



## **Serviço de Resposta Técnica e O Uso Efetivo da Informação ofertada ao usuário**

**Tema:** Gestión tecnológica en servicios.

**Categoria:** Póster

Nelma Camêlo De Araujo  
Fundação Centro Tecnológico De Minas  
Gerais

**E-mail:** nelma.camelo@cetec.br

Marilia Damiani Costa  
Universidade Federal de Santa Catarina

**E-mail:** marilia@cin.ufsc.br

### **Resumo:**

Acompanhando o desenvolvimento dos serviços oferecidos por diversas instituições no Brasil e no mundo, as Unidades de Informações tem procurado dinamizar seus serviços, melhorando seus processos para atingir a qualidade final do produto ofertado ao seu usuário. O presente artigo é parte da revisão de literatura da pesquisa desenvolvida no programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação na Universidade Federal de Santa Catarina (PGCIN/UFSC), retrata o desenvolvimento dos serviços de informação ofertados por instituições de pesquisa, mais especificamente o serviço de resposta técnica, e o uso efetivo da informação fornecida ao usuário. O método SENSE-MAKING e a análise do discurso foram utilizados para sugerir uma metodologia de análise para oferta de serviços de informação para empresários de microempresas alimentícias do Estado de Minas Gerais, já que hoje no Brasil várias Instituições de Pesquisa, assim como o setor produtivo, oferecem esses serviços, no entanto não há registros da eficácia da informação prestada ao usuário. Para análise do serviço de resposta técnica foi utilizado como referência o Serviço de Resposta Técnica, ofertado na Unidade de Atendimento em Informação e Tecnologia – UAITEC, da Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC, em Belo Horizonte/MG.

**Palavras-chave:** Informação Tecnológica; Serviços de Informação; Serviço de Resposta Técnica; Uso da Informação



## 1 Introdução

Acompanhando o desenvolvimento dos serviços oferecidos por diversas instituições no Brasil e no mundo, as Unidades de Informações tem procurado dinamizar seus serviços, melhorando seus processos para atingir a qualidade final do produto ofertado ao seu cliente.

O serviço de resposta técnica é um desses produtos ofertados por algumas Unidades de Informação, mais especificamente aquelas que desenvolvem serviços na área de informação tecnológica. Esse serviço tem como foco atender a demanda do segmento empresarial e tecnológico no Brasil.

Um serviço de resposta técnica caracteriza-se pelo atendimento rápido às solicitações do cliente. Porém a qualidade desse serviço não pode ser medida apenas pela rapidez no atendimento, mas, principalmente, pelo uso efetivo das informações repassadas ao cliente, ao longo do processo de prestação do serviço.

As iniciativas governamentais nacionais e internacionais dos serviços de informação tecnológica eclodiram na década de 1970, para atender clientes do setor industrial, priorizando a dinamização da inovação tecnológica, como forma de garantir a competitividade de mercado no cenário globalizado da economia.

O artigo pretende abordar a evolução do Serviço de Informação, mais especificamente o Serviço de Resposta Técnica e o Uso Efetivo da Informação voltado aos usuários do CETEC/UAItec, usando o referencial metodológico SENSE-MAKING de Brenda Derwin e a análise do discurso da população pesquisada.

## 2 A Informação Tecnológica e Os Serviços de Informação Tecnológica/ para Negócios: aspectos conceituais

Informação tecnológica para Fugino (1995) “é o conhecimento científico, técnico, administrativo, indispensável para a eficiente operação do sistema produtivo de uma empresa industrial(...)”

De acordo com a Federação Internacional de Documentação<sup>1</sup> (FID) informação tecnológica é “todo o conhecimento de natureza técnica, econômica, mercadológica, gerencial, social, etc. que, por sua aplicação, favoreça o progresso na forma de aperfeiçoamento e inovação”.

Aguiar (1992) enfatiza que tecnologia é o “conjunto ordenado de todos os conhecimento – científicos empíricos ou intuitivos – empregados na produção e comercialização de bens e serviços”.

Jannuzzi e Montalli (1999) esclarecem que, a melhor definição para informação tecnológica é aquela que procura fundir os conceitos apresentados pela FID e Aguiar (1992), especialista na área de informação para negócios no Brasil, como sendo:

Informação Tecnológica/Informação para negócio, aquela que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado. (MONTALLI; CAMPELLO apud JANNUZZI, 1997, p. 321).

<sup>1</sup> [http://www.sebrae-sc.com.br/sebraetib/Hp/conceitos/info\\_tec/conceito.html](http://www.sebrae-sc.com.br/sebraetib/Hp/conceitos/info_tec/conceito.html)



Januzzi e Montalli (1999) enfatizam que apesar da utilização freqüente de termos como informação em ciência e tecnologia, informação científica e tecnológica, informação industrial e tecnológica, informação industrial, informação para indústria, informação tecnológica e informação para negócios, e da similaridade entre alguns deles é possível observar a falta de harmonização conceitual.

