes levaram as empresas a procurar técnicas mais eficazes de procurar consumidores para os seus produtos.

Na década de 60 do século XX, as empresas deixaram de centrar o seu foco na oferta e passaram a focar-se nos clientes e nas suas necessidades para que pudessem adaptar os seus produtos à procura do mercado.

A evolução dos mercados permitiu não só a consolidação empresarial, mas também a do sector dos serviços e o marketing, tradicionalmente ligado a empresas de produtos passou também a ser utilizado no sector dos serviços, mais vocacionado para o cliente do que para o produto. As diferenças entre estes dois setores podem ser sintetizadas numa definição de Pinto (2007, p. 52) “nos serviços existe uma simultaneidade entre a produção e o consumo, enquanto nos bens os processos de produção são prévios ao consumo que o cliente irá efetuar”.

Esta simultaneidade dos processos de produção e de consumo nos serviços traz um elemento bastante importante neste processo, o fator humano. O cliente terá um interlocutor, que adquire neste processo significativa importância pois a ele caberá providenciar um bom atendimento que se adapte às suas necessidades.

A flexibilidade de adaptação às diferentes necessidades dos clientes, característica própria dos serviços permite um atendimento personalizado à medida de cada cliente. Podemos também afirmar que o mesmo acontece com os serviços

prestados pelo serviço de arquivo, nos casos em que o arquivista exerce a função de mediador, em que consoante as necessidades de informação dos seus utilizadores ele adapta a sua ação.

Além da utilização do marketing nos serviços, o conceito ultrapassou o setor empresarial e ao fim de algum tempo chegou às organizações não lucrativas, pois de uma maneira geral todas as organizações se relacionam com o mercado, têm relações de troca e necessitam de técnicas que apoiem essa relação.

As relações entre a empresa e o seu público não se esgotam na relação com o público externo. O público interno, composto pelos funcionários da instituição é também um fator importante a ter em conta uma vez que a comunicação contempla tanto a comunicação de fora para dentro como de dentro para fora.

O marketing interno admite que o público interno e os utilizadores externos, ambos utilizadores⁴ (Dicionário de Terminologia Arquivística, p. 98) do serviço sejam vistos também como clientes o que coloca o arquivista numa posição de fornecedor de serviços. Embora pareça ser uma questão de semântica, o uso do termo cliente indica uma abordagem mais orientada para o serviço, onde as ofertas do arquivo são desenvolvidas em resposta às necessidades do cliente. Inerente a isso está associado o valor do serviço, baseado nos conteúdos informativos dos documentos, uma vez que “a informação constitui uma mercadoria tão vital para a empresa como os recursos humanos, materiais ou financeiros, sem os quais ele não conseguiria viver” (ROUSSEAU e COUTURE, p. 63).

Focando-nos nos arquivos, que pela sua estrutura orgânica são serviços de instituições, como é também o caso do ACT, que organicamente é um serviço da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, o valor está no suporte que proporcionam para as tomadas de decisão da instituição para a execução dos seus objetivos de negócio e para a prestação de contas aos cidadãos ou às entidades competentes, como as auditorias desenvolvidas pelo Tribunal de Contas, pela Inspeção-Geral de Finanças, pela Direção-Geral do Tesouro e Finanças ou por outras entidades auditoras

⁴ Definição segundo o Dicionário de Terminologia Arquivística. Utilizador como “Indivíduo que consulta arquivos por razões funcionais, civis, judiciais, culturais ou de investigação, nomeadamente elementos da administração produtora/e ou de custódia, investigadores, outros leitores, público em geral. O utilizador é o destinatário dos serviços de comunicação de um arquivo.”

e fiscalizadoras à gestão financeira, contabilística, administrativa e operacional da FCT, IP.

Segundo Elizabeth Morgan (2010), o termo cliente tem de estar presente nas atividades de um arquivo institucional, que para além de focar as suas atividades no público externo terá de definir estratégias para o seu público interno cuja satisfação de necessidades trará reconhecimento ao serviço.

Em Portugal é reconhecido o caso de um Arquivo público que desenvolveu uma abordagem de marketing-mix para um serviço do arquivo, o Serviço Educativo / Extensão cultural. O Arquivo Regional da Madeira divulgou o seu projeto num artigo intitulado *“Marketing as an access tool for public Archives: a case study – Madeira Regional Archives Educational Service / Cultural extension”*⁵. O Arquivo Regional da Madeira criou o Serviço Educativo / Extensão Cultural e desenvolveu uma abordagem de marketing para se diferenciar dos seus concorrentes. A criação de uma imagem gráfica para representar o serviço, assim como a criação de uma personagem que se identifica com o público do Serviço Educativo, a identificação e a definição das variáveis do marketing-mix, apostando na promoção e medindo o retorno do projeto, contribuíram para a divulgação deste serviço e para o próprio reconhecimento do Arquivo Regional.

A ação de marketing para ser eficaz exige numa fase inicial uma análise de mercado, da sua estrutura e do seu comportamento (KOTLER, 1994, p. 133). O marketing não é um instrumento de interesse exclusivo para as organizações empresariais, reveste-se também de grande importância para os desafios e problemas que enfrentam as organizações não lucrativas. É comum a todas as organizações serem dependentes de relações de troca para atraírem recursos, para os converterem em produtos e serviços úteis e para os distribuírem eficazmente no mercado-alvo. O marketing preocupa-se com o desenvolvimento, a manutenção e/ou a regulação das relações de troca que envolvem produtos, serviços, organizações, pessoas, lugares ou causas (KOTTLER, 1994, p. 29).

⁵SANTOS, Sofia - Marketing as an access tool for public Archives: a case study – Madeira Regional Archives Educational Service / Cultural extension. Society of American Archivists. April 2012.

A análise da estrutura do mercado definida por Philip Kotler para organizações que não visam o lucro consiste em quatro passos: definição do mercado, segmentação do mercado, posicionamento e harmonização no mercado.

A definição de mercado é o primeiro passo defendido por Kotler, para uma análise da estrutura de mercado. Este passo consiste na determinação dos que são membros reais e dos potenciais para determinados produtos, serviços, organizações, pessoas, lugares ou ideias.

A segmentação do mercado consiste na divisão em partes ou segmentos significativos, que pode ser baseada em variáveis geográficas, demográficas ou psicográficas.

O posicionamento é a definição de uma posição no mercado, tendo por base a segmentação. Este posicionamento pressupõe que a organização encontre uma posição no mercado que esteja a ser descurada pela concorrência.

A harmonização de mercado consiste na escolha e combinação de um composto de segmentos-alvo que poderão ser atendidos eficazmente pela organização. Esta harmonização permite agrupar diferentes segmentos e atendê-los em conjunto, no entanto deverá ter sempre a preocupação em evitar um confronto de necessidades.

Os serviços têm sempre um grupo de clientes para o qual se destinam, e estes representam o seu mercado mais imediato. A organização terá de tomar decisões sobre que grupos serão servidos, quais das suas necessidades que serão satisfeitas, que nível de serviço será oferecido e quanto será gasto para comunicar e distribuir os serviços disponíveis. Estas são consideradas decisões tradicionais de marketing, implicando a análise de mercado, de projeto de produto e serviço, de distribuição, comunicação e promoção. A única função tradicional de marketing que não realizam é a determinação do preço, porque sendo um serviço público, não é feita cobrança direta aos utilizadores, exceto nos casos em que a organização decide fazer uma cobrança a fim de cobrir alguns custos (KOTLER, 1994, p. 337). No caso dos arquivos públicos em Portugal, em certas circunstâncias fazem cobrança direta, embora os valores sejam, em geral, estabelecidos pelas entidades das quais os serviços dependem

financeiramente, por não serem financeiramente autónomos. Tratando-se da prestação de um serviço de interesse público há outros fatores a ter em conta, para além da análise de mercado. Na atribuição de um valor económico, o valor atribuído para o fornecimento de informação/reprodução para desempenho de funções de soberania, não terá o mesmo preço, que para finalidades comerciais.

I.2 Comunicação e difusão

Na terminologia arquivística portuguesa a comunicação é definida como a “função primordial do serviço de arquivo que visa facultar dados, informações, referências e documentos, difundir o conhecimento do seu acervo documental e promover a sua utilização”⁶. Esta definição pressupõe outra, a acessibilidade da documentação que para poder ser comunicada é necessário que existam instrumentos de descrição documental⁷. Sobre a difusão, esta é considerada uma função que se encontra integrada na função comunicação e a sua definição segundo a terminologia arquivística portuguesa é “(...) função do serviço de arquivo que visa promover o conhecimento do acervo documental” (IPQ, NP 4041:2005, p.19). Segundo NOGUEIRA (2012, p. 132) “Na realidade portuguesa, o enquadramento teórico da difusão resulta num conjunto de limitações à sua vertente cultural. Estas limitações parecem encontrar a sua explicação numa teoria e prática arquivísticas herdeiras de um paradigma custodial, onde a função comunicação teve uma predominância que retraiu o estabelecimento de um enquadramento teórico autónomo da difusão enquanto função”. A autora afirma também que a tradicional falta de recursos dos arquivos limita o desenvolvimento da difusão.

Segundo Jean Yves Rousseau e Carol Couture, a difusão, enquanto comunicação da informação, está associada à valorização, à transmissão ou à acessibilidade da informação contida nos documentos de arquivo e que é potenciada junto dos utilizadores, favorecendo uma relação entre o pessoal do serviço de arquivo

⁶ IPQ, NP 4041:2005, p. 19

⁷ Documento secundário que referencia e/ou descreve as unidades arquivísticas, quantificando as respetivas unidades de instalação, tendo em vista o seu controlo e/ou acessibilidade. Dicionário de Terminologia Arquivística, p. 59

e os utilizadores internos e externos, sobretudo uma informação que possa ser utilizada e valorizada.

A comunicação possibilita o acesso ao acervo documental e promove a sua utilização para o conhecimento sobre esse acervo.

O acesso aos arquivos tem sido uma questão abordada pelo Conselho Internacional de Arquivos (ICA), que desde 1994 tem vindo a publicar normas, nomeadamente de descrição arquivística com a finalidade de uniformização dos instrumentos de pesquisa. O acesso à documentação de arquivo é condicionado pela existência de instrumentos de pesquisa e pelo enquadramento legal. Outros documentos do Conselho Internacional de Arquivos destacam a importância do acesso como um elemento da prática profissional arquivística: o Código de Ética, de 1996, a Declaração Universal sobre os Arquivos, de 2010 e os Princípios de Acesso aos Arquivos – Orientação técnica para gestão de arquivos com restrições, do grupo de trabalho sobre acesso do Comité de Boas Práticas e Normas.

O Código de Ética declara no princípio 6 “os arquivistas facilitam o acesso aos arquivos ao maior número possível de utilizadores, oferecendo seus serviços a todos com imparcialidade” e no princípio 7 “os arquivistas visam encontrar o justo equilíbrio, no quadro da legislação em vigor, entre o direito ao conhecimento e o respeito à vida privada”. Nas Orientações técnicas para a gestão de arquivos com restrições, que se fundamenta no objetivo principal dos Princípios, são referidas as diferenças que existem no acesso, quer em documentos em papel quer em documentos digitais e são sugeridas práticas de restrição de modo a que não seja necessário as instituições restringirem volumes maciços de documentação.

A Declaração universal sobre os arquivos, de 2010 garante: o carácter fundamental dos arquivos no apoio à condução eficiente, responsável e transparente de negócios, proteção dos direitos dos cidadãos, fundamentação da memória individual e coletiva, compreensão do passado, documentação do presente e orientação das ações futuras. Identifica como um dos papéis fundamentais dos arquivistas tornar “esses documentos disponíveis para uso”, e garante que os arquivistas trabalharão juntos para que “os arquivos sejam acessíveis a todos,

respeitando a legislação pertinente e os direitos dos indivíduos, produtores, proprietários e usuários”.

A utilização das tecnologias da informação permite um acesso à informação arquivística fora do espaço físico do arquivo sem a mediação do arquivista, tornando-se o espaço físico secundário tanto para o utilizador como para o arquivista que vê também o seu papel de mediador alterado. A informação deixou de ser exclusivamente em papel para passar para um universo eletrónico, “o centro de gravidade das práticas informacionais desloca-se inexoravelmente de um polo constituído pelo papel para o polo eletrónico onde o oral e o visual retomam um lugar que o textual lhes havia tomado” (LE COADIC, 1997). A utilização cada vez mais crescente da internet e das tecnologias a ela associadas trazem à discussão o modelo clássico e linear de emissor-recetor que “passa a ser questionado e passa a estar voltado para o recetor-utilizador (não excluindo a atuação deste último como recetor)” (JARDIM, 1999).

O espaço virtual com características próprias traz novas formas de produzir informação e novas formas de acesso. O conceito de lugar e de tempo adquire diferentes significados e as instituições detentoras de arquivos respondem renovando as suas funções e adquirindo novos procedimentos e novas atribuições. O local onde se encontra a informação deixa de ser o mais importante e o enfoque passa para o acesso à informação. A gestão centra-se no fluxo da informação dos sistemas para as redes. (JARDIM, 1999). Os arquivos e os profissionais de informação movem-se nestas novas plataformas e adquirem novas aptidões e renovam funções.

Alguns autores identificam a posição do arquivista como estando numa encruzilhada, nesta nova forma de mediação arquivística em ambiente web.

O aparecimento de novos recursos de difusão de informação, resultado de novas tecnologias levou a que os arquivos deixassem de estar apenas fisicamente ao alcance dos seus utilizadores e passassem a poder estar abertos a mais comunidades, através da internet. Este facto torna necessário a aplicação de ferramentas que permitam comunicar e difundir melhor para que seja possível satisfazer mais adequadamente as exigentes necessidades de informação dos utilizadores.

Considerando que um serviço de arquivo tem como funções básicas organizar, guardar, conservar e difundir os documentos e os arquivistas são os profissionais especialistas em estabelecer critérios para a classificação, ordenação e descrição dos documentos num processo de tratamento que contribui para a organização administrativa e para a otimização de recursos nas instituições, (MIRABET, 1997) considera que o arquivista enquanto profissional e o arquivo enquanto órgão prestam um serviço à instituição produtora da documentação. Outra das funções dos arquivos é a guarda da documentação produzida pela mesma instituição a que pertencem, e noutros casos na documentação produzida por outras instituições, empresas ou pessoas. Esta função pressupõe um serviço às instituições produtoras da documentação e também à sociedade em geral, uma vez que comporta em si a responsabilidade de acolher o património cultural de um país, de uma região ou cidade. Continuando a determinar as funções essenciais dos Arquivos, o mesmo autor define a conservação como outra das funções que garante a conservação dos documentos ali guardados durante os prazos estabelecidos. Este autor afirma que “a função de conservação é a garantia da utilização e consulta dos documentos” (MIRABET, 1997).

I.3 Função cultural

O sentido de função cultural é lato e pode adquirir dimensões específicas consoante o tipo de serviço de arquivo. No caso do ACT há uma dimensão cultural com uma vertente de ciência, baseada em documentação gerada no âmbito do financiamento de produção científica em todas as áreas e /ou de cientistas e de organismos produtores de ciência e tecnologia como a Junta de Energia Nuclear, fundo tratado e disponibilizado pelo ACT.

A utilização dos documentos com finalidades culturais era tradicionalmente dirigida a um número restrito de investigadores com formação universitária e especialistas na sua área de conhecimento, o mesmo não acontece atualmente em que os destinatários vêm de diferentes áreas e com diferentes interesses.

No capítulo Arquivos, Memória e Conhecimento Alberch i Fugueras (2001, p. 14) defende a ideia de que os arquivos são colaboradores diretos no cruzamento de

valores associados ao moderno conceito de cultura, como património público, memória, identidade e conhecimento. Mas esta função cultural não está plenamente assumida por todos os profissionais, umas vezes por falta de meios ou por tradição e outras por acreditarem não ser uma missão sua. O autor afirma que esta missão cultural é missão dos arquivos e que é necessário dirigirem-se ao grande público, exigindo isto formação tanto para o utilizador como para o profissional.

A ação cultural e a dinamização cultural devem converter-se num instrumento para a difusão das potencialidades do arquivo para chegar a um número maior e cada vez mais amplo de utilizadores.

A difusão é definida tendo como objetivo principal servir os utilizadores mediante a comunicação da informação contida nos documentos conservados no Arquivo.

A divulgação pode fazer-se de diferentes formas: através dos instrumentos de descrição produzidos, permitindo a obtenção de cópias e reproduções facilitando o acesso e a consulta direta aos documentos, pela realização de exposições e pela publicação de guias ou edição de documentos, promovendo ao público em geral ou aos investigadores o contato com os documentos. Assim, cada uma das funções caracterizadas acima tem como finalidade prestar um serviço a algum tipo de utilizador, seja à instituição produtora, a outras instituições ou entidades, a cidadãos, investigadores ou à sociedade em geral, a finalidade de serviço é inerente a cada uma das funções essenciais atribuídas aos arquivos.

Esta divulgação deve dirigir-se a diferentes públicos, sejam eles do meio académico, outras instituições ou cidadãos que procuram informação pontual. Segundo Alberch i Fugueras (2000, p.8) “devem estreitar-se colaborações com instituições educativas, associação e entidades culturais”. O autor propõe que sejam planeadas uma série de atividades, que abarcam um grande leque de possibilidades. Como sejam as atividades educativas e de formação, com objetivos pedagógicos, cursos gerais e de especialização, elaboração de pastas com material pedagógico, organização de conferências, jornadas, colóquios e simpósios, assim como atividades de carácter expositivo, como as exposições permanentes, temporais ou itinerantes. No âmbito da difusão geral, propões a edição de publicações, jornadas de portas abertas,

visitas de grupos, concursos, itinerários históricos, celebração de efemérides locais. Outra sugestão feita pelo autor é a difusão em meios audiovisuais e também a criação de produtos baseados em documentos do arquivo.

A promoção dos serviços e o recurso a técnicas de marketing afirmam-se como uma necessidade imperativa. O conhecimento dos diferentes tipos e necessidades dos utilizadores a identificação e seleção de alvos, a sistematização da oferta e da comunicação e o planeamento reforçam a imagem do arquivo e permitem uma maior exposição.