Analisando os serviços de informação tecnológica ofertada no Brasil por diferentes instituições de pesquisa, percebe-se que, quando o foco é um segmento específico do setor produtivo, pode-se trabalhar diversos produtos de informação, desde a oferta de bibliografias sobre um determinado assunto, até a elaboração de diagnósticos setoriais, auxiliando o desenvolvimento das empresas em diversos setores, desde o chão de fábrica até a pesquisa aplicada.

## **2 Evolução dos Serviços de Informação Tecnológica no Brasil**

A implantação de serviços de informação para a indústria no Brasil, surgiu na década de 70, fazendo referência a iniciativa do governo Federal a partir do Ministério da Indústria e Comércio-MIDC, a partir da implantação do Centro de Informação Tecnológica (CIT) na Divisão de Documentação e Treinamento do Instituto Nacional de Tecnologia (INT) em outubro de 1973. Sendo que, somente a partir de 1978 o CIT/INT conseguiu alcançar pleno funcionamento (PINHEIRO, 1990).

Em 1984 o Governo Federal, cria o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico – PADCT, ressaltando que o subprograma que dinamizava a área de informação para a indústria foi coordenado pelo STI/MIC, tendo como um de seus objetivos, “aprimorar a infra-estrutura para as atividades de informação tecnológica” a partir do aprimoramento na oferta de serviços de informação para a indústria. Para atingir seus objetivos foram criados Núcleos de Informação no Brasil de acordo com sua área de atuação, especificada abaixo, formando uma rede Nacional de Núcleos de Informação (PINHEIRO, 1990):

- Núcleos Básicos de Informação Tecnológica;
- Núcleos Setoriais de Informação;
- Núcleos Regionais de Informação.

Várias instituições de pesquisa fizeram parte deste cenário nacional com o objetivo de ofertar serviços de informação para a indústria brasileira, sendo as mesmas: Rede DAMPI/CNI, Rede CEBRAE e em nível regional o INFORMATEC, sediado no Rio de Janeiro.

Outras redes de informação passaram a atuar com Serviços de Informação Tecnológica: a rede SENAI com seus CENATEC (Centro Nacional de Tecnologias); as RETEC – Rede de Tecnologia do IEL; O TECPAR - Paraná; O IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas/USP/SP; A EMBRAPA – Servindo a área de Agronegócios; CETEC – Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais e a rede SEBRAE.

Para questões relacionadas à gestão de negócios O SEBRAE também atua na área de Serviço de Resposta Técnica, abertura e financiamento de pequenos projetos para micro empresários. Quando o cliente do SEBRAE demanda informações específicas sobre melhoria



de processos ou produtos, o mesmo repassa o cliente para um de seus parceiros, disponíveis em território nacional.

Em 2002 o Governo Federal por intermédio do Ministério da Ciência e Tecnologia lançou um edital de convocação a instituições de pesquisa que já atuam na oferta desses serviços, criando assim a Rede Nacional de Serviço de Resposta Técnica – SBRT. A rede foi composta por 7 (sete) instituições sendo as mesmas: TECPAR/PR, CETEC/MG, REDETEC/RJ, RETEC/BA, UnB, CACEA/USP e, SENAI/DN, sendo o SEBRAE/DN interveniente, o IBICT coordenador técnico do projeto.

O SBRT visa facilitar o rápido acesso das empresas a soluções tecnológicas em áreas específicas, promover a difusão do conhecimento, bem como contribuir para o processo de transferência de tecnologia com foco, especialmente, nas micro e pequenas empresas<sup>2</sup>.

### 3 Serviço de Resposta Técnica

O serviço de resposta técnica é um dos produtos ofertados no âmbito dos serviços de informação tecnológica.

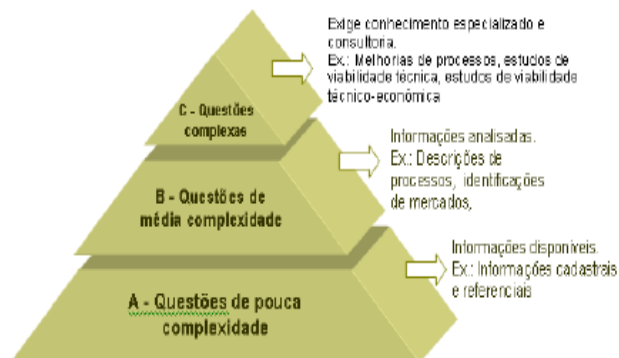
O Centro Integrado de Informação para Empresa e Tecnologia – CIET/SENAI, publicou em 1998 um documento baseado no atendimento por serviços de informação do CRIQ, onde detalha como deve ser realizado o **serviço de resposta técnica**, principalmente no que tange ao valor agregado da informação repassada.

A complexidade das questões do serviço de resposta técnica, ofertado por instituições que disponibilizam serviços de informação, é apresentada por Luz (2003), na figura 1, registrando 3 níveis:

- a) *Questões de pouca complexidade* – referentes a informações já disponíveis como informações cadastrais e referenciais;
- b) *Questões de média complexidade* – referentes a informações analisadas, tais como descrições de processos, identificações de mercados;
- c) *Questões complexas* – referentes a questões que exigem conhecimento especializado e consultoria, como melhorias de processos, estudos de viabilidade técnico-econômica.

---

<sup>2</sup> <http://sbrt.ibict.br/termo.php?PHPSESSID=47de496eb5594891f2a0536fd0ca98ff>



**Figura 1:** Complexidade dos serviços de resposta técnica  
**Fonte:** LUZ, 2003, p.6

Dentre as instituições de pesquisa no Brasil que atuam na oferta de serviços de informação, principalmente no serviço de resposta técnica, destaca-se a Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC. A pesquisa realizada adotou essa instituição como referência para o desenvolvimento do estudo de uso efetivo da informação recebida por intermédio por Serviço de Resposta Técnica prestado pela Unidade de Atendimento em Informação e Tecnologia – UAITec.

### 3.1 Serviço de Resposta Técnica do UAITec/CETEC

A Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais - CETEC foi criada em 21 de março de 1972, com a missão de incorporar o processo tecnológico ao sistema produtivo. Em consonância com as necessidades e o potencial de Minas, o CETEC, ao longo dos 32 anos de existência, expandiu as suas áreas de atuação, segundo a importância econômica e social de cada segmento para o desenvolvimento estadual e nacional.

O CETEC atua prioritariamente em 7 grandes áreas - tecnologia mineral, tecnologia metalúrgica e de materiais, tecnologia de alimentos, tecnologia ambiental, metrologia e ensaios e informação tecnológica - distribuídas em 15 unidades organizacionais técnicas. Dotado de uma equipe técnica qualificada e de infra-estrutura esta instituição busca a melhoria da qualidade de produtos, a otimização de processos e a redução do comprometimento ambiental decorrente das atividades produtoras, atendendo, dessa forma, às demandas da sociedade, seja com o desenvolvimento de projetos de pesquisa, seja com a prestação de serviços tecnológicos, incluindo ensaios e análises – com emissão de laudos e certificados técnicos – consultorias, apoio tecnológico e, ainda, o treinamento de recursos humanos.

A unidade de informação do CETEC é o Setor de Informação Tecnológica - STI, implantado em 1973, logo após a criação da instituição, e, de acordo com os objetivos expressos em seu documento básico, tem como meta “constituir-se em um eficiente sistema de informações entre o CETEC, o governo, as universidades, os centros de pesquisa e as empresas, mantendo um fluxo de informações adequadas para seus clientes”.

No STI o Serviço de Respostas Técnicas começou a ser desenvolvido a partir de 1992, ainda sem uma metodologia específica para o atendimento a essa demanda. Buscando



auxiliar empresários, empreendedores e demais interessados na resolução de problemas tecnológicos, foi implantado no STI em 1994, o Balcão Tecnológico SEBRAE/CETEC, com a seguinte missão básica: articular a demanda e a oferta de tecnologia, disponibilizando informações contidas em documentos e/ou indicando competências (especialistas, fornecedores, outros centros de pesquisa). Em 2000 foi criada a UAITec – Unidade de Atendimento em Informação e Tecnologia, também em parceria com o SEBRAE/MG, voltada para atendimento as demandas, principalmente de empreendedores, micro e pequenas empresas.

Em Minas Gerais, 92,60%<sup>3</sup> das empresas são de micro e pequeno portes e são de fundamental importância para o desenvolvimento social e econômico do Estado - criam empregos com baixo investimento e atuam como fornecedoras de grandes companhias, além de contribuírem para a inovação de produtos e processos nos setores de base tecnológica.

Efetando consultorias, análises e testes, estudos e pesquisas, e outros tantos serviços tecnológicos, a UAITec procura aproximar os produtores e os consumidores finais, por meio da seleção e distribuição de produtos e serviços que melhor se ajustem às situações trazidas pelas empresas.

A UAITec trabalha para apresentar soluções para os problemas tecnológicos de seus usuários (empresas, empreendedores, produtores informais, grupos produtivos, prefeituras, associações, cooperativas), contando, para isso, com os recursos humanos e toda a infraestrutura de pesquisa e desenvolvimento disponível no CETEC e em entidades parceiras.