O autor apresenta estratégias que podem permitir rentabilizar o capital informativo que existe nos arquivos e ampliar o seu uso social. Destaca as seguintes ações estratégicas e desenvolve: a promoção da imagem dos arquivos; o estabelecimento de serviços de arquivo nas estruturas das organizações; aumento e captação de novos fundos e captação de fundos privados; promoção da divulgação dos conteúdos; captação de novos utilizadores e por fim o estabelecimento da ação cultural como função arquivística. As ações que o autor apresenta são complementadas, segundo ele, por três aspetos concretos de grande valor estratégico: a formação dos profissionais e dos utilizadores, a articulação dos arquivos com a sociedade civil e a necessidade de apostar nas tecnologias de informação e comunicação.

Se por um lado é necessário rentabilizar o imenso capital informativo que existe nos arquivos, é necessário questionar se os arquivos estão preparados com as técnicas adequadas para agarrar esta oportunidade de futuro. Ramon Alberch i Fugueras avança com a sugestão de melhoria dos instrumentos de descrição, assim como o planeamento de uma política de digitalização de conteúdos que tenha como objetivo a prioridade de digitalização de documentos e séries mais ricos em informação e em estado de conservação mais precário (ALBERCH I FUGUERAS, 2000, p. 6-7). Esta medida tem a dupla utilidade de preservar e difundir os fundos, além disso permite a médio prazo criar um “arquivo virtual”, no entanto deverá ser planificada para que para além das utilizações atrás descritas, as imagens possam ser utilizadas em publicações eletrónicas para serem consultadas via internet e assim alargar a abertura dos arquivos à sociedade.

I.4 Comunicação de marketing

O ato de comunicar é uma atividade inerente ao ser humano e visa essencialmente a troca de informações. Esta será uma definição muito redutora do que realmente é a comunicação pois a vida em sociedade possibilita a partilha de experiências, ideias, atitudes e crenças. A comunicação é inseparável dos comportamentos dos seres humanos, ela pode ainda servir para comandar, para condicionar, para persuadir ou para motivar alguém a fazer ou a não fazer algo (PINTO, 2013, p. 27).

A comunicação de marketing, num sentido mais amplo da sua atuação, abrange o conjunto dos meios que uma empresa utiliza para trocar informação com o seu mercado. Contempla por isso a comunicação de fora para dentro, como seja o caso dos estudos de mercado para conhecer e identificar as necessidades do seu mercado, numa perspetiva de auscultação, como a comunicação de dentro para fora em que se insere a publicidade. Esta comunicação pode incluir não só a comunicação da empresa com o público consumidor, como também a comunicação destinada à motivação dos seus funcionários, frequentemente chamado de marketing interno (CASTRO 2013, p. 29).

É através da comunicação que uma organização transmite a sua presença no mercado, aos seus utilizadores. O investimento a ser realizado num plano de comunicação é visto, muitas vezes, como um processo dispensável. No entanto, o processo de comunicação é fundamental. A abertura de uma organização à comunicação de marketing vai permitir, a esta, estabelecer melhores relações com os seus utilizadores. Além das relações com o mercado, a comunicação de marketing visa, também, as relações internas da própria organização, tornando mais produtivo o ambiente de trabalho. Através do marketing interno, a organização pretende motivar, dar formação, e gerar um bom ambiente de trabalho, para que o mesmo se reflita no serviço prestado aos utilizadores, que, por sua vez, contribui, para uma melhor comunicação da imagem da organização (CASTRO 2013).

O plano de comunicação faz parte do plano de marketing aplicado a toda a organização. O ponto de partida e os objetivos são os da estratégia de marketing. O conceito de comunicação integrada tem como objetivo assegurar a coordenação de

todos esses esforços com o mesmo propósito. É o documento que traça as orientações da comunicação de marketing, incluindo as metas e objetivos por produto, as estratégias e táticas que dirigirão os esforços a desenvolver e os respectivos orçamentos.

A sua elaboração só pode ter início depois de definida a estratégia de marketing fundamental que orientará todas as iniciativas e programas específicos. Uma estratégia de marketing, para ser completa deve clarificar: as metas e os objetivos de marketing a atingir; o modo como optamos por segmentar o mercado; o segmento ou segmentos alvo sobre os quais concentraremos as nossas atenções; o posicionamento que permite tirar maior partido das nossas vantagens competitivas; a forma como alocaremos os recursos disponíveis pelas variáveis do marketing-mix. A comunicação de marketing é um elemento do marketing-mix e por isso tem de ser consistente com as políticas de produto, de preço e de distribuição.

O plano de comunicação pode ter diferentes finalidades, pode ser utilizado para aumentar as vendas de um determinado produto ou pode ter como objetivo promover a imagem global da organização.

O mix de comunicação é composto por uma variedade de disciplinas da comunicação, como a publicidade propriamente dita, marketing relacional, promoção de vendas, *publicity*, *merchandising*, feiras e exposições, eventos, patrocínios e product placement e a comunicação *online*. O conceito de comunicação integrada corresponde à coordenação de todos esses esforços com a mesma finalidade (CASTRO, 2003).

Descrevendo cada uma delas em particular: a publicidade, que muitas vezes é confundida com o conceito mais abrangente de comunicação de marketing, considera-se comunicação publicitária quando as instituições compram espaço nos meios de comunicação para transmitirem as suas mensagens comerciais, podem ser anúncios em revistas, jornais ou em meios digitais. O marketing relacional consiste na concepção da comunicação direcionada para os consumidores individualizados e não para mercados anónimos, permitindo muitas vezes estabelecer relacionamentos adequados a diversas situações e permite até personalizar a oferta. A promoção de vendas é uma forma específica de comunicação de marketing que tem como finalidade

influenciar o comportamento de experimentação de produtos. *Publicity* é um conceito que está ligado ao relacionamento que a organização pode ter com os meios de comunicação social, ou seja *publicity* é quando a organização consegue, através do bom relacionamento com estes meios de comunicação enviar um *press release*, convite para uma conferência de imprensa ou outros eventos e consegue ter exposição pública devido à confiança que tem sem que seja necessário pagar para isso. No âmbito do *Merchandising* recorres-se a vários instrumentos, que são utilizados no local de venda, como os folhetos, expositores, auto-colantes, cartazes, decoração, quiosques multimedia entre outros. Aplicando este conceito a serviços de arquivo encontramos paralelismo com a produção de folhetos, para divulgação dos serviços, fundos disponíveis, horários e contactos, assim como a execução de cartazes para divulgação de. A presença em *feiras e exposições* é considerada importante em determinados mercados de consumo porque permite fazer demonstração e teste de produtos e proporciona o contacto com potenciais utilizadores. Os *eventos e patrocínios* estão relacionados entre si, quando se patrocinam eventos para dar notoriedade à marca e associá-la a determinado evento. Podem ser classificados em três grandes tipos: patrocínio de eventos ou indivíduos, patrocínio de causas e patrocínio dos media. Em relação ao patrocínio dos media está relacionado com o *product placement*, que consiste no aproveitamento de uma forma de entretenimento com grande visibilidade e colocar o produto como se de forma natural se tratasse. Este conceito é bastante controverso e é considerado parasitário porque pretende captar os consumidores desprevenidos ancorado num outro legítimo, como é o caso da presença de produtos em filmes e outros programas de entretenimento. A *comunicação online* está associada à importância cada vez mais maior da *internet* como meio de comunicação de marketing. A utilização de *banners*⁸ é considerada uma forma de *advertising*, o patrocínio de alguns sites temáticos por parte das empresas são formas de comunicação *online*. As redes sociais que permitem aos consumidores serem emissores de comunicações relacionadas com a sua reação a empresas e marcas e não apenas receptores, permitem que se formem comunidades de

⁸ Mensagem publicitária colocada num sítio da internet, geralmente com um link ou endereço para outra página. Banner in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-10-13 17:05:16]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/banner>

apreciadores (fãs) de marcas com as quais desenvolveram um envolvimento emocional particularmente gratificante (CASTRO, 2013).

Para determinação da eficácia da estratégia de comunicação é necessário que os resultados sejam avaliados. A avaliação pode ser feita antes, pré-testando a campanha junto de uma amostra de público-alvo ou após, como medição do impacto da campanha sobre as variáveis escolhidas como objetivos da comunicação (CASTRO, 2013, p. 101).

Remetendo estes conceitos aos serviços de arquivo temos exemplos de comunicação *online* que poderão ser eficazes na sua divulgação, como a criação de blogs, páginas de internet, páginas nas redes sociais até a anúncios em *banners e pop up*⁹.

A aplicação destas técnicas, em serviços como os arquivos implica que a mensagem que vai ser transmitida está de acordo com os objetivos definidos à partida pela organização, assim como a estratégias a aplicar e em que canais será difundida.

No âmbito deste trabalho e cingindo-nos aos serviços de arquivo públicos, a utilização destas técnicas estão mais ligadas à criação de notoriedade junto do público para a qual trabalham e dar a conhecer os seus serviços, não tanto em conseguir aumentar as vendas de produtos.

⁹ Janela que surge ao visitar uma página web ou ao aceder a uma hiperligação através de comando, tecla, clique ou sem que o utilizador a solicite. Pop-up in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-10-13 17:15:21]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/pop-up?express=pop+up>

Capítulo II: Estudos de utilizador: o que são e para que servem

II.1 Definição de Estudos de utilizador

Os conceitos de utilizador e das suas necessidades informacionais têm sido um tema trabalhado pelas ciências da informação no decorrer dos últimos anos. A utilização destes estudos em serviços de bibliotecas é frequente, no entanto chegou mais tarde aos arquivos. Países como Estados Unidos da América, Espanha e Brasil têm aplicado os estudos de utilizador a arquivos e a produção científica sobre o assunto tem sido constante, no entanto bastante abaixo se comparado com outros trabalhos científicos na mesma área.

O desenvolvimento das bibliotecas digitais, ou das coleções digitais também influenciou os arquivos. A constituição de coleções digitais nos arquivos obriga a uma seleção sobre acervos, muitas vezes vastos, mas sobretudo menos identificados e descritos ao nível do documento ou peça. Tem sido uma operação mais lenta também por isso menos vocacionada para o serviço ao público, nos últimos anos os arquivos têm mostrado interesse em digitalizar e disponibilizar via internet os seus inventários e as suas coleções, de modo a estarem mais perto do público. Esta decisão influencia também o público, como destinatário desta medida, pois estando a informação mais acessível e disponível através de um computador pessoal com acesso à internet chega a um público diferente do tradicional investigador, que recorre aos serviços de arquivo como fonte primária da sua investigação. Alcança também um cidadão comum, que por um qualquer interesse particular pesquisa um nome num motor de busca e chega a um processo que está descrito num inventário de um arquivo. Estando as coleções, em formato digital e disponíveis, permite aos utilizadores acederem aos documentos sem a mediação do arquivista.

Não obstante as vantagens desta disponibilidade através do digital, não podemos descurar os custos, não apenas da digitalização, mas do armazenamento de objetos digitais. Além disso, em rigor, os utilizadores passam a aceder aos documentos nesse formato, não no original, a não ser quando são nado-digitais.

Em consequência desta nova realidade, as autoras Polona Vilar e Alenka Šauperl elaboraram um estudo¹⁰ publicado em 2015, realizado na Eslovénia e Bósnia-Herzegovina, países que dão ainda os primeiros passos na digitalização e disponibilização na internet dos seus arquivos. Sobre a importância de conhecer as características dos utilizadores que acedem aos recursos digitais, sem a mediação de um arquivista e os desafios que se colocam aos arquivistas. As autoras consideraram que nos últimos anos os arquivos, além das suas preocupações com a preservação se têm focado também nos serviços. O fato de terem desenvolvido coleções *online* permite que os utilizadores acessem os documentos sem a mediação de arquivista e por isso consideram que os recursos devem ser adaptados às características dos utilizadores, para que isso aconteça os arquivistas devem ter as competências profissionais adequadas para lidarem com os utilizadores, quer seja em ambiente digital ou em ambiente físico.

Este estudo utilizou uma metodologia qualitativa e teve um duplo objetivo, identificar como é que os arquivistas vêem os utilizadores (tipos de utilizador, competências e características) e que questões os arquivistas precisam de conhecer para se relacionarem com os utilizadores. Em segundo lugar e relacionada com a primeira, que competências eram percebidas pelos arquivistas, para desenvolverem o seu trabalho não só com os materiais mas também com o público e num ambiente digital.

Reportando-nos à década de 80 do século XX, assistimos à aplicação de *user studies* pela Arquivística Norte Americana com as aplicações de questionários e entrevistas ao público utilizador dos arquivos. Destes trabalhos resultaram estudos publicados na revista *The Midwestern Archivist*, vol. 11, nº 1 em 1986, com os artigos relativos a estudos de utilizador de Maher (1986, p. 15-26), Turnbaugh (1986, p. 27-33), Goggin (1986, p. 5767) e Conway (1986, p. 35-56). A metodologia utilizada até esta altura (década de 80 do séc. XX) era baseada em métodos quantitativos, tanto para a recolha de dados como para o seu tratamento estatístico.

¹⁰ VILAR, Polona, ŠAUPERL, Alenka - Archives, Quo Vadis et Cum Quibus?: Archivists' self-perceptions and perceptions of users of contemporary archives. *International Journal of Information Management*. Volume 35, Issue 5, October 2015, Pág. 551–560

Os Estados Unidos da América prosseguiram com esta prática e foram publicados mais alguns estudos, nomeadamente na *American Archival studies: Readings in theory and practice*. Chicago: The Society of American Archivists, 2001, que inclui artigos de vários autores dedicado ao tema Apud (Ruiz Cagigal (2004, p. 12). Em 2002 Elizabeth Yakel (2002) publica o estudo realizado na Universidade do Michigan, voltado para a recolha de informação sobre o conceito do arquivo e o uso dos instrumentos de acesso como recurso utilizado pelos

Em relação à investigação no campo da Arquivística, sobre os estudos de utilizador realizada em Portugal, Paulo J.S Barata (BARATA, 1997) no seu artigo sobre as tendências de pesquisa nos anos 90, já há cerca de 20 anos, de que os estudos de utilizador representavam apenas 1,8% das tendências de pesquisa em Arquivística, em Portugal, França e Estados Unidos.

Em Espanha, segundo o levantamento realizado por Ruiz Cagigal (2004), artigos de autores espanhóis que fazem referência substancial ao conceito de utilizador de arquivo são escassos. O trabalho identificado por este autor, que se baseia numa metodologia científica de estudos de utilizador é uma tese de doutoramento de Rita Dolores Santaella Ruiz (SANTAELLA RUIZ, 2001).

No Brasil, Jardim e Fonseca (2004) concluem também em 1999, que a produção e difusão de conhecimento arquivístico no Brasil, durante os anos 90, em 109 artigos, comunicações e relatos de experiência publicados, apenas um tem como tema central os usos e utilizadores de arquivos.

Os estudos de utilizador tiveram diferentes tendências de investigação e objetivos ao longo do tempo. A metodologia quantitativa foi bastante utilizada nas décadas de 60 a 80, pelo fato de se pretender garantir uma maior precisão na análise e interpretação dos resultados tentando aumentar a margem de confiabilidade na inferência dos resultados encontrados. Nesta época, a preocupação estava na identificação da frequência de utilização de determinado material e de outros comportamentos de forma quantitativa e não detalhavam os diversos tipos de comportamentos informacionais.

Com o decorrer do tempo a tendência deixou de ser focada na utilização dos materiais e direcionou-se para o utilizador, o que permitiu analisar e avaliar o comportamento dos utilizadores perante uma necessidade específica. A partir dos anos 70 os estudos estavam vocacionados para identificar como era obtida a informação e usada e mostravam que o uso da informação dependia da facilidade do acesso e que nem sempre a informação utilizada era a mais adequada. Nos anos 80, com o crescimento dos equipamentos de informática surge o interesse na automação para possibilitar o planeamento de serviços ou de sistemas de informação para que estes fossem eficazes na resposta às necessidades de informação dos utilizadores. Esta tendência era apoiada em teorias de Marketing, Comunicação científica e Psicologia.

Ainda nesta fase, Lima (1992) apud (BAPTISTA e CUNHA, 2007, p. 173), concluiu que os estudos apenas se preocupavam com os aspetos do funcionamento das unidades de informação e não com uma discussão mais aprofundada de comportamento e necessidades individuais dos utilizadores. Os estudos de utilizador passaram de uma fase quantitativa para uma fase qualitativa, quando os estudiosos do comportamento perceberam que as pesquisas com os métodos quantitativos não contribuíam para a identificação das necessidades individuais e para a implementação de sistemas de informação adequados às suas necessidades.

Segundo (BAPTISTA e CUNHA, 2007), as metodologias de pesquisa devem ser usadas consoante o tipo de pesquisa a ser desenvolvida. Sugerem abordagem qualitativa, para os casos em que os indivíduos têm diferentes comportamentos na procura de informação e essas diferenças não seriam identificadas num estudo quantitativo. A abordagem quantitativa, segundo os autores deve ser utilizada quando os utilizadores se podem agrupar em conjuntos com hábitos semelhantes, por área de conhecimento, ou por utilização de um determinado sistema de informação. Os autores enfatizam, que não é a metodologia que determina a investigação mas sim o problema que se pretende resolver.

Os avanços nos estudos de utilizador permitem na atualidade realizar estudos qualitativos mais sofisticados, teórica e instrumentalmente, apropriados para o desenvolvimento de sistemas baseados nas especificidades dos comportamentos dos utilizadores finais, possibilitando criar sistemas mais ergonómicos, e mais adaptados às

necessidades, cognitivas, afetivas, psicológicas e fisiológicas dos utilizadores finais (BAPTISTA e CUNHA, 2007). Os casos que escolhi para apresentar no ponto II.3 “Aplicação de Estudos de Utilizador: boas práticas” são resultado desta nova abordagem dos estudos de utilizador em que interagem diversas áreas científicas, do *design* e humanidades a ciências da computação, com a finalidade de tornar os sistemas de mais fácil utilização (*user friendly*).

II.2 Tipologias de utilizadores de Arquivos

Na busca de uma definição de “utilizadores de arquivos”, encontramos a definição de “utilizador” no Dicionário de Terminologia Arquivística que o define como o “indivíduo que consulta arquivos por razões funcionais, civis, judiciais, culturais ou de investigação, nomeadamente elementos da administração produtora/e ou de custódia, investigadores, outros leitores, público em geral. O utilizador é o destinatário dos serviços de comunicação de um arquivo”¹¹.

Partindo do pressuposto de que os utilizadores de arquivos são o destinatário dos serviços de comunicação de um arquivo, importa conhecê-los e caracterizá-los.

Na sua revisão de literatura sobre os estudos de utilizador no contexto arquivístico (JARDIM e FONSECA 2004), focando a sua pesquisa nos últimos trinta anos, concluem que estes estudos partiram de uma abordagem tradicional de “arquivos direcionados para arquivistas”, para um modelo alternativo de “arquivos direcionados para os usuários”. A pesquisa dos autores (JARDIM e Fonseca, 2004) salienta que a tendência tem sido a de que os “arquivistas não servem aos arquivos, mas à sociedade e seus diversos agentes” em oposição ao modelo tradicional.

Inicialmente podem ser agrupados em dois grupos, consoante a sua proveniência, assim, temos os utilizadores internos e os utilizadores externos. Dentro do grupo dos utilizadores internos temos os funcionários da instituição à qual o arquivo está ligado e que recorrem ao arquivo à procura de informação necessária à realização das suas funções e atividades e os utilizadores externos, que correspondem aos que vêm de fora da instituição e que por pretenderem informação com diferentes

¹¹ Dicionário de Terminologia Arquivística, p. 98

objetivos, que podem ser profissionais, administrativos, acadêmicos ou pessoais, podem ser divididos em grupos, conforme sugeriu (GARCIA, 2010), que os classificou em cinco categorias.

Investigadores profissionais, com uma formação e trajetória consolidada na investigação científica e que estão familiarizados com os arquivos, com a utilização dos fundos e com os instrumentos de acesso à informação. As suas investigações têm como finalidade a produção de conhecimento com a publicação de um livro ou outro material bibliográfico.

Investigador aficionado, pessoa com uma formação variada em que as suas preferências de investigação se dirigem à genealogia, história local ou outros temas de interesse particular.

Estudantes universitários, que se dirigem ao arquivo para fazerem pesquisas acadêmicas para a obtenção de algum grau de ensino superior, ou apenas para a realização de trabalhos acadêmicos) e podem ser das mais diversas áreas do conhecimento, das humanidades às ciências.

Estudantes do ensino básico e secundário, que recorrem ao arquivo para a realização de algum trabalho e por último cidadãos em geral, que o autor faz corresponderem ao público em geral que recorrem ao arquivo para tratar de algum assunto em concreto.

II.3 Aplicação de Estudos de Utilizador: boas práticas

A aplicação de estudos de utilizador em serviços de arquivo para a definição de estratégias de divulgação de arquivos em ambiente digital.

Foram identificados três casos práticos de arquivos, um nos Estados Unidos da América, outro em Itália, e o terceiro no Reino Unido, em que foram realizados estudos de utilizador para servirem de base a novas opções de comunicação com os seus utilizadores. O caso da Southern Historical Collection da Universidade de South Carolina é um estudo empírico sobre a interação dos utilizadores com os instrumentos de descrição e com a terminologia arquivística e focou-se no comportamento dos utilizadores para redefinir a sua página de acordo com os resultados.

O portal de arquivos archIVI é um importante repositório, sobre a história do século XX da cidade de Bolonha. Este portal é o resultado de um projeto mais amplo, denominado *Cittá per gli Archivi* que envolveu outros projetos de descrição, digitalização e conservação de documentação relativa à cidade de Bolonha que posteriormente foi disponibilizada no portal. A concepção e *design* do portal foi baseada nos resultados dos estudos de utilizador, que foram realizados na fase de protótipo, de modo a resolver as principais questões relacionadas com a consulta de inventários de arquivo através da *web*, com o objetivo de adaptar os instrumentos de pesquisa tradicionais às novas formas dos utilizadores interagirem em ambiente digital.

No Reino Unido encontramos o caso do portal *Archives Hub*, um portal de difusão de arquivos *online*, que aglomera descrições arquivísticas de mais de 250 instituições inglesas, que utilizam este portal para a divulgação do seu património arquivístico. A ligação de toda esta informação permite aos investigadores fazerem pesquisa em vários arquivos apenas num sítio. Jane Stevenson, Services Manager do Archives Hub, escreveu um artigo “What Happens If I Click on This?': Experiences of the Archives Hub”, em que apresenta o estudo que foi feito, em 2008, aos utilizadores do portal, de modo a que este se pudesse adaptar às necessidades dos seus utilizadores.

Na Universidade de South Carolina foi feita uma análise empírica sobre como interagem os utilizadores com as descrições arquivísticas na página de internet do Southern Historical Collection da Universidade de South Carolina, UNC-Chapel Hill, Estados Unidos da América. Este trabalho apresenta os resultados de um estudo, sobre a interação dos utilizadores com os instrumentos de pesquisa na página de internet da Coleção Histórica da Universidade da Carolina do Sul, com a finalidade de redesenhar a página de acordo com os resultados do estudo. A análise focou-se na forma como os utilizadores interagem com os recursos de ajuda e recursos de navegação, como reagem aos obstáculos relacionados com a estrutura dos instrumentos de pesquisa e com a terminologia arquivística. Os resultados mostraram que ter boas competências em pesquisas na internet é um pouco mais importante do que ter conhecimentos arquivísticos na pesquisa de recursos; que os utilizadores sem experiência são capazes de realizar as pesquisas sem a ajuda de um mediador; a terminologia só é uma barreira

significativa quando apresentada sem contexto; os comandos ctrl + F são muito utilizados na pesquisa de títulos das Séries.

Estes exemplos demonstram como os resultados obtidos através dos estudos de utilizador serviram para redefinir páginas de internet de arquivos, mais adaptadas ao comportamento revelado pelos utilizadores na interação com os sistemas. A criação de raiz de portais agregadores de arquivos em que o *design* foi escolhido com a preocupação em tornar mais acessível a consulta dos inventários na internet. A preocupação demonstrada com a acessibilidade do público aos inventários em formato digital e a interação entre ciências da computação, *design*, arquivística e humanidades resultou nos exemplos atrás descritos.

Capítulo III: O Arquivo de Ciência e Tecnologia da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

O Arquivo de Ciência e Tecnologia (ACT) da Fundação para a Ciência e a Tecnologia pretende ser um arquivo nacional de ciência e tecnologia. Sendo este Arquivo um serviço da instituição que tem sido a responsável pelo financiamento do sistema científico e tecnológico nacional, encarregue de concretizar as políticas de ciência nacionais, coloca-o numa situação de constante solicitação por parte dos restantes serviços da instituição e dá os primeiros passos nas solicitações externas.

A Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P. é um instituto público de regime especial – dotado de autonomia administrativa e financeira e com património próprio – integrado na administração indireta do Estado e sob tutela e superintendência do Ministro da Educação e Ciência. É o serviço público responsável pela conceção e execução das políticas científicas nacionais e iniciou funções em 1997, sucedendo à extinção da Junta Nacional para a Investigação Científica e Tecnológica (JNICT)¹²

O Arquivo de Ciência e Tecnologia foi formalmente inaugurado a 16 de dezembro de 2011 e está aberto ao público desde essa data, permitindo o acesso à informação por parte da comunidade científica e do público em geral.

A par desta valência, o ACT assume-se como o Arquivo Central da FCT servindo, por isso, os interesses e necessidades de consulta de informação/documentação por parte dos serviços. Não obstante esta realidade, assegura ainda o cumprimento e conduz a implementação de ferramentas e procedimentos úteis e/ou obrigatórios no que respeita à gestão documental de uma instituição em atividade. Assegura a aplicação de um Plano de Classificação, Tabela de Seleção e Plano de Preservação Digital e a gestão arquivística do Sistema de Gestão Documental designado por SEGA.

O ACT assume em simultâneo as competências de arquivo central da FCT e de serviço responsável por assegurar a política de gestão documental da FCT. A divulgação dos fundos, assim como de documentos técnicos e legislação relativa ao ACT, era divulgada na página de *internet* da FCT.

¹² Decreto-Lei nº 188/97, de 28 de Julho. Diário da República, I série A, N.º 172 de 28 de julho de 1997.

Após abertura ao público em geral e à comunidade científica em 2011 foram realizadas diversas iniciativas para divulgação e dinamização do Arquivo: A organização e participação em congressos nacionais e internacionais, organização de encontros sobre arquivos e a publicação de artigos para a *Newsletter* da FCT.

Seguindo uma estratégia de divulgação e de comunicação foi criado um logotipo do arquivo que representa e identifica o ACT nos diversos suportes gráficos onde é utilizado. O inventário do ACT disponível na página da FCT desde 2011, a partir de outubro de 2014 passou a ter um *website* autónomo, gerido pelo próprio serviço, com uma imagem gráfica própria. O *website* é um dos meios utilizados para a divulgação das diversas iniciativas promovidas pelo serviço. É também através deste meio que são divulgadas iniciativas nacionais e internacionais relacionadas com as Ciências da Informação.

III.1 História do projeto

A Fundação para a Ciência e Tecnologia conhecedora da importância e do valor inestimável do património documental da qual é detentora e sensível à questão da salvaguarda e preservação deste solicitou apoio ao Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (IHC, FCSH-UNL), para que juntos empreendessem esforços para a organização do seu património atual, que inclui o produtor atual e outras entidades que a antecederam e que de alguma forma se relacionaram com a atividade desenvolvida pela atual FCT. A conjugação de esforços permitiu que se desse início ao projeto de organização, tratamento e divulgação do património documental da FCT.

Em 2008 foi assinado um protocolo de colaboração com o IHC, FCSH-UNL, com vista ao apoio técnico e científico no tratamento dos Arquivos da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. No mesmo ano, a FCT assinou também um acordo de colaboração, para apoio técnico com a Direção-Geral de Arquivos (atual Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas). A primeira intervenção foi a identificação e avaliação das massas documentais acumuladas que estavam dispersas por vários depósitos, em edifícios da cidade de Lisboa. Em 2010 foi concluído o “Relatório de Avaliação de Documentação Acumulada para a Fundação para a Ciência e a

Tecnologia” que obteve o parecer favorável da DGARQ e após o qual se procedeu à eliminação de documentação sem valor histórico. A documentação avaliada e com valor histórico começou a ser descrita em software de gestão de arquivo definitivo.

No verão de 2011 iniciou-se o processo de transferência da documentação que estava dispersa em vários edifícios e a sua instalação definitiva num depósito de arquivo no edifício sede da FCT, preparado e equipado para o efeito, com as condições ambientais adequadas à conservação e preservação. Após esta enorme tarefa foi possível estabelecer o Arquivo de Ciência e Tecnologia num espaço com as condições adequadas à prestação de um serviço aberto ao público. Neste mesmo ano foi celebrado um protocolo entre a FCT e o Professor José Mariano Gago para a doação do Espólio Mariano Gago, sendo este o primeiro espólio a integrar o ACT. No final do ano de 2011, a 16 de dezembro foi inaugurado o Arquivo de Ciência e Tecnologia e formalmente aberto ao público.

Em 2012 e posteriormente ao início do tratamento do arquivo da Junta de Energia Nuclear, a FCT assinou um protocolo com o Instituto Superior Técnico (IST), com vista à integração deste fundo no ACT para a sua gestão arquivística, continuando a entidade detentora a ser o IST. A conclusão do tratamento deste fundo e disponibilização do inventário no *website* da FCT terminou em 2013. Com a extinção, por integração na FCT da Agência para a Sociedade do Conhecimento (UMIC), o seu arquivo passou também a integrar o ACT. No mesmo ano foram integrados no ACT os seguintes arquivos: arquivo histórico da Comissão Fulbright, por transferência da documentação, sem alteração de custódia, a Comissão Permanente de Estudos do Espaço Exterior (CPEEE) e Comissão Permanente de Oceanologia (CPO), por doação do Professor Mário Ruivo e no final do ano foi integrado por doação, o espólio do Professor José Francisco David Ferreira (1929-2013), investigador no Instituto de Histologia e Embriologia e professor na Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa.

A totalidade de documentação à guarda do ACT corresponde a cerca de 7 km lineares, estando até ao momento 20% tratada e descrita.

III.2 Missão, atribuições, competências e orgânica

O Arquivo de Ciência e Tecnologia tem por missão preservar a história e a memória da organização da ciência e da tecnologia, tratando, organizando, divulgando e tornando acessível, quer presencialmente quer à distância, o património arquivístico e bibliográfico à guarda da FCT, assim como outros com interesse científico e histórico. Pretende-se disponibilizar informação à comunidade científica e ao público em geral, promovendo e incentivando o estudo da política científica e da gestão do financiamento da ciência em Portugal.

O ACT tem como atribuições: assegurar a inventariação, gestão e preservação do património científico e tecnológico nacional, bem como do acervo bibliográfico à sua guarda, garantindo a disponibilização deste à comunidade científica e público em geral; assegurar a gestão dos depósitos de arquivo; assegurar a aplicação da Portaria de Gestão de Documentos; assegurar o funcionamento e desenvolvimento do Sistema Eletrónico de Gestão de Arquivo e o serviço de expediente da instituição; fomentar a cooperação na área da arquivística com entidades congéneres, redes e associações de âmbito nacional e internacional.

Compete ao Arquivo de Ciência e Tecnologia assegurar a coordenação e gestão do serviço de Expediente da FCT; colaborar no funcionamento, desenvolvimento e monitorização do Sistema Eletrónico de Gestão de Arquivo; assegurar a gestão dos depósitos de arquivo; assegurar a aplicação da Portaria de Gestão de Documentos; desenvolver a elaboração, revisão e atualização de documentos técnicos de suporte à gestão documental; promover a organização, tratamento, inventariação e disponibilização dos fundos integrados no Arquivo de Ciência e Tecnologia (ACT) e catalogação da biblioteca de Ciência e Tecnologia; promoção de iniciativas de divulgação do património documental e bibliográfico do ACT; fomentar a cooperação na área da arquivística com entidades congéneres, redes e associações de âmbito nacional e internacional; assegurar o funcionamento do atendimento ao público do ACT; promover as ações necessárias à gestão das edições do INIC, JNICT, FCT e assegurar a gestão dos depósitos de arquivo.

De acordo com o Despacho nº 9511/2012 de 13 de julho¹³ é criada na dependência direta do Conselho Diretivo da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, IP, a unidade orgânica flexível Divisão de Apoio Técnico e Gestão Documental dentro da qual funciona a Gestão Documental e Arquivo responsável pelo Arquivo de Ciência e Tecnologia.

III.3 Serviços e atividades

Os serviços do Arquivo de Ciência e Tecnologia visam garantir o acesso à documentação a investigadores, historiadores, colaboradores da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, e ao público com interesse pela história da política científica e tecnológica em Portugal.

As atividades garantidas pelo ACT são o tratamento e disponibilização de arquivos com interesse e relevância científica e histórica, podendo o ingresso destes ser por, doação ou depósito. A incorporação de arquivos pessoais ou institucionais, com interesse para a história da política científica em Portugal. A organização de exposições e de encontros no âmbito da sua atividade. A pesquisa documental e recolha de dados a pedido dos utilizadores, nomeadamente de informação ainda não referenciada no inventário de fundos e coleções.

III.4 Fundos do ACT e Biblioteca

Os fundos à guarda do ACT são fundos considerados fechados exceto o da FCT e o fundo da Comissão Fulbright. O ACT como serviço de um organismo tem centralizado nos seus depósitos o arquivo intermédio e o arquivo definitivo da instituição a que pertence.

Os fundos fechados são os conjuntos de arquivos aos quais já não se juntarão mais documentos pelo fato das instituições produtoras já não exercerem as suas atividades (Rousseau e Couture, 1998, p. 92). Em contrapartida os fundos abertos são aqueles aos quais se vão continuar a juntar documentos.

¹³ Despacho nº 9511/2012 de 13 de julho de 2012. Diário da República, 2ª série N.º 135 de 13 de julho de 2012. Diário da República, 2ª série N.º 135 de 13 de julho de 2012.

Passamos a elencar resumidamente os fundos do Arquivo, incluindo o bibliográfico, na medida em que também forma objeto de apreciação no estudo de utilizador do ACT. Esta breve apresentação dos fundos serve para contextualizar a documentação na análise dos dados obtidos no estudo de utilizador do ACT.

Arquivo da Junta de Energia Nuclear

O fundo da JEN tem como datas extremas 1954 – 1979 e é composto por documentação relativa às atividades de pesquisa e de exploração de minérios radioativos e também documentação relativa ao intercâmbio com serviços e organismos internacionais.

Arquivo da Comissão INVOTAN

A Comissão INVOTAN passou por várias instituições; entre 1970 e 1997, funcionou na Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica; entre 1997 e 2003, no Instituto de Cooperação Científica e Tecnológica Internacional; entre 2003 e 2007, no Gabinete de Relações Internacionais da Ciência e Ensino Superior; e, por fim, desde 2007, está na Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Do Arquivo da Comissão INVOTAN destacam-se os processos de bolsas financiadas, existindo também documentação relativa ao acompanhamento e gestão dos vários programas de apoio no âmbito da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN/NATO)

Arquivo da Comissão Cultural Luso-Americana – Comissão Fulbright

O Arquivo da Comissão Fulbright é constituído por documentação relativa à gestão do Programa Fulbright em Portugal, desde o seu início, em 1960. Destacam-se os processos de bolsas atribuídas a estudantes, investigadores e professores, portugueses e norte-americanos, bem como as atas das reuniões do Conselho Diretivo.

Arquivo da Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica

A JNICT, criada em 1967, foi durante três décadas, o organismo público responsável pelo planeamento, coordenação e financiamento da investigação científica e tecnológica no território nacional. Aquando da sua extinção, em 1997, uma parte substancial do seu arquivo foi herdado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Fazem parte do seu arquivo processos de financiamento de projetos, de bolsas, de unidades de investigação e de equipamento científico. Contém, também,

documentação relativa à implementação de políticas e estratégias científicas em Portugal e à cooperação internacional na área da ciência e tecnologia

Arquivo do Instituto Nacional de Investigação Científica

O INIC existiu entre 1976 e 1992, e tinha por missão contribuir para o fomento da investigação científica num quadro universitário, através dos centros de investigação. Aquando da extinção do INIC, uma parte das suas atribuições, e todo o seu arquivo central, transitaram para a Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica. A documentação do composto pelos processos dos centros de investigação existentes nas várias universidades, os processos de bolseiros e os processos de intercâmbio científico

Arquivo do Gabinete de Gestão do PRAXIS XXI

O Arquivo do Gabinete de Gestão do PRAXIS XXI foi herdado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, em 2001. O Gabinete de Gestão da Intervenção Operacional PRAXIS XXI foi a estrutura de missão responsável pela gestão técnica, administrativa e financeira do Subprograma Ciência e Tecnologia (PRAXIS XXI), tendo funcionado entre 1994 e 1999/2000.

Arquivo da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

A FCT foi criada em 1997, no âmbito de uma reestruturação do Ministério da Ciência e Tecnologia, sendo uma das sucessoras da Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica. Este é o fundo da instituição que continua em atividade. O fundo é composto na sua maioria por processos de financiamento de projetos, de bolsas, de unidades de investigação e de equipamento científico. Contêm, também, documentação relativa à implementação de políticas e estratégias científicas em Portugal e à cooperação internacional na área da ciência e tecnologia.

Arquivo do Instituto de Cooperação Científica e Tecnológica Internacional

O ICCTI foi a instituição pública responsável por dirigir, orientar e coordenar as ações de cooperação internacional no domínio da ciência e da tecnologia, após a extinção da Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, de 1998 até 2003. Uma parte significativa da documentação inclui processos de cooperação bilateral resultantes de protocolos de colaboração e de acordos científicos com entidades

congêneres e processos de cooperação multilateral, resultantes da participação ou representação nacional em redes e instituições internacionais

Arquivo do Gabinete de Relações Internacionais da Ciência e do Ensino Superior

O Gabinete de Relações Internacionais da Ciência e do Ensino Superior (GRICES) foi criado em 2003, na dependência do Ministério da Ciência e do Ensino Superior e foi extinto em 2007, quando uma parte das suas atribuições foi integrada na FCT. A documentação que foi herdada corresponde a processos de cooperação científica e tecnológica internacional: processos de cooperação bilateral resultantes de protocolos de colaboração e de acordos científicos e culturais com outras entidades congêneres e processos de cooperação multilateral.

Arquivo da UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento

A UMIC foi a entidade pública responsável pela coordenação das políticas para a sociedade da informação. Exerceu funções entre 2005 e 2012. O seu arquivo foi integrado no ACT quando esta foi integrada na FCT.

Espólio Mariano Gago

Corresponde a cerca de 70 pastas com documentação produzida pelo Professor José Mariano Rebelo Pires Gago, enquanto Presidente da Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, entre 1986 e 1989. Este Espólio foi doado à FCT pelo próprio, em Dezembro 2011.

Espólio David Ferreira

Inclui documentação arquivística e bibliográfica produzida e acumulada pelo Professor José Francisco David Ferreira (1929-2013), enquanto investigador e docente da Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa. O Espólio foi doado à FCT pela Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa, em Maio de 2013.

Biblioteca

O acervo bibliográfico é constituído por periódicos e monografias nacionais e internacionais, especializados em áreas como: gestão e política de ciência e tecnologia, história institucional, história da ciência e publicações sobre as mais variadas áreas científicas. Conserva também, um grande leque de literatura cinzenta, produzida pelas

entidades nacionais responsáveis pela gestão de ciência e tecnologia, assim como uma coleção de edições dos extintos Instituto Nacional de Investigação Científica e Tecnológica (INIC), e JNICT.

III.5 Análise SWOT

A Análise SWOT é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos de uma organização, assim como as oportunidades e ameaças a que está exposta.

Esta ferramenta de gestão aplica-se em alturas em que é necessário definir ou redefinir, estratégias organizacionais em que se identificam os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (OCHÔA e PINTO, 2002).

A aplicação da análise SWOT no ACT teve como finalidade o diagnóstico à comunicação que é praticada e a identificação do posicionamento do serviço, onde se realçam as áreas fortes e as suas áreas frágeis.

Para contextualizar esta análise passamos a descrever os elementos que a compõe. Esta ferramenta subdivide-se em duas análises complementares entre si, a Análise Externa, que corresponde às principais perspetivas de evolução do mercado em que a empresa atua e a Análise Interna, que corresponde aos principais aspetos que diferenciam a organização dos seus concorrentes.

Os elementos externos são os fatores provenientes de fora, do meio envolvente – decisões e circunstâncias fora do controlo direto da organização, das quais se deve tirar partido ou então das quais se deve proteger. As oportunidades são os aspetos positivos da envolvente, com impacto significativo no negócio da organização. As ameaças, os aspetos negativos da envolvente, com impacto significativo na organização. As Forças são as vantagens internas da organização em relação aos seus principais concorrentes. As Fraquezas são as desvantagens internas da organização em relação aos seus principais concorrentes.

A análise Swot pretende definir as relações existentes entre os pontos fortes e fracos com as tendências mais importantes que se verificam na envolvente da organização, seja ao nível do mercado global, do mercado específico, da conjuntura tecnológica, social e demográfica, da conjuntura económica e das imposições legais.

No caso específico do ACT considerámos o seguinte:

Forças

- Equipa com formação na área e motivada;
- Instalações físicas adequadas com sala de leitura;
- Bom serviço de referência com apoio individual e especializado;
- Modelo funcional em equipas flexíveis o que possibilita a fácil adaptação à tarefa que pode ser mais premente;
- Inventário disponibilizado *online* num *website* do arquivo;
- Produção de material de divulgação em vários suportes e meios

Fraquezas

- Ausência de imagens digitais da documentação on-line;
- Ausência de equipamentos para digitalizar documentação;
- Equipa sem vínculo à instituição, que coloca em risco o *know how* apreendido ao longo do tempo e a continuidade do projeto;

Oportunidades

- Conteúdos únicos;
- Parecerias com universidades na realização de iniciativas que promovem a divulgação do Arquivo;
- Iniciativas de portas abertas em datas comemorativas como o Dia Internacional dos Arquivos;
- Crescente interesse do público em domínios na área da Ciência;

Ameaças

- Outras instituições com património arquivístico suportado em imagens e mais atrativo;
- Outras fontes de conhecimento disponíveis *online*, a facilidade de aceder a *websites* com informação mais detalhada;
- Constrangimentos orçamentais, jurídico-legais e financeiros.

Capítulo IV. Estudos de utilizador aplicado no Arquivo de Ciência e Tecnologia ACT

O estudo de utilizador aplicado no ACT teve como finalidade dar resposta à questão que foi colocada no início deste trabalho: Quem são os utilizadores do Arquivo de Ciência e Tecnologia e qual o meio mais eficaz para comunicar com eles? Para a resposta a esta questão foram definidos os objetivos gerais e específicos, que pretendemos concretizar com os resultados do estudo de utilizador.

Pretendeu-se identificar e caracterizar o público interno e externo; analisar as necessidades e as solicitações de informação dos utilizadores; perceber como o utilizador se relaciona com o serviço, o que retira dele e obter uma avaliação dos serviços prestados. Objetivos gerais: considerar a aplicação dos conceitos de comunicação de marketing na definição de estratégias de comunicação e divulgação adequadas ao público-alvo. Para o cumprimento do objetivo geral foi necessário estabelecer objetivos específicos. Segmentação dos utilizadores do arquivo, em função das suas necessidades informacionais; Qual a finalidade da informação recolhida no arquivo; Qual o grau de satisfação com os serviços; Avaliação da comunicação praticada.

Para contextualizar este estudo importa clarificar que, o Arquivo de Ciência e Tecnologia é uma estrutura muito recente que apenas está aberto ao público desde dezembro de 2011. Apesar do projeto de tratamento da documentação ter sido iniciado em 2008, com a avaliação de massas acumuladas e a elaboração da Portaria de Gestão de Documentos, tem vindo a crescer o número de documentação tratada e descrita até 2014 na base de dados *Digitarq* e partir de setembro de 2014 no *Archeevo*. A documentação em arquivo ocupa cerca de 7 km lineares de estantes, tendo sido tratada e disponibilizada na internet cerca de 20% equivalendo a mais ou menos 3 km lineares de documentação tratada.

Em paralelo a este trabalho técnico tem sido feito um trabalho de divulgação do ACT, com várias iniciativas dirigidas ao público, participação em Congressos e Seminários com comunicações referentes aos fundos documentais e ao tratamento

arquivístico; iniciativas de portas abertas em datas comemorativas como o Dia Internacional dos Arquivos; visitas e exposições temporárias.

Mais recentemente, em outubro de 2014 foi lançado um *website* próprio do ACT onde o inventário está alojado. A conceção de uma página de internet própria proporcionou também a criação de um logotipo e a respetiva imagem gráfica associada ao arquivo. No seguimento da criação do grafismo foram produzidos folhetos com informações genéricas sobre os fundos, biblioteca, serviços prestados pelo ACT, horário e contatos. Estes folhetos estão expostos na entrada da instituição e nos serviços da FCT abertos ao público. Como estratégia de divulgação foram também produzidos marcadores de livros com a imagem gráfica do ACT.

IV.1 Metodologia

A metodologia utilizada para o estudo de utilizador é baseada na definição de Sanz Casado (1994, p. 31) que define os estudos de utilizador como: “O conjunto de estudos que trata, de analisar qualitativa e quantitativamente os hábitos de informação dos utilizadores, mediante a aplicação de diferentes métodos”. Esta definição assinala a importância de realizar estudos de utilizador que permitam antecipar as necessidades dos utilizadores.

Os métodos utilizados podem ser diretos e indiretos. Por métodos diretos, entendem-se aqueles que permitem analisar as características dos utilizadores que são o objeto de estudo, através da informação que eles concedem ao responderem às questões colocadas. Este método é utilizado quando se pretende obter uma informação diretamente do sujeito analisado. Significa que o utilizador participa de forma ativa no estudo. Neste caso foi aplicado um inquérito por questionário que foi preenchido pelo próprio inquirido, o que garante a confidencialidade.

Por método indireto, entendem-se os métodos que permitem inferir as características dos utilizadores e obter informação sobre os seus hábitos, necessidades ou o uso da informação, e que são recolhidos através da análise dos seus trabalhos ou da informação que solicitam a um centro de informação. Este método de recolha de dados permite obter a informação sem a participação dos utilizadores extraíndo-a de

documentos produzidos com outro propósito, que não o de elaborar um estudo de utilizador, mas sim para registo dos pedidos feitos ao centro de informação ou a documentos que o utilizador emprega na sua investigação Martín Moreno, (1999, p. 41).

No caso do ACT, a metodologia aplicada neste estudo consistiu na análise dos registos de consulta ao arquivo no período temporal de 2012 a outubro de 2015, na aplicação de um inquérito por questionário a utilizadores e na análise dos dados fornecidos pelo *Google Analytics*¹⁴ relativos à utilização do *website* e das pesquisas feitas no inventário do *Archeevo*. O período temporal de levantamento dos dados foi alargado até outubro de 2015, por uma questão de coerência com os dados recolhidos sobre o *website*. Este foi colocado em linha em outubro de 2014, no entanto estes dados eram importantes para a avaliação da eficácia e usabilidade do *website*, assim como para identificar e caracterizar os utilizadores remotos.

Os dados utilizados neste estudo, por método indireto, foram recolhidos nos formulários utilizados pelo serviço, para a requisição da documentação e nos dados recolhidos no *Google Analytics*.

As requisições internas são numeradas por ordem sequencial de pedido e são preenchidas pelo serviço de arquivo. Contém os seguintes campos de registo: Dados do requerente – departamento/Grupo, nome do colaborador, contato, data e assinatura. Documentação requisitada – descrição do pedido, título das pastas, referências, cota, nº de pastas e localização no depósito. Assinatura do colaborador do ACT que recebeu o pedido e um último campo a preencher na altura da devolução com o nome de quem recebeu e a data. O procedimento para as requisições externas é o mesmo, no entanto os campos de preenchimento são diferentes. A requisição interna contém num primeiro campo, o registo dos dados do requerente: nome, morada, e contatos. Campo relativo à documentação a consultar – fundo documental, título, código de referência, cota original e observações. Motivo da consulta – tipo de pesquisa, se para investigação ou outra, título do trabalho, instituição de acolhimento

¹⁴ Google Analytics é um serviço gratuito oferecido pela Google, que após registo no site, através de uma conta da Google, permite obter estatísticas de visitas ao website. Foi criado principalmente como um auxílio aos *webmasters* para otimizarem os seus sites para campanhas de marketing e para o Google AdSense, este último é um serviço de publicidade também da Google.

e motivo do pedido. Por fim a assinatura de uma declaração de compromisso na reutilização da informação nos termos da Lei nº 46/2007, de 24 de agosto.

O inquérito por questionário foi o método escolhido porque permite quantificar uma multiplicidade de dados e fazer diversas análises Quivy e Campenhoudt (1998).

Os questionários foram enviados a utilizadores internos e externos que tivessem consultado o arquivo após a sua inauguração formal em 2012, no total foram enviados 35 questionários e obtivemos resposta a 26. O número de questionários distribuídos baseou-se nos registos que o serviço dispõe de pedidos de consulta de documentação, entre 2012 e outubro de 2015.

A amostra foi escolhida segundo os seguintes parâmetros: colaboradores dos diversos departamentos da FCT e utilizadores externos, que desde 2012 tenham utilizado e consultado os serviços. Os contatos foram feitos pessoalmente e foi explicado o objetivo do estudo, que apesar de estar a ser trabalhado no âmbito de um estudo académico pretendia refletir situações reais, cuja sua identificação poderia ser útil para a melhoria do serviço. Os questionários foram enviados por correio eletrónico, para que pudessem ser respondidos anonimamente e no tempo considerado mais adequado. O *software* utilizado para a criação e distribuição do questionário foi o *Qualtrics*. Este software está disponível em acesso aberto na internet e possibilita a distribuição dos questionários por correio eletrónico, através de um *link* que apenas permite uma submissão por participante. Esta forma de responder ao questionário garante também o anonimato de quem responde.

Estamos cientes de que os números são limitados, no entanto a justificação prende-se com fatores que foram previamente identificados. O efetivo número reduzido de utilizadores externos que tem consultado os serviços, consequência da recente existência do ACT e pela própria natureza do Arquivo e dos seus fundos não terem um público muito alargado.

O questionário enviado aos inquiridos era composto por 24 questões, as primeiras relativas ao género, idade e escolaridade, as seguintes relativas à relação que o inquirido tem com o ACT, se era colaborador da instituição (FCT) (público interno) ou se era um utilizador externo (público externo) e a frequência de utilização

dos serviços. As perguntas seguintes questionavam sobre o conhecimento ou não da documentação do Arquivo e da Biblioteca, sobre o seu interesse para o utilizador e sobre a qualidade percebida. Neste grupo de questões averiguou-se o conhecimento das bases de dados, tanto de Arquivo como de Biblioteca, assim como o conhecimento de ações de divulgação da documentação conduzidas pelo serviço. O grupo seguinte de questões avaliava o grau de satisfação com o atendimento a disponibilidade dos técnicos; eficácia e capacidade de resposta; rapidez na resposta; confiança nas respostas prestadas pelos técnicos e horário de atendimento. A pergunta seguinte questionava os inquiridos sobre o conhecimento do *website* do arquivo e sobre o acesso ou não a este meio. A escala utilizada foi uma escala gradativa com cinco níveis de igual amplitude. De muito pouco (1), pouco (2), médio (3), bastante (4) e muito (5). A última pergunta era uma questão aberta em que foi pedido aos inquiridos que fizessem comentários e sugestões ao serviço.

IV.2 Análise e interpretação dos resultados

IV.2.1 Resultados obtidos através do Questionário

Perfil do utilizador

Segundo os resultados dos questionários 62% dos utilizadores do Arquivo são colaboradores da FCT e 27% são utilizadores externos.

Em relação ao género 67% dos utilizadores são mulheres e 33% homens, na faixa etária entre os 30 e 40 anos e entre os 50 e 60 anos, com nível de escolaridade de licenciatura e de mestrado.

38% São investigadores e 63% não são. Dentro do grupo que se identificou como investigador alguns são também funcionários da FCT, em diferentes áreas de investigação, como a História da Ciência, Cultura, Artes e Património; Ciências Sociais; História nuclear, Ciências da informação, Física Nuclear, Economia, Inovação, História da Tecnologia e da Ciência e História Contemporânea.

Frequência de utilização

A consulta ao serviço faz-se na maioria dos casos pontualmente, estes números estão também relacionados com épocas de maior ou menor necessidade de resposta dos serviços a pedidos como sejam os concursos, auditorias e casos pontuais de pedidos externos. Anualmente, nos casos em que a visita ao arquivo está relacionada com a consulta de documentos para resposta a solicitações pontuais e diariamente pelos serviços de DGRH e DFRH que recorrem ao arquivo frequentemente e em alguns períodos diariamente para darem resposta a pedidos relacionados com as suas atribuições e competências.

Interesse da documentação de Arquivo e Biblioteca, respetivas bases de dados e interesse para os utilizadores

A avaliação que os utilizadores fizeram do interesse e qualidade da documentação de arquivo e da coleção de biblioteca foi positiva, no entanto 12% dos inquiridos considera que a documentação de biblioteca tem pouco interesse. Os valores encontram-se distribuídos do seguinte modo: 56% considera que a documentação de arquivo tem muito interesse, 20% considera que tem bastante, 20% que o interesse é mediano e 4% considera que tem pouco interesse. Em relação à biblioteca 44% considera-a bastante interessante, 32% classifica-a de muito interessante, 12% com um interesse médio e 12% considera-a com pouco interesse. Pelos resultados obtidos verifica-se que a documentação de arquivo tem sido mais reconhecida do que a de biblioteca. Os inquiridos consideram a de arquivo com maior interesse. Este facto pode estar relacionado com a necessidade do uso da informação de arquivo para dar resposta a questões práticas nas suas atividades diárias e pelo fato da coleção de biblioteca estar disponível ao público há menos tempo.

Em relação à avaliação das bases de dados utilizadas no ACT, para a disponibilização da informação na internet, o *Archeevo* para a documentação de arquivo e o *Koha* para a coleção bibliográfica, verifica-se que uma grande percentagem dos utilizadores, não as conhece. A base de dados *Archeevo* não é conhecida por 19% dos inquiridos e 32% não conhece a base de dados *Koha*. Pela observação destes valores percebemos que os utilizadores não estão familiarizados com estes instrumentos de disponibilização de informação.

Os inquiridos que as reconhecem, consideram que o *Archeevo* tem bastante qualidade, 31% avaliou-a como tendo muita qualidade e em relação à base de dados *Koha*, 24% consideram-na com bastante qualidade.

Os valores relativos à percepção que os utilizadores têm sobre a adequação da documentação às suas necessidades, 35% considera-a bastante adequada às suas necessidades informacionais, 38% muito adequada, 23% medianamente adequada e 4% consideram pouco adequada às suas necessidades. Comparando estes valores com os pedidos de consulta aos arquivos, podemos presumir que muitas vezes os utilizadores contactam diretamente os serviços para que estes os possam orientar nas pesquisas porque não conseguem resultados para o que pretendem

Avaliação da divulgação

Segundo os resultados obtidos 35% dos inquiridos avaliou a divulgação feita pelo ACT, em relação aos fundos de arquivo, como muito boa; 31% atribuiu-lhe uma avaliação média; 27% como bastante boa e 8% considerou-a pouco satisfatória. Em relação à biblioteca os inquiridos consideraram que a divulgação feita à coleção de biblioteca é de uma maneira geral boa, mas inferior à que é feita para o arquivo. 13% Dos inquiridos considera-a pouco satisfatória; 17% muito satisfatória; 33% média e 38% consideram bastante satisfatória.

Disponibilidade demonstrada pelos técnicos e confiança nas suas respostas

A quase totalidade dos inquiridos, 96% avaliou a disponibilidade demonstrada pelos técnicos, durante o atendimento, como muito boa e apenas 4% como bastante boa. Em relação à variável, confiança nas respostas dadas pelos técnicos, as respostas dos inquiridos foram as mesmas, 96% considerou-a como muito boa e apenas 4% consideraram bastante boa. O atendimento ao público foi avaliado pelos inquiridos como muito bom.

Atendimento presencial: Eficácia e capacidade de resposta a dúvidas

88% Dos inquiridos considera que a capacidade dos técnicos em responderem a dúvidas é muito boa e 12% considera-a bastante boa. Os valores relativos à avaliação do atendimento presencial são muito positivos.

Atendimento presencial: Rapidez de resposta

Em relação ao tempo que o serviço demora a responder, 85% considera-o muito rápido e 15% bastante rápido. Estes valores podem ser considerados bastante satisfatórios.

Horário de atendimento

A avaliação feita por 62% dos inquiridos é de que o horário é muito bom e 38% bastante bom. O horário de abertura ao público é condicionado pelo horário de funcionamento da instituição à qual o serviço pertence, ou seja funciona de 2ª a 6ª feira das 9h30 às 17h30 sem interrupção.

Sobre o conhecimento e utilização do *website* www.act.fct.pt e interesse dos conteúdos

Dos inquiridos 85% conhece e acede ao *website*; 12% não acede ao *website* e 4% não o conhece. Em relação ao interesse dos conteúdos; 42% considera-os muito interessantes; 31% com bastante interesse; 12% classifica-os de interesse médio; 12% considera-os com pouco interesse e 4% com muito pouco interesse. Através desta avaliação podemos concluir que este suporte terá de ser melhor explorado e que tem potencial para chegar a mais público, com conteúdos mais adequados aos interesses dos utilizadores.

Conhecimento de ações de divulgação da documentação promovidos pelo ACT e de eventos organizados pelo serviço

Dos inquiridos, 46% consideram ter muito conhecimento das ações de divulgação promovidas pelo ACT; 35% conhece bastante; 12% considera que o conhecimento que tem é médio e 8% considera ter pouco conhecimento da divulgação promovida pelo serviço. Quando se questionou sobre o conhecimento de eventos organizados pelo ACT, os inquiridos demonstrarem ter maior conhecimento destas iniciativas, apesar de 8% também não ter conhecimento delas. Assim, 42% tem muito conhecimento; 35% bastante e 15% considera ter um conhecimento médio dos eventos promovidos pelo ACT.

Como obteve conhecimento das ações de divulgação

Quando questionados sobre o meio pelo qual obtiveram conhecimento das diversas ações de divulgação, 46% dos inquiridos responderam “através de *e-mail*”; 31% responderam que tinha sido “através do site”; 15% por comunicação interpessoal e 8% através das redes sociais. Sobre este aspeto observámos que o meio de comunicação que tem sido mais reconhecido na comunicação com os inquiridos, tem sido o *e-mail* e o *website*. A pequena percentagem, que teve conhecimento através das redes sociais, pode ser explicada pelo fato do serviço não ter páginas próprias nas redes sociais sendo a divulgação, efetuada nestes suportes, apenas pelos técnicos através das suas páginas pessoais, ou em grupos nos quais participam enquanto profissionais de informação. A comunicação interpessoal obteve um valor significativo, provavelmente resultado do empenho pessoal na divulgação das atividades do ACT.

Sugestões dadas pelos inquiridos

No espaço destinado a sugestões para melhoria do serviço, 4 inquiridos reforçaram alguns aspetos, que podemos confirmar pelos valores das respostas anteriores. De salientar a necessidade de divulgar o serviço junto de instituições académicas, junto de professores e alunos, proporcionar um maior envolvimento com os investigadores, na preparação das diversas atividades do arquivo, dando como exemplos a “sugestão de eventos”, “sugestão de fundos de arquivo a tratar”; necessidade de existir um espaço de “sugestões no site” ou de outras necessidades que o cliente externo precise de deixar registadas. Outro aspeto que foi referido e que vai ao encontro dos valores apurados pelos questionários foi o reforço na divulgação da coleção de biblioteca, à semelhança do que é feito pelo arquivo, uma vez que ainda é desconhecida de muitos utilizadores que não sabiam da existência de uma base de dados da biblioteca. Foi também sugerido a disponibilização de material relacionado com a Administração Pública.

Na área de sugestões e comentários foram também deixadas palavras de apreço pelo trabalho realizado e pela dedicação e profissionalismo de todos os que trabalham no ACT.

IV. 2. 2 - Pedidos de consulta internos de 2012 a 2015 (até outubro)

Os resultados apresentados no gráfico abaixo correspondem aos pedidos internos feitos pelos departamentos da instituição FCT, considerados o público interno.

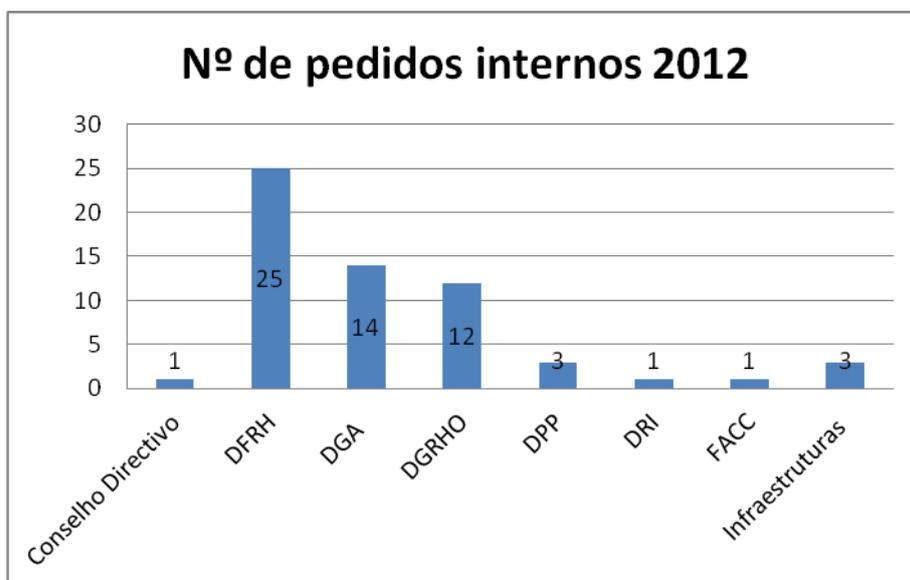


Fig. 1 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2012

Em 2012 destaca-se o Departamento de Formação e Recursos Humanos (DFRH) com o maior número de pedidos. A documentação consultada corresponde à Série Bolsas financiadas que é composta pelos processos dos bolseiros que tiveram financiamento da JNICT e da FCT para a sua formação académica superior ou pela participação em projetos financiados. A consulta aos processos é justificada por diversas razões, podem ser pedidos de declarações, pedidos de documentos que constam no processo, pedidos de teses, muitas vezes pelo próprio autor que por razões várias não têm nenhum exemplar. São também pedidos para dar resposta a processos jurídicos.

O Departamento de Gestão de Administração (DGA) teve também um número significativo de pedidos nomeadamente para resposta a auditorias.

O departamento cujo número de pedidos é também bastante significativo é o Departamento de Gestão de Recursos Humanos (DGRH) que necessita de dar resposta a pedidos de contagem de tempo de serviço e que frequentemente precisa de consultar a Série Processos individuais de funcionários.

Com um número de pedidos mais reduzidos estão os departamentos que necessitam ocasionalmente de consultar processos findos para resposta a pedidos vários relacionados com as suas atividades diárias.

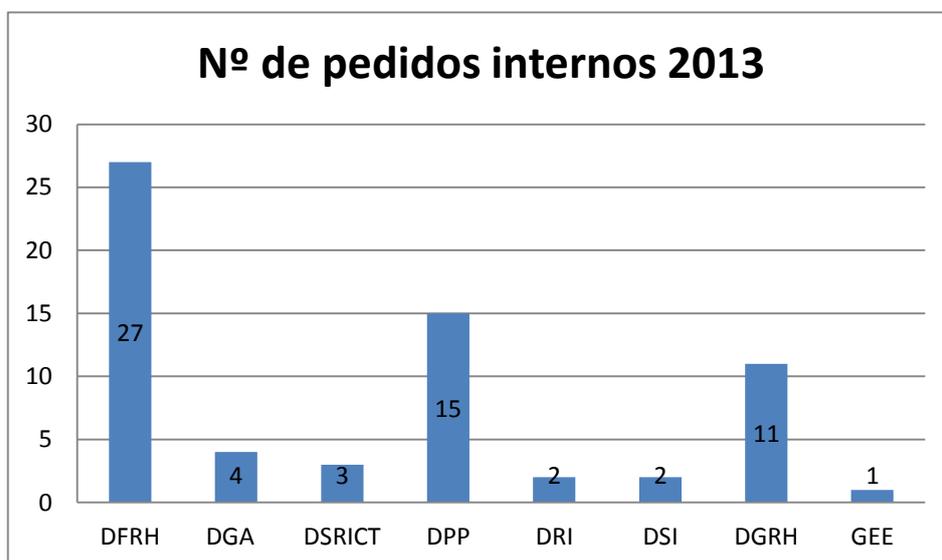


Fig. 2 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2013

Em 2013 o DFRH continua a ser o departamento com o maior número de pedidos de consulta à Série Bolsas financiadas.

O DPP em 2013 teve um aumento do número de pedidos de consulta de documentação para dar resposta a audiências prévias e prestação de contas.

O DGRH mantém praticamente o mesmo número de pedidos de consulta à Série Processos Individuais de Funcionários para dar resposta a pedidos de contagem de tempo de serviço. Durante o ano de 2013 o DGA reduziu o número de pedidos de consulta. Os restantes departamentos como o DSRICT, DRI e DSI e GEE, tiveram pedidos pontuais.

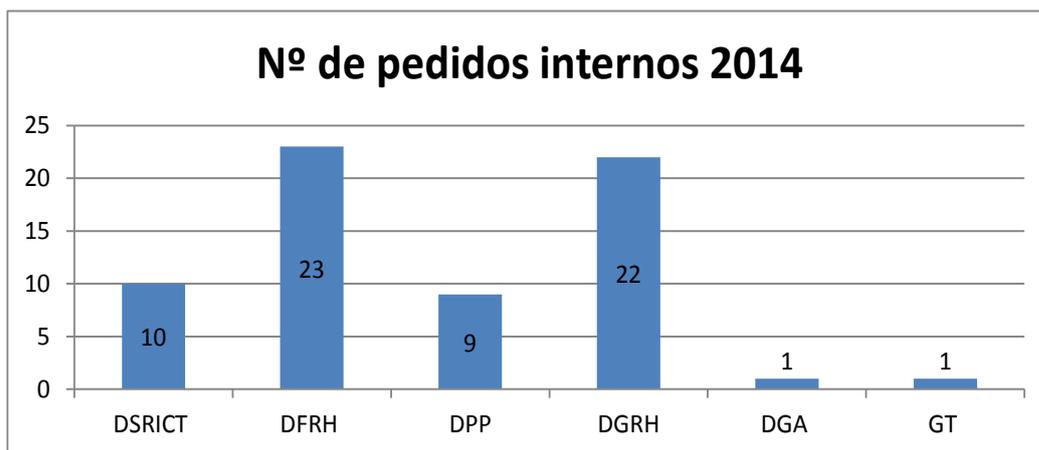


Fig. 3 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2014

Durante o ano de 2014 destaca-se novamente o Departamento de Formação e Recursos Humanos (DFRH) com o maior número de pedidos, continuando os pedidos a corresponder à Série Bolsas Financiadas, composta por processos de bolsheiros da JNICT e FCT.

O departamento cujo número de pedidos é também bastante significativo é o Departamento de Gestão de Recursos Humanos (DGRH) que necessita de dar resposta a pedidos de contagem de tempo de serviço e que frequentemente precisa de consultar a Série Processos individuais de funcionário e Contas de Gerência.

Segue-se em número de consultas o DSRICT que durante o ano de 2014 teve um aumento do nº de consultas de financiamento plurianual de unidades de I&D. Ordens de pagamento para auditorias. Propostas externas, O DPP consulta projetos, propostas internas. GT Gabinete de Tecnologia.

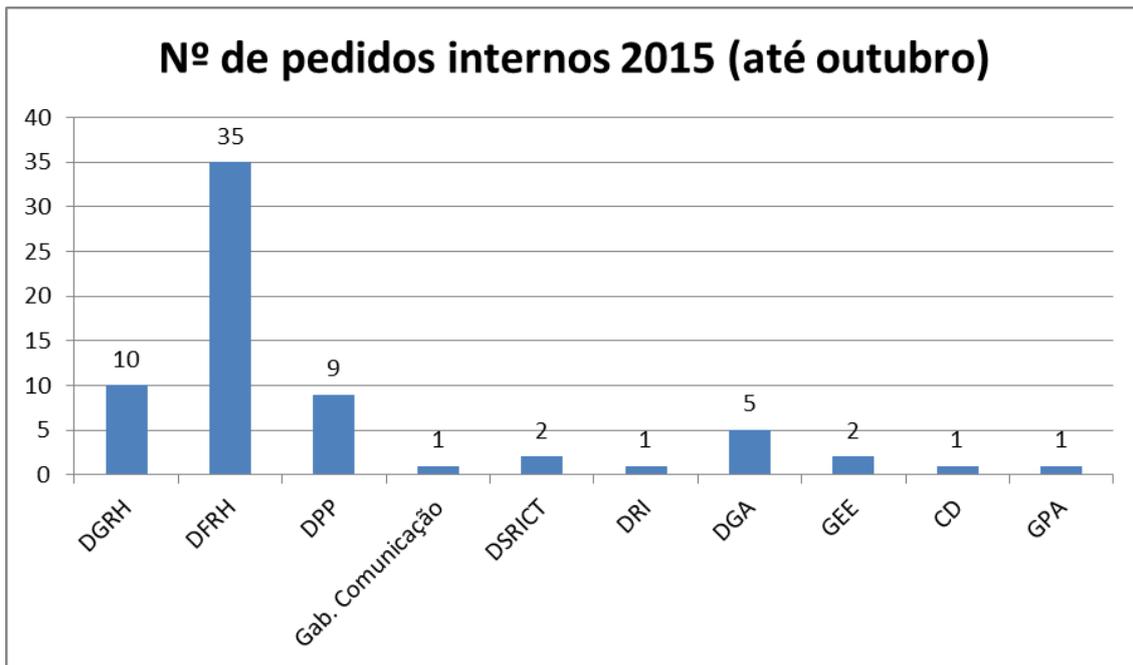


Fig. 4 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2015 (até outubro)

O departamento da FCT que durante o ano de 2015 continua a ter o maior número de pedidos é o DFRH, este departamento como responsável pela gestão dos processos de bolseiros recorre com bastante frequência ao arquivo para consultar processo encerrados de bolseiros que solicitam declarações

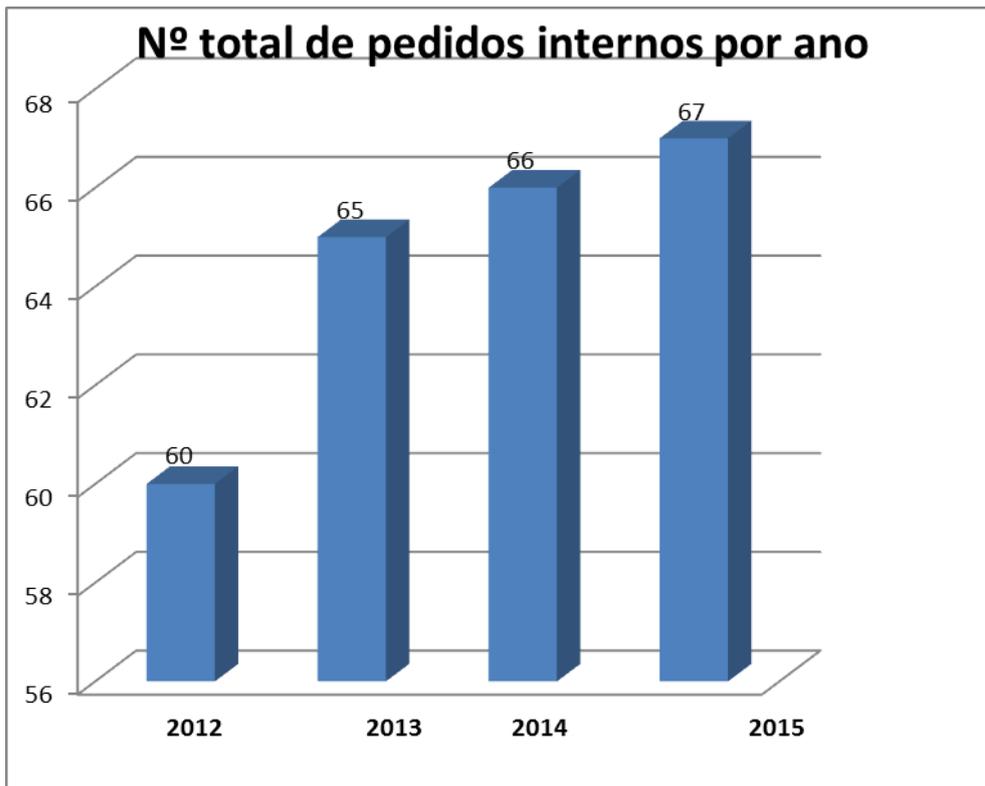


Fig. 5 - Quadro com o nº total de pedidos internos por ano

Numa análise global desde o ano de 2012 a outubro de 2015 nota-se uma tendência de crescimento relacionada com a afirmação e a estabilização do serviço com a centralização da documentação apenas num espaço, muito mais próximo dos serviços. Na confiança crescente demonstrada da eficácia do serviço.

Os dados dos pedidos internos assinala os departamentos que solicitam o pedido e a documentação consultada. Observou-se que os utilizadores internos consultam a documentação do fundo da instituição e das entidades antecessoras.

IV. 2. 3 - Pedidos de consulta externos: 2012 a 2015 (outubro)

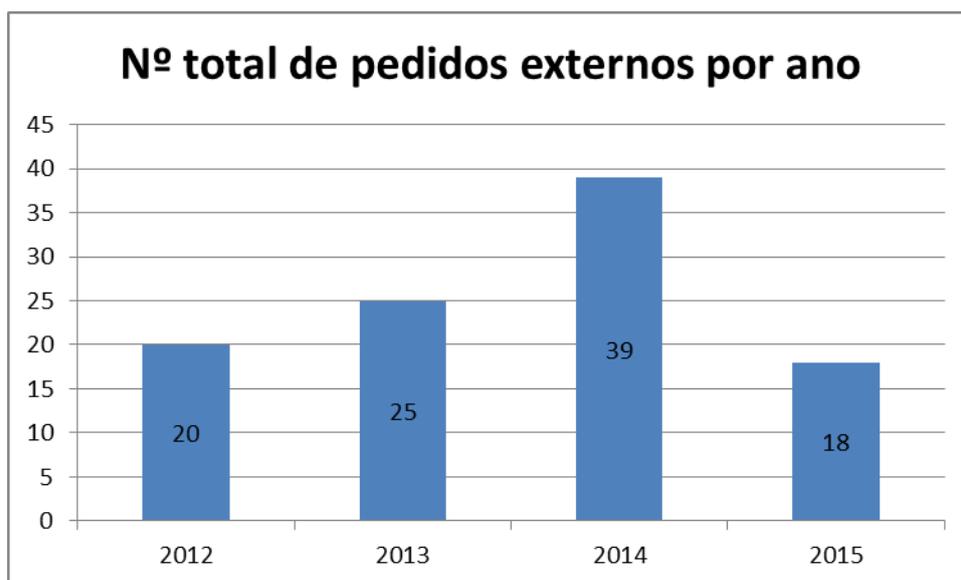


Fig.6 - Gráfico com o nº total de pedidos externos por ano

Em comparação, o número de pedidos internos é mais baixo, no entanto a tendência foi de crescimento do número de pedidos no ano de 2014 em relação ao ano de 2012. Os dados de 2015 correspondem a 10 meses de pedidos externos e estão abaixo dos valores registados em 2014. Na sua maioria são pedidos de investigadores individuais, que se dirigem ao serviço com pedidos específicos de documentação que sabem ter pertencido a entidades antecessoras da FCT e que agora integram os fundos do Arquivo de Ciência e Tecnologia. Em menor número temos outras instituições que recorreram ao serviço para utilizarem nas suas publicações e a cidadãos individuais que após uma breve pesquisa pelo seu nome num motor de busca na internet foram direcionados para o seu processo no arquivo ACT. Em alguns casos, os pedidos de reprodução dos seus próprios processos destina-se a manter na sua posse a cópia do processo como um objeto de memória pessoal.

IV. 2. 4 Fundos consultados pelos utilizadores externos

Os gráficos apresentados representam os pedidos de consulta externos no período entre 2012-2015 (outubro).

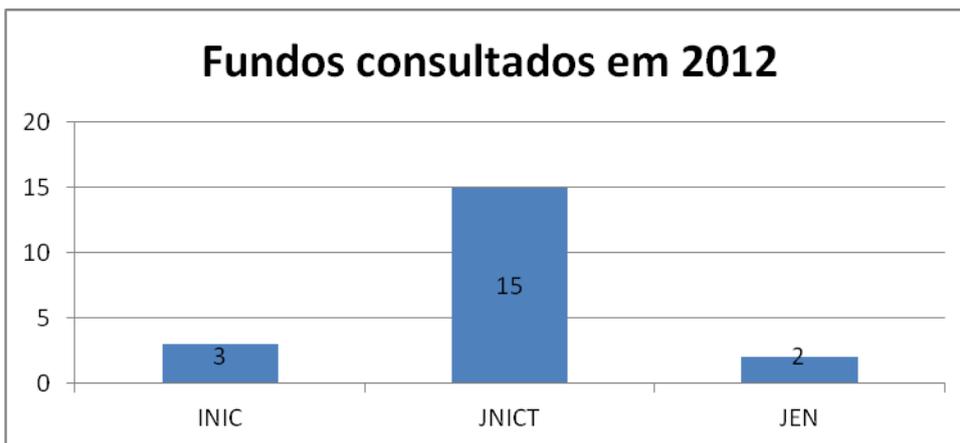


Fig.7 - Gráfico com os fundos consultados pelos utilizadores externos em 2012

Em 2012 o número total de pedidos de consulta externos recaiu apenas sobre os fundos JNICT, seguindo-se o fundo INIC e o fundo JEN.

Este ano foi o ano em que o serviço de arquivo iniciou a disponibilização na internet da documentação tratada e descrita do fundo JNICT, notou-se por isso um aumento dos pedidos de consulta desta documentação, nomeadamente para pedidos de reprodução de documentos e de algumas publicações.

A consulta ao fundo JEN durante este ano está relacionada com a divulgação do tratamento que estava a ser feito a este fundo, num encontro organizado pelo ACT e dirigido especificamente a um grupo de investigadores em História da Ciência. Neste mesmo ano iniciou-se a disponibilização *online* da descrição deste fundo numa fase já adiantada do trabalho de tratamento.

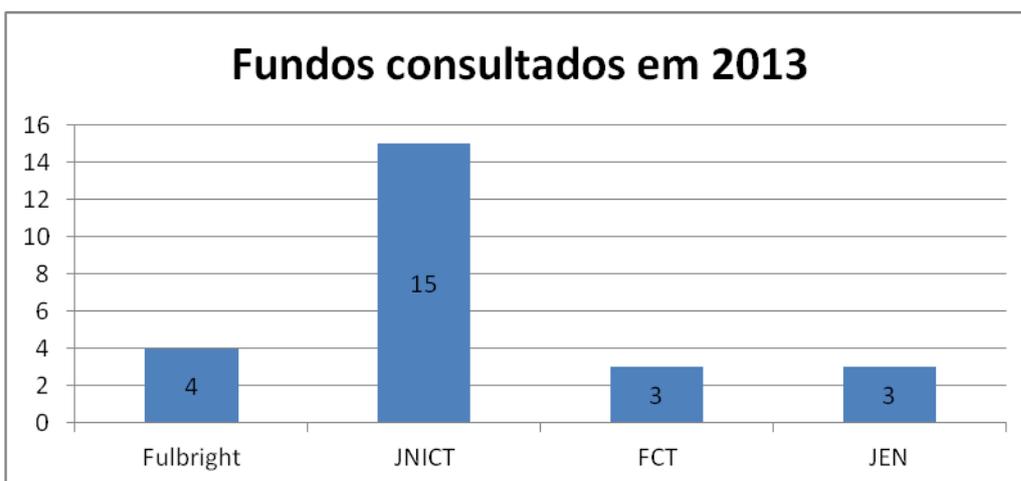


Fig. 8 - Gráfico com os fundos consultados em 2013

Em 2013 nota-se uma diversidade um pouco maior nos fundos consultados, nomeadamente na consulta ao fundo da Comissão Fulbright que está relacionado com a integração deste fundo no ACT durante o ano de 2013. Os pedidos de consulta ao fundo Fulbright são dirigidos aos processos de bolseiros da instituição.

O fundo da instituição FT com pedidos de consulta a processos de bolseiros que correspondem à série documental Bolsas financiadas.

Ligeiro aumento da consulta ao fundo JEN na fase final de tratamento e disponibilização definitiva do inventário na internet.

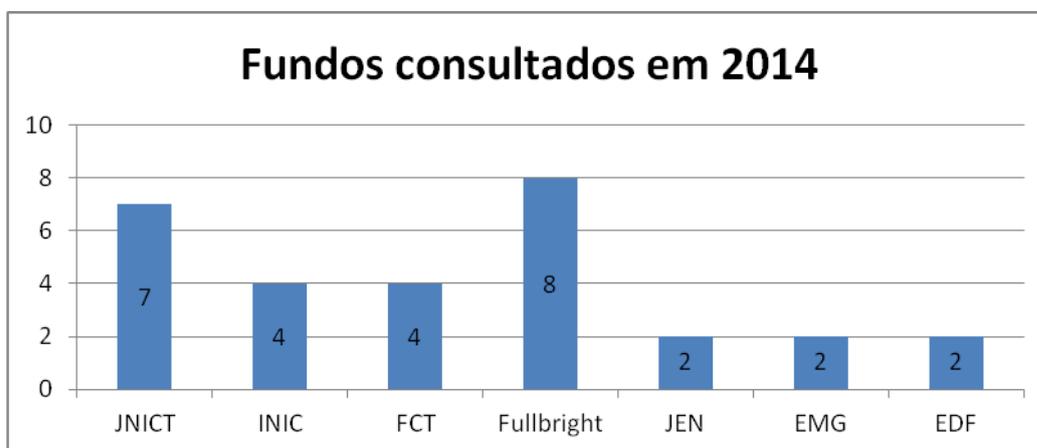


Fig. 9 - Gráfico com os fundos consultados em 2014

No ano de 2014 aumentaram o número de pedidos de consulta por parte de utilizadores externos e as consultas foram mais diversificadas.

Depois da análise dos registos de consulta constatamos que os pedidos de consulta se destinam a utilização das fontes primárias para a realização de trabalhos de investigação académicas. Em maior número para a realização de teses de doutoramento e em segundo lugar para a realização de teses de mestrado.

Concluimos também que com a disponibilização na internet, de mais séries descritas aumentaram o nº de pedidos externos, não só de investigadores individuais como também de outras instituições que precisaram de consultar os fundos do ACT para utilizarem nas suas publicações.

A disponibilização da Série Bolsas financiadas fez aumentar o nº de pedidos, nomeadamente de antigos bolseiros JNICT e INIC, que após uma breve pesquisa pelo seu nome num motor de busca na internet foram direcionados para o seu processo no

arquivo ACT. Em alguns casos, os pedidos de reprodução dos seus próprios processos destinava-se a manter na sua posse a cópia do processo como um objeto de memória pessoal.

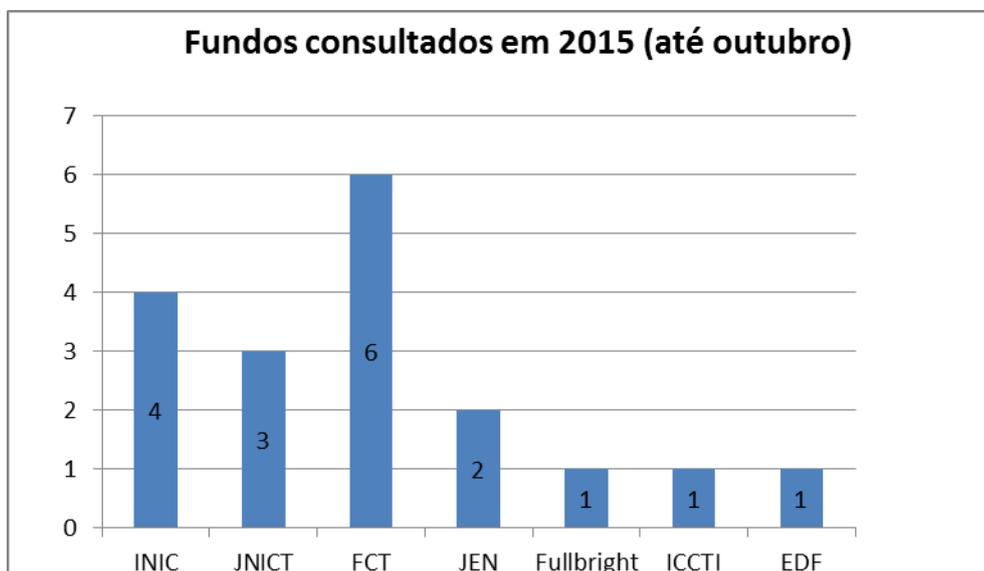


Fig. 10 - Gráfico com os fundos consultados em 2015 (até outubro)

Durante o ano de 2015, até outubro, os fundos FCT e INIC continuam a ser os fundos mais consultados, assim como o fundo JNICT. Apesar do fundo INIC não estar ainda disponibilizado no inventário, existe um pré-inventário que permite dar resposta aos pedidos dos utilizadores que pretendem consultar processos referentes a Centros INIC e Investigadores. Em relação a este fundo, os pedidos são feitos previamente ao serviço e consultados presencialmente no ACT, a documentação deste fundo mais consultada são os processos dos bolseiros e dos Centros INIC.

IV. 2.5 – Resultados do Google Analytics: *website act.fct.pt*

Através do Google Analytics foi possível obter resultados esclarecedores sobre o comportamento dos utilizadores que acedem ao *website act.fct.pt*. Os dados correspondem ao período compreendido entre 1 de outubro de 2014, data em que foi lançado, a 1 de outubro de 2015.

Determinações gerais:

O número total de sessões foi de 10632, incluído novos utilizadores e utilizadores que retornaram. Uma sessão é o período de tempo em que um utilizador está a interagir ativamente com o *Website*. O número de sessões em que os

utilizadores retornaram foram 2830, que correspondem a 26,6% do total e o número de sessões de novas visitas a 7802, que correspondem a 73,4% da totalidade.

Perfil

Em relação ao género dos utilizadores, 54,15% são do género masculino e 45,85% do género feminino. A idade predominante situa-se no intervalo etário entre os 25-34, com uma percentagem de 33,5%. Com 27,5% no intervalo etário entre os 18-24. Os interesses identificados deste perfil de utilizador são na área de Desporto/Desporto individual/Corrida e marcha.

De todos os dados que são possíveis de recolher, neste caso específico focámo-nos nos pontos que determinam a permanência ou não dos utilizadores na página e nos dados que nos permitem averiguar a usabilidade do *website*. Recolhemos também o meio pelo qual os utilizadores acedem e observámos que a maior percentagem acede através do Desktop (73,35%); Mobile (68,95%); Tablet (83,73%).

Em relação ao tempo médio de duração das sessões são de 1 minuto e 47 segundos.

Análise da página de entrada

A primeira página que os usuários da internet consultam no *website* é a página de entrada, e é também onde muitas vezes as visitas acabam. Analisar a taxa de rejeição nessas páginas permite detetar em páginas que são rejeitadas imediatamente. No caso do ACT temos uma taxa de rejeição de 66,24% na página de entrada. Podemos considerar que é um valor elevado uma vez que corresponde a mais de metade dos acessos.

Análise do percurso de navegação

Analisar os caminhos de navegação permite identificar o percurso seguido, incluindo ações como voltar para a mesma página, recarregar a mesma página, e sequências de página sendo repetidas em várias ocasiões são sinais de dificuldades. O percurso seguido pelos utilizadores tem sido, primeiro pela página de entrada, a página seguinte relativa ao separador “História da Ciência”; “Fundos e Coleções”; “Atividades”; “Sobre o ACT”; “Acervo documental”; Biblioteca”; “História”; “Mapa do site”; novamente “Biblioteca” repetidamente por duas vezes: “Ficha técnica”;

“Contactos” e “Informações úteis”. Podemos concluir que houve alguma dificuldade com o separador de “Biblioteca”.

IV.2.6 – Resultados do Google Analytics: arquivo.fct.pt (Inventário do Archeevo)

Os dados que a seguir se apresentam correspondem a uma recolha feita através do Google Analytics no período entre 1 de outubro de 2014, data em que foi lançado, a 1 de outubro de 2015. Os dados correspondem aos acessos feitos ao *website* do inventário.

Os números apresentados dizem respeito a utilizações efetivas, não estão incluídas sessões que foram rejeitadas. As sessões rejeitadas são as visitas de página única (ou seja, visitas em que a pessoa abandonou o site na página de entrada sem ter interagido com a página).

O número total de sessões no período atrás indicado foi de 8026, deste total, 6572 correspondem a sessões por novos utilizadores e 1454 por utilizadores que retornam. Em relação ao género 54,15% são do género masculino e 48,85% género feminino. A maior percentagem de utilizadores, 33,50% situa-se no intervalo etário 25-34 anos; 27,50% no intervalo etário entre 18-24; 15,50% entre os 35-44; 12,50% entre os 45-54 anos e uma percentagem mais pequena de 5,50% no intervalo etário maior de 55 anos. Estes dados demonstram que os utilizadores na faixa etária entre os 25 e os 34 anos acedem em maior número ao inventário *online*.

Portugal é sem dúvida o país de origem da maior parte das sessões, no total 5328, seguindo-se os Estados Unidos com 1293 e o Brasil com 580 sessões. Em relação aos dados referentes a acessos de outros de países, nem todos correspondem a visitas reais, é frequente existirem números elevados de visitas de países estrangeiros que são feitas por robôs e que aumentam o tráfego de maneira indevida, neste caso os dados correspondem a visitas efetivas com interação nas páginas do inventário.

Em relação aos Fundos mais consultados encontra-se em primeiro lugar o Fundo da JNICT, em seguida o Fundo da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Espólio Mariano Gago seguido do Fundo do Gabinete do PRAXIS XXI. As Séries mais

consultadas são: Série Bolsas financiadas do Fundo JNICT, de seguida a Série Processos individuais também do Fundo JNICT e os Processos financiados do Fundo FCT. Estes dados cruzados com os dados referidos no ponto IV.2.4 “Fundos consultados pelos utilizadores externos” permitem concluir que, apesar dos fundos mais consultados coincidirem com os consultados presencialmente, as pesquisas incidiram principalmente sobre nomes de pessoas e os resultados a estas pesquisas direcionaram os utilizadores para as Séries Bolsas financiadas do fundo JNICT, Processos individuais da FCT, Espólio Mariano Gago e Fundo do Gabinete de Gestão do PRAXIS XXI.

Conclusão

Este trabalho possibilitou-nos ter a convicção de que as tarefas do arquivista são muito mais amplas do que apenas o tratamento documental. O arquivista dedicado a conservar, organizar e a descrever documentação, continua a ser necessário e fundamental, no entanto, a missão de dar resposta às diferentes necessidades dos utilizadores/clientes, cujo universo se tem vindo a diversificar e a aumentar, ultrapassou esta realidade.

As tarefas de gestão, atendimento ao público, reconhecimento das necessidades particulares dos utilizadores, assim como conhecimentos mais avançados de gestão e de marketing são desafios que se impõem no futuro. A gestão, curadoria de exposições, serviços educativos e culturais são funções que colocam a profissão numa situação de maior flexibilidade e também de transformação.

A aplicação de estudos de utilizador, num serviço recente como o ACT, apesar de resultar numa amostra pequena e, por isso, a representatividade dos resultados ser ainda frágil, sustenta-se na necessidade de determinar objetivos de comunicação que terão de ser definidos em função do seu público-alvo. Numa fase inicial, em que o serviço se está a afirmar e a dar a conhecer, é importante que as suas estratégias de comunicação sejam direcionadas para uma audiência conhecida.

O estudo de utilizador realizado no ACT tinha como objetivo principal a definição do seu público-alvo e isso foi concretizado. Este estudo permitiu-nos 1) identificar um quadro indicativo dos utilizadores internos e externos; 2) que informação é procurada; 3) que meios de comunicação são privilegiados; e 4) avaliar o serviço prestado. Estes elementos poderão servir como ponto de partida para outros estudos que se pretendam realizar futuramente.

Neste contexto, importa sublinhar que o trabalho foi entendido e levado a cabo enquanto um exercício de diagnóstico, considerando-se o mesmo como essencial para o ACT – no caso em análise – ou para qualquer outro serviço ou instituição que se encontre em situação semelhante.

Tendo em conta os resultados obtidos, confirmámos que a maior parte das requisições ao serviço são internas, feitas por parte de colaboradores de outros departamentos da instituição (FCT). Estes utilizadores têm uma visão do arquivo muito ligada às atividades administrativas de resposta aos processos de negócio da FCT. Este aspeto é muito importante, no entanto, também é fundamental que seja reconhecido o valor histórico e cultural dos fundos do arquivo, assim como da coleção da biblioteca.

Os resultados mostram-nos que a coleção da biblioteca ainda não é tão reconhecida como a documentação de arquivo. A coleção remonta às entidades antecessoras da FCT e teve uma grande importância enquanto biblioteca da JNICT. À data de elaboração do presente trabalho, o ACT está a recuperar e a catalogar a biblioteca, sendo ainda muito recente a disponibilização no *website*.

Em relação aos utilizadores externos, concluímos que a maioria corresponde a investigadores académicos, que se dirigem ao serviço com pedidos específicos de documentação, a qual sabem ter pertencido a entidades antecessoras da FCT e que agora integram os fundos do Arquivo de Ciência e Tecnologia. Conclui-se ainda que também outras instituições públicas necessitam de consultar documentação para publicações e elaboração de biografias. São, igualmente, cidadãos com interesses em áreas científicas específicas, aqueles que encontraram no ACT um recurso para a concretização das suas próprias investigações. Neste grupo de cidadãos que utilizam os serviços oferecidos pelo ACT, nomeadamente através da internet, integram-se antigos bolsiros das instituições antecessoras da FCT que, após uma breve pesquisa pelo seu nome num motor de busca na *internet*, foram direcionados para o seu processo no arquivo ACT. Em alguns casos o pedido de reprodução do seu processo destina-se a manter na sua posse a cópia deste, enquanto objeto de memória pessoal.

O perfil identificado no estudo de utilizador é constituído por jovens com conhecimentos ativos na utilização da *internet* e que recebem informação por este meio. Este resultado permite-nos direcionar para este meio, as ações de comunicação.

Apesar do baixo número de utilizadores que têm recorrido ao serviço presencialmente, podemos observar que existe uma maior interação com o *website* para pesquisa no inventário. A maior parte das palavras pesquisadas são nomes de

peças e de instituições, o que nos indica que quem efetua as pesquisas tem conhecimento prévio do que procura.

Em relação à avaliação dos recursos, a disponibilidade demonstrada pelos técnicos, a confiança e eficácia na resposta a dúvidas colocadas, assim como a rapidez, foram dos valores mais altos na avaliação que o público fez do serviço. Este é um fator muito positivo e indicador da qualidade dos serviços.

Verifica-se de ano para ano um aumento do número de consultas, à medida que o serviço se vai afirmando e que vai dando provas de eficácia. Esta constatação reflete também o trabalho de divulgação que tem vindo a ser desenvolvido.

Podemos enumerar algumas sugestões, baseadas nos conceitos revistos e na análise dos resultados, tais como: reconhecer que existem utilizadores potenciais, que fazem parte do público externo à instituição e que deverão ser alvo das iniciativas de divulgação; reforçar a presença *online* não só através do *website* mas também com a criação de um *blog*, para permitir uma maior interatividade com os utilizadores e mais facilmente auscultar as suas opiniões e ideias; participação em redes sociais, com a criação de uma página própria pode também ser uma opção a ter conta – inserida numa estratégia de divulgação na internet; disponibilização de conteúdos áudio e vídeo no *website*; digitalização de documentação e associação desta aos registos descritos, os quais poderão também ser utilizados em produtos multimédia.

Em resultado do que foi recolhido e tendo agora um diagnóstico do serviço, o próximo passo poderá ser a elaboração de um Plano de Comunicação. Estando definido o perfil dos utilizadores, que serve de ponto de partida, seria pertinente passar-se à análise da *concorrência* (considerando-se no universo *concorrência* outros serviços detentores de documentação de arquivo, fornecedores de informação na área da Ciência em Portugal).

O Plano de Comunicação teria de incluir os objetivos a alcançar, com base no que foi previamente apurado, as estratégias e táticas, a definição do orçamento e os métodos para a avaliação, para serem traçadas as futuras orientações de comunicação.

Referências bibliográficas

Normas e instrumentos de trabalho

ALVES, Ivone [et al] (1993) – *Dicionário de terminologia arquivística*. Lisboa: Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro. ISBN 972-565-146-4.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS ISAD (G) (2002): *Norma Geral Internacional de Descrição Arquivística: adotada pelo Comité de Normas de Descrição*, Estocolmo: Suécia, 19-22 de setembro de 1999/ Conselho Internacional de Arquivos; tradução do Grupo de Trabalho para a Normalização da Descrição em Arquivo.- 2ª Edição Lisboa, 2002: Instituto dos Arquivos Nacionais/ Torre do Tombo.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS COMITE DE BOAS PRÁTICAS E NORMAS GRUPO DE TRABALHO SOBRE O ACESSO (2011) - *Princípios de Acesso aos Arquivos*. Versão preliminar. [Em linha]. 26 maio de 2011. [Consult. a 07-12-2014]. Disponível em
[file:///C:/Users/Catarina/Downloads/ICA%20Standards Access principles PO%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Catarina/Downloads/ICA%20Standards%20Access%20principles%20(3).pdf)

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS (1996) - *ICA Code of Ethics* (Portuguese). [Em linha]. Setembro de 1996. [Consult. a 07-12-2014]. Disponível em <http://www.ica.org/5555/reference-documents/ica-code-of-ethics.html>

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS (2010) – *Declaração Universal sobre os Arquivos*. [Em linha]. Setembro de 2010. [Consult. a 07-12-2014]. Disponível em <http://www.ica.org/?lid=13325&bid=1101>

DESPACHO Nº 9511/2012 de 13 de julho de 2012. Diário da República, 2ª série N.º 135 de 13 de julho de 2012. Diário da República, 2ª série N.º 135 de 13 de julho de 2012.

INSTITUTO PORTUGUÊS DA QUALIDADE – NP 4041:2005 (Informação e documentação. Terminologia arquivística. Conceitos básicos). (1987) (ISO 690). Lisboa: IPQ, 2005.

Bibliografia geral

ALBERCH i FUGUERAS, Ramon (2000) – *Ampliación del uso social de los archivos.*

Estrategias y perspectivas. In Seminario Internacional de Archivos de Tradición

Ibérica [em linha]. Rio de Janeiro, 2000. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em WWW:

<http://www.arquivonacional.gov.br/download/ramonfugueras.rtf>

ALBERCH i FUGUERAS, Ramon et al. (2001) - *Archivos y cultura: manual de dinamización.* 1.ª Ed. Gijón: Trea, S.L., 2001. ISBN 84-9704-015-5.

ALFIER, Alessandro; FELICIATI Pierluigi (2013) – Cambio de paradigma en el próximo decenio: el desafío de la Web para los instrumentos de descripción de los archivos. *Tábula*, nº 16, 2013, pp. 179-195.

ALFIER, Alessandro, KOLLETZEK Chiara (2013) - *Una nuova porta su Bologna. Il portale del progetto «Una città per gli archivi».* [Em linha]. TECA - Testimonianze Editoria Cultura Arte, nº 4, 2013. [Consult. a 14-11-14]. Disponível em <http://www.cittadegliarchivi.it/22-ottobre-2013-nuova-pubblicazione-dedicata-al-portale-archivi>

ALFIER, Alessandro; FELICIATI Pierluigi (2014) - *Archives online for users: towards a user-centered quality model including a comparative evaluation framework for user studies.* [Em linha]. 2ª Conferencia Anual de Aquivos, Girona, 2014 - Archivos e Industrias Culturales. [Consult. a 14-11-14]. Disponível em <http://www.girona.cat/web/ica2014/ponents/textos/id110.pdf>

AMARAL, Sueli Angelica (2008) - Marketing da Informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. *Inf. & Soc. Est.*, João Pessoa. [Em linha]. V.18, n.1, p.31-44, jan./abr. 2008. [Consult. a 07-10-2015]. Disponível em http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13455/1/ARTIGO_MarketingInformacaoPr omocao.pdf

AROVILIUS, Renata (2005) – Archives of science: an international perspective and comparison on best practices for handling of scientific records. *Comma*. [Em linha]. Vol. 2005, nº 2, 2005, p. 1-9. [Consultado a 09-11-14]. Disponível em <http://liverpool.metapress.com/content/e846272667146436/?genre=article&id=doi% 3a10.3828%2fcoma.2005.2.16>

BAPTISTA, Sofia Galvão, CUNHA, Murilo Bastos da (2007) – Estudo de usuário: visão global dos métodos de coleta de dados. Maio/Agosto 2007. *Perspetivas em Ciência da Informação*. [Em linha]. Vol. 12, n.º 2, pp. 168-184. On-line version ISSN 1981-5344. [Consult. a 09-11-14]. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-99362007000200011&script=sci_arttext

BARATA, Paulo J. S. (1997) - Investigação em arquivo: tendências dos anos 90. *Páginas A&B* N.º 1. [Em linha] 1997. [Consult. a 14-11-14]. Disponível em <http://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasaeab/article/view/57/61>

CASTRO, João Pinto (2013) - *Comunicação de marketing*. 2ª Edição revista e aumentada. Lisboa, Edições Sílabo. ISBN: 9789726184638.

COOK, Terry (2013) - Evidence, memory, identity, and community: four shifting archival paradigms. *Archival Science*. [Em linha]. Vol. 13 (2-3), 2013, pp. 95-120. [Consult. a 09-11-2014] Disponível em [http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10502-012-9180-](http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10502-012-9180-7)

7

CARVER, Julian (2008) – *Archives 2.0 - a summary of the way Archives NZ could use Web 2.0 technologies and approach*. [Em linha]. 23 maio de 2008. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em http://seradigm.co.nz/wpcontent/uploads/archives_web20.pdf

CHAPMAN, Joyce C. (2009) - *What would users do? an empirical analysis of user interaction with online finding aids*. [Em linha]. Faculty of the School of Information and Library Science of the University of North Carolina, Chapel Hill, julho de 2009. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em <http://ils.unc.edu/MSpapers/3544.pdf>

CONWAY, Paul (1986) - Research in Presidential Libraries: A User Survey. *The Midwestern Archivist*, [Em linha]. Vol. 11, N.º 1., pp. 35-56. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/41057921>

COSTA, Luciana Ferreira da [et al] (2010) Para além dos estudos de uso da informação arquivística: a questão da acessibilidade. *Ciência da Informação*, Brasília, DF. [Em linha]. V. 39 n.º 2, pp.129-143, maio/ago. 2010. [Consultado a 09-11-2014]. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n2/11.pdf>

CRUZ MUNDET, José, Ramón (2001)- *Manual de Archivística*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Rupiérrez.

DANIELS, Morgan, YAKEL, Elizabeth (2013) - Uncovering Impact: The Influence of Archives on Student Learning. *The Journal of Academic Librarianship*, 39. 2013. pp. 414–422.

DURANTI, Luciana (1993) – Origins and development of the concept of archival description. *Archivaria*. N.º 35 [Em linha]. (1993) págs. 47-54. [Consult. a 14-11-2014].

Disponível em

<http://journals.sfu.ca/archivar/index.php/archivaria/article/view/11884/12837>

Euro-referencial I-D / European Council of Information Associations; rev. trad. Leonor Gaspar Pinto para a INCITE. – Lisboa : INCITE, 2005, p. 141. ISBN 972-98747-4-3.

EVANS, Max J.(2007) – Archives of the People, by the People, for the People. *The American Archivist*. [Em linha], vol. 70 (Fall/Winter 2007), p.387-400 [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em

<http://archivists.metapress.com/content/d157t6667g54536g/fulltext.pdf>

FELICIATI, Pierluigi, ALFIER, Alessandro (2014) – *Archives online for users: towards a user-centered quality model including a comparative evaluation framework for user studies*. [Em linha]. Conferencia anual del consejo internacional de archivos, 2ª, Girona, 2014. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em

<http://www.girona.cat/web/ica2014/ponents/textos/id110.pdf>

FONSECA, Jaime Raúl Seixas (2008) - *Os métodos quantitativos na sociologia: dificuldades de uma metodologia de investigação*. in VI Congresso Português de Sociologia: mundos sociais: saberes e práticas, in Lisboa. 2008. [Em linha]. [Consultado a 7-10-2015]. Disponível em <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/346.pdf>

GARCIA, Luis Fernando Jaén (2010) – Metodología para la realización de estudios de usuarios en archivos. [Em linha]. *Revista Códice* vol. 6 nº 1, enero-junio 2010. [Consult. a 09-11-2014]. pp. 89-99. Disponível em

<http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/co/article/viewFile/685/603>

GOGGIN, Jacqueline (1986) - The Indirect Approach: A Study of Scholarly Users of Black and Women's Organizational Records in the Library of Congress Manuscript Division. *The Midwestern Archivist*. Vol 11, N.º 11. [Em linha] (1986), pp. 57-67. [Consult. a 26-10-2015]. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/41057922>

GUILLAUME, Delaunay (2012) - *Les archives scientifiques en sciences humaines et sociales: état de l'art*. [Em linha] Mémoire d'études. Janeiro 2012. [Consult. a 26-10-2015]. Disponível em http://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00686499/fr/

JARDIM, José Maria; FONSECA, Maria Odila (2004) - Estudos de usuários em arquivos: em busca de um estado da arte. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação*. [Em linha]. V.5 nº.5 outubro 2004. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em http://www.dgz.org.br/out04/Art_04.htm

JARDIM, José Maria (1999) - O acesso à informação arquivística no Brasil: problemas de acessibilidade e disseminação. *Caderno de Textos*. [Em linha]. Mesa Redonda Nacional de Arquivos, 1999. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1999. [Consult. a 21-12-2014]. Disponível em http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/Media/publicacoes/mesa/o_acesso_informacao_arquivistica_no_brasil.pdf

KOTLER, Philip (2001) – *Marketing para o século XXI*. 2001. 2ª edição Lisboa: Editorial Presença, 2001. ISBN 972-23-2585-X.

KOTLER, Philip (1994) – *Marketing para organizações que não visam o lucro*. São Paulo. Editora Atlas, S. A. 1994. ISBN: 85-224-0397-X.

LE COADIC, Yves-François (1996) - *A ciência da informação*. Tradução de Maria Yêda F. S. Filgueiras Gomes. Brasília. Briquet de lemos Livros. [Em linha]. 1996. [Consult. a 21-12-2014]. Disponível em <http://www.restaurabr.org/siterestaurabr/CICRAD2011/M1%20Aulas/M1A3%20Aula/20619171-le-coadic-francois-a-ciencia-da-informacao.pdf>

LENDREVIE Jacques, LINDON Denis, DIONÍSIO Pedro e RODRIGUES Joaquim Vicente (1996) – *Mercator: Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, Lda., 1996. ISBN: 972-20-1357-2.

LESSARD- HÉBERT, Michelle (2010) - *Investigação Qualitativa Fundamentos e práticas*. Instituto Piaget, 4ª edição. 2010. ISBN: 9789896590642.

MAHER, William J. (1986) – The use of user studies. *The Midwestern Archivist*, vol. 11, Nº. 1 [Em linha]. (1986) pp. 15-26. [Consult. a 26 de out. 2015]. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/41057919>

MAÑAS Moreno, José Eugenio (2003) - *Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milénio*. [Em linha]. (2003) [Consult. a 21-12-2014]. Disponível em <http://www.cobdc.org/jornades/7JCD/63.pdf>

MIRABET, Xavier Tarraubella (1997) - *Los archivos y sus usuarios*. Ponencia presentada en la V Conferencia Europea de Archivos. Barcelona. [Em linha] 27-30 de maio de 1997. [Consult. a 21-12-2014] Disponível em http://www.academia.edu/926661/Archivos_e_investigacon_la_importancia_de_la_investigaci%C3%B3n_en_los_archivos_y centros_de_informaci%C3%B3n

MORGAN, Elizabeth (2010) - *Delivering Value for Money: why and how institutional archives should market themselves to their internal publics*. [Em linha]. 2010. [Consult. a 30-09-2015]. Disponível em http://www.history.org.uk/resources/public_resource_4795_78.html

NOGUEIRA, Marta (2012) – *A difusão cultural no Arquivo Nacional e nos Arquivos Distritais portugueses: as exposições documentais (1990-2009)*. Dissertação de mestrado em Ciências da Informação e da Documentação, ramo Arquivos apresentada à Escola de Ciências Sociais da Universidade de Évora, janeiro 2012.

OCHÔA, Paula, PINTO, Leonor Gaspar (2004) – *Aprender a inovar: guia para o desenvolvimento de competências de gestão para os profissionais de informação e documentação*. Lisboa BAD, 2004 (Essencial BAD; 1). ISBN 972-9067-35-X.

PINTO, Maria Leonor Cardoso Sérgio (2007) - *O marketing nas bibliotecas públicas portuguesas*. Edições Colibri e CIDEHUS-EU. Lisboa. Abril de 2007. ISBN 972-772-698-1.

QUIVY, Raymond, and CAMPENHOUDT, Luc Van (2005) - *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva, 4ª edição Outubro de 2005. ISBN: 972-662-275-1.

RIBEIRO, Fernanda (2001) - *Os Arquivos na era pós-custodial: reflexões sobre a mudança que urge operar*. In IV Encontros do Outono – Memória, Arquivos e Museus. [Em linha]. Vila Nova de Famalicão, Casa das Artes, 26 e 27 de outubro, 2001. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo10091.pdf>

RIBEIRO, Fernanda (2004) - *Gestão da Informação/Preservação da Memória na era pós-custodial: um equilíbrio precário*. [Em linha]. Mesa-Redonda de Primavera, 2004, 8. [Consult. a 10-11-2014]. Disponível em

<http://repositorioaberto.up.pt/bitstream/10216/39365/2/fribeirogestao000112993.pdf>

f

ROLLO, Maria Fernanda; RIBEIRO, Madalena Bourbon; MEIRELES, Paula (2013) – O Arquivo Nacional de Ciência e Tecnologia Política e Organização da Ciência em Portugal. *Revista Acervo* [em linha]. V. 26, nº 2. jul./dez.2013, pp. 207-219. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em

<http://www.revistaacervo.an.gov.br/seer/index.php/info/article/view/626/509>

ROSSINI Corzo, Daniel (2001) - La aplicación del Marketing en la Archivística: por qué, cómo y para qué. *Biblios*, vol. 3, núm. 10, octubre-diciembre. [Em linha]. 2001. Julio Santillán Aldana, ed. Lima, Perú. [Consult. a 7-10-2015]. Disponível em <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16110306>. E-ISSN: 1562-4730

ROWLEY, Jennifer - Promotion and marketing communications in the information marketplace. *Library Review*, Vol. 47, pp. 383 – 387. 1998. [Em linha] pp. 383 – 387. [Consult. a 26-08-2015]. Disponível em

<http://dx.doi.org/10.1108/00242539810239543>

ROZADOS, Helen Frota, PIFFER, Bárbara Pilatti (2009) - *Pesquisa de Marketing e estudos de usuário: um paralelo entre os dois processos*. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 15, n. 2., jul./dez. 2009. [Em linha] p. 169-182. [Consult. a 07-09-2015]. Disponível em:

http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/pesquisa-marketing-estudos-usuario-um-paralelo-os-dois-processos/id/52522733.html

RUIZ CAGIGAL, Alfonso (2004) - Estudios de usuarios y archivística: una alianza lógica. *Forinf@*, vol 24, 2004.[Em linha]. 2004 [Consult. a 07-09-2015]. Disponível em <http://lemi.uc3m.es/est/forinf@/index.php/Forinfa/article/viewArticle/98>

SANTAELLA RUIZ, Rita Dolores (2001) - *Análisis de usuarios de archivos de la ciudad de Jaén*. [Em linha]. 2001. [Consult. a 26-10-2015]. Disponível em <http://hdl.handle.net/10481/23799>

SANTOS, António M. Sá (2007) – Como atingir os nossos utilizadores: o marketing direto nas bibliotecas e serviços de documentação. *Atas do 9º Congresso de Bibliotecários Arquivistas e Documentalistas Bibliotecas e Arquivos - informação para a cidadania, o desenvolvimento e a inovação*. Ponta Delgada. 2007.

SANZ CASADO, Elías (1994) - *Manual de estudios de usuarios*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruiperez. 1994. ISBN: 84-86168-93-7.

SCHAFFNER, Jennifer (2009) - The Metadata is the Interface: Better Description for Better Discovery of Archives and Special Collections, Synthesized from User Studies. [Em linha]. *OCLC Research*, 2009, P.11. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em <http://www.oclc.org/programs/publications/reports/2009-06.pdf>.

STEVENSON, Jane (2008) - *What Happens If I Click on This? Experiences of the Archives Hub*. [Em linha] outubro 2008, Ariadne Issue 57. [Consult. a 09-11-2014]. Disponível em <http://www.ariadne.ac.uk/issue57/stevenson/>

TURNBAUGH, Roy C. (1986) - Archival Mission and User Studies. *The Midwestern Archivist*. Vol 11, N.º 11. [Em linha] (1986) (pp. 27-33). [Consult. a 26-10-2015]. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/41057920>

VILAR, Polona, ŠAUPERL, Alenka (2015) - Archives, Quo Vadis et Cum Quibus?: Archivists' self-perceptions and perceptions of users of contemporary archives. *International Journal of Information Management*. Volume 35, Issue 5. [Em linha]

October 2015, pp. 551–560. [Consult. a 10-09-2015]. Disponível em <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401215000572>

YAKEL, Elizabeth (2002) – Listening to users. [Em linha]. 2002 [Consult. a 26-10- 2015] *Archival Issues*. Vol. 26, nº 2. (2002), pp. 111-127. Disponível em http://sitemaker.umich.edu/yakel/files/yakel_listening_to_users_archival_issues.pdf

Lista de gráficos

Fig. 1 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2012

Fig. 2 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2013

Fig. 3 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2014

Fig. 4 - Quadro com o nº total de pedidos internos em 2015 (até outubro)

Fig. 5 - Quadro com o nº total de pedidos internos por ano

Fig.6 - Gráfico com o nº total de pedidos externos por ano

Fig.7 - Gráfico com os fundos consultados pelos utilizadores externos em 2012

Fig. 8 - Gráfico com os fundos consultados em 2013

Fig. 9 - Gráfico com os fundos consultados em 2014

Fig. 10 - Gráfico com os fundos consultados em 2015 (até outubro)

Apêndice A: Questionário

Estudo sobre os utilizadores do ACT

Este questionário insere-se num estudo para uma dissertação de Mestrado em Ciências da Informação e Documentação, variante Arquivística e destina-se a conhecer os utilizadores do ACT e a aferir o grau de satisfação dos serviços prestados. O questionário é anónimo e confidencial sendo os resultados utilizados para fins académicos. Grata pela participação.

Q1 Género

- Feminino (1)
- Masculino (2)

Q2 Intervalo etário

- 18 a 30 (1)
- 30 a 40 (2)
- 40 a 50 (3)
- 50 a 65 (4)
- mais de 65 (5)

Q3 Escolaridade

- Ensino primário (1)
- Ensino Secundário (2)
- Licenciatura (3)
- Mestrado (4)
- Doutoramento (5)

Q4 Investigador

- Sim. Indique área científica (1) _____
- Não (2)

Q5 Colaborador da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

- Sim. Indique departamento (1)
- Conselho Diretivo (2)
- DGA (3)
- DFRH (4)
- DPP (5)
- DSRICT (6)
- DRI (7)
- DSI (8)
- IC (9)
- FCCN (10)
- Não (11)

Q6 Frequência de utilização do arquivo

- diariamente (1)
- 1 vez por semana (2)
- mais de 1 vez por semana (3)
- 1 vez por mês (4)
- mais de 1 vez por mês (5)
- anualmente (6)
- pontualmente (7)

Q7 Interesse/qualidade da documentação do Arquivo

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q8 Interesse/qualidade da coleção da Biblioteca

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q9 Qualidade da base de dados de Arquivo (Archeevo)

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)
- Não conheço (6)

Q10 Qualidade da base de dados de biblioteca (Koha)

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)

- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)
- Não conheço (6)

Q11 Adequação da documentação às suas necessidades

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q12 Divulgação da documentação de Arquivo

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q13 Divulgação da coleção bibliográfica

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q14 Atendimento presencial: Disponibilidade demonstrada pelos técnicos

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q15 Atendimento presencial: Eficácia e capacidade de resposta a dúvidas

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q16 Atendimento presencial: Rapidez de resposta

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)
- Muito (5)

Q17 Atendimento presencial: Confiança na informação prestada pelos técnicos

- Muito pouco (1)
- Pouco (2)
- Médio (3)
- Bastante (4)

Muito (5)

Q18 Atendimento presencial: Grau de satisfação com o horário de atendimento

Muito pouco (1)

Pouco (2)

Médio (3)

Bastante (4)

Muito (5)

Q19 Acesso ao site act.fct.pt

Sim (1)

Não (2)

Não conheço (3)

Q20 Interesse dos conteúdos do site:

Muito pouco (1)

Pouco (2)

Médio (3)

Bastante (4)

Muito (5)

Q21 Conhecimento de ações de divulgação da documentação promovidos pelo ACT

Muito pouco (1)

Pouco (2)

Médio (3)

Bastante (4)

Muito (5)

Q22 Conhecimento de eventos organizados pelo ACT

Muito pouco (1)

Pouco (2)

Médio (3)

Bastante (4)

Muito (5)

Q23 Como obteve conhecimento das ações de divulgação

Através do site do ACT (1)

Através de e-mail (2)

Cartazes e folhetos (3)

Comunicação interpessoal (4)

Redes sociais (5)

Q24 Comentários e sugestões de aspetos que na sua opinião devem ser melhorados:

Apêndice B: Respostas ao questionário

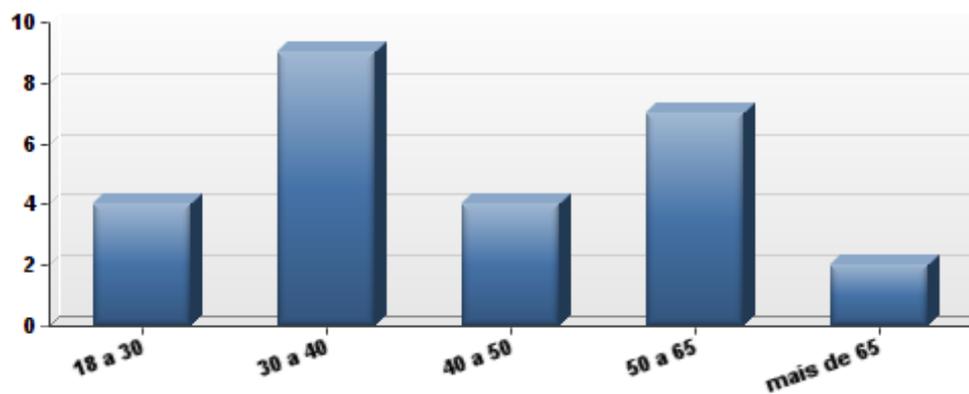
Relatório questionários

1. Género

#	Answer	Response	%
1	Feminino	18	67%
2	Masculino	9	33%
	Total	27	100%

2. Intervalo

etário



#	Answer	Response	%
1	18 a 30	4	15%
2	30 a 40	9	35%
3	40 a 50	4	15%

4	50 a 65		7	27%
5	mais de 65		2	8%
	Total		26	100%

3. Escolaridade

#	Answer		Response	%
1	Ensino primário		0	0%
2	Ensino Secundário		4	15%
3	Licenciatura		9	35%
4	Mestrado		10	38%
5	Doutoramento		3	12%

4. Investigador

#	Answer		Response	%
1	Sim. Indique área científica		9	38%
2	Não		15	63%
	Total		24	100%

Sim. Indique área científica

Cultura, artes e património; ciências sociais; humanidades;
Fragmentos de história nuclear
Ciências da informação - arquivística.
Física Nuclear
Arquivística Economia, Sociedade, Património e Inovação
História Contemporânea / Ciências da Informação e Documentação
História
História, História Económica, História da Tecnologia e da Ciência
História Contemporânea

5. Colaborador da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

#	Answer	Response	%
1	Sim. Indique departamento	16	62%
2	Conselho Diretivo	3	12%
3	DGA	6	23%
4	DFRH	2	8%
5	DPP	1	4%
6	DSRICT	6	23%
7	DRI	1	4%
8	DSI	0	0%

9	IC		0	0%
10	FCCN		0	0%
11	Não		7	27%

6. Frequência de utilização do arquivo

#	Answer		Response	%
1	diariamente		2	8%
2	1 vez por semana		0	0%
3	mais de 1 vez por semana		3	12%
4	1 vez por mês		1	4%
5	mais de 1 vez por mês		1	4%
6	anualmente		1	4%
7	pontualmente		18	69%
	Total		26	100%

7. Interesse/qualidade da documentação do Arquivo

#	Answer		Response	%
---	--------	--	----------	---

1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		1	4%
3	Médio		5	20%
4	Bastante		5	20%
5	Muito		14	56%
	Total		25	100%

8. Interesse/qualidade da coleção da Biblioteca

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		3	12%
3	Médio		3	12%
4	Bastante		11	44%
5	Muito		8	32%
	Total		25	100%

9. Qualidade da base de dados de Arquivo (Archeevo)

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		1	4%

2	Pouco		0	0%
3	Médio		4	15%
4	Bastante		8	31%
5	Muito		8	31%
6	Não conheço		5	19%
	Total		26	100%

10. Qualidade da base de dados de biblioteca (Koha)

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		1	4%
3	Médio		4	16%
4	Bastante		6	24%
5	Muito		6	24%
6	Não conheço		8	32%
	Total		25	100%

11. Adequação da documentação às suas necessidades

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%

2	Pouco		1	4%
3	Médio		6	23%
4	Bastante		9	35%
5	Muito		10	38%
	Total		26	100%

12. Divulgação da documentação de Arquivo

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		2	8%
3	Médio		8	31%
4	Bastante		7	27%
5	Muito		9	35%
	Total		26	100%

13. Divulgação da coleção bibliográfica

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		3	13%
3	Médio		8	33%

4	Bastante		9	38%
5	Muito		4	17%
	Total		24	100%

14. Atendimento presencial: Disponibilidade demonstrada pelos técnicos

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		0	0%
3	Médio		0	0%
4	Bastante		1	4%
5	Muito		25	96%
	Total		26	100%

15. Atendimento presencial: Eficácia e capacidade de resposta a dúvidas

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		0	0%
3	Médio		0	0%
4	Bastante		3	12%
5	Muito		23	88%

	Total		26	100%
--	-------	--	----	------

16. Atendimento presencial: Rapidez de resposta

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		0	0%
3	Médio		0	0%
4	Bastante		4	15%
5	Muito		22	85%

17. Atendimento presencial: Confiança na informação prestada pelos técnicos

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		0	0%
3	Médio		0	0%
4	Bastante		1	4%
5	Muito		25	96%
	Total		26	100%

18. Atendimento presencial: Grau de satisfação com o horário de atendimento

#	Answer	Response	%
1	Muito pouco	0	0%
2	Pouco	0	0%
3	Médio	0	0%
4	Bastante	10	38%
5	Muito	16	62%
	Total	26	100%

19. Acesso ao site act.fct.pt

#	Answer	Response	%
1	Sim	22	85%
2	Não	3	12%
3	Não conheço	1	4%
	Total	26	100%

20. Interesse dos conteúdos do site:

#	Answer	Response	%
1	Muito	1	4%

	pouco			
2	Pouco		3	12%
3	Médio		3	12%
4	Bastante		8	31%
5	Muito		11	42%
	Total		26	100%

21. Conhecimento de ações de divulgação da documentação promovidos pelo ACT

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		2	8%
3	Médio		3	12%
4	Bastante		12	46%
5	Muito		9	35%
	Total		26	100%

22. Conhecimento de eventos organizados pelo ACT

#	Answer		Response	%
1	Muito pouco		0	0%
2	Pouco		2	8%

3	Médio		4	15%
4	Bastante		9	35%
5	Muito		11	42%
	Total		26	100%

23. Como obteve conhecimento das ações de divulgação

#	Answer		Response	%
1	Através do site do ACT		8	31%
2	Através de e-mail		12	46%
3	Cartazes e folhetos		0	0%
4	Comunicação interpessoal		4	15%
5	Redes sociais		2	8%
	Total		26	100%

24. Comentários e sugestões de aspetos que na sua opinião devem ser melhorados:

Text Response

Dada a importância histórica e riqueza documental de que se reveste o Arquivo, parece-me deveria ser publicitado junto das Instituições Académicas, por forma a ser visível junto de Professores e Alunos das mesmas.

Um bom projeto e um excelente trabalho, que revela a entrega dedicação e profissionalismo de todos aqueles que sustentam com eficácia o ACT. Gostaria que houvesse mais material na área em que estou a fazer o Mestrado. Administração Pública

Maior interatividade com o investigador, ou seja, envolver mais o utilizador na preparação das diversas atividades do arquivo, por exemplo sugestão de eventos, de fundos de arquivo a tratar, de espaço de sugestões no site, ou de outras necessidades por parte do "cliente externo"...

Poderia reforçar-se a divulgação dos fundos da biblioteca, à semelhança do que é feito para o arquivo

Statistic	Value
Total Responses	4