O Serviço de Resposta Técnica ofertado na UAITec do CETEC é entendido como a coleta de informações em diversas fontes, adequação, reelaboração e formatação da resposta em função da questão levantada. As demandas de informação mais frequentes podem ser agrupadas pelas seguintes categorias (tipo de informação solicitada): a) Informação sobre processos de produção; b) Informação para análise de produtos; c) Informação para análise de produtos; d) Informação sobre layout; e) Informação sobre legislação; f) Informação relacionada a pesquisa e desenvolvimento em temas específicos; g) Informação para tipo de negócios; h) Informação sobre equipamentos; i) Informação sobre treinamento.

O quadro 1 registra as categorias de demandas de informação relacionadas aos produtos e processos.

---

<sup>3</sup> [www.indi.mg.gov.br](http://www.indi.mg.gov.br)



TIPO DE INFORMAÇÃO	QUESTÕES
Informação sobre processos de produção	<ul style="list-style-type: none"><li>. Quem desenvolve?</li><li>. Como adquirir a tecnologia?</li><li>. Como se faz a adaptação?</li><li>. Quais as implicações legais?</li><li>. Qual a escala de produção adequada ao mercado?</li><li>. Quem implanta?</li></ul>
Informação para análise de produtos	<ul style="list-style-type: none"><li>. Quais os tipos de análises necessárias?</li><li>. Tamanho da amostra, custo e prazo?</li><li>. Quais os componentes do produto? (engenharia reversa)</li><li>. Quais os testes e análises para laudos técnicos de qualidade?</li><li>. Quais as análises para fins de registro do produto?</li><li>. Quais as análises para determinação do teor de elementos no produtos (qualitativa)?</li><li>. Quais as análises para determinação de quantidade de elementos no produto (quantitativa)?</li></ul>
Informação para análise de produtos	<ul style="list-style-type: none"><li>. Quem fornece?</li><li>. Qual a mais adequada para o produto?</li><li>. Qual a mais adequada para o processo?</li><li>. Qual a mais adequada para o maquinário ?</li><li>. Quem faz análise da matéria prima?</li><li>. Quais as características de qualidade?</li><li>. Como armazenar?</li></ul>
Informação sobre layout	<ul style="list-style-type: none"><li>. Como dimensionar o espaço de cada máquina?</li><li>. Como dispor as máquinas no chão de fábrica?</li><li>. Como dimensionar a iluminação e a ventilação adequadas?</li><li>. Como determinar o espaço de fluxo de produção e de pessoal?</li><li>. Como determinar áreas de segurança e manutenção?</li><li>. Como determinar o estoque de matéria prima?</li><li>. Como determinar a área de expedição, escritórios, sanitários, recepções?</li></ul>
Informação sobre legislação	<ul style="list-style-type: none"><li>. Existem restrições à comercialização do produto?</li><li>. Quais quantidades permitidas de produtos químicos (conservantes, acidulantes, espessantes, anti-oxidantes, etc. )</li><li>. Como rotular um produto?</li><li>. Qual embalagem exigida por lei?</li><li>. Quais processos viáveis e/ou condenados ecologicamente?</li><li>. Quais instituições credenciadas para emissão de laudo técnico?</li><li>. Quais documentos são exigidos para abertura de negócio?</li><li>. Quais análises exigidas para registro de produto?</li></ul>
Informação relacionada a pesquisa e desenvolvimento em temas específicos	<ul style="list-style-type: none"><li>. Quais as tecnologias disponíveis?</li><li>. Quais os documentos disponíveis?</li><li>. Quais os novos produtos e processos?</li><li>. Quais fontes de referência existentes?</li><li>. Como consultar patentes?</li><li>. Como consultar o acervo para a prospecção e exploração de recursos minerais?</li><li>. Diagnósticos e levantamento de dados existentes na área ambiental.</li><li>. Relatórios técnicos, de mapeamentos geológicos e de recursos naturais existentes para consulta ou cópia.</li></ul>

**Quadro 1:** Demanda de informação na UAITec no período de 1998 a 1999.

**Fonte:** Adaptado de DUARTE, 1999, p. 12-14.



O quadro 2 registra as categorias de demandas de informação relacionadas ao negocio.

TIPO DE INFORMAÇÃO	QUESTÕES
Informação para tipo de negócios	<ul style="list-style-type: none"><li>- Qual o meu cliente em potencial?</li><li>- Quem são meus concorrentes?</li><li>- Qual o valor do investimento?</li><li>- Quem são meus fornecedores de matéria-prima, máquinas e equipamentos?</li><li>- Existem normas técnicas?</li><li>- Quais os processos utilizados?</li></ul>
Informação sobre equipamentos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Existe no mercado?</li><li>- Quem projeta ou fabrica?</li><li>- Qual a produtividade do equipamento?</li><li>- Quais as características técnicas?</li><li>- Qual o mais adequado?</li></ul>
Informação sobre treinamento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quais os cursos oferecidos pelo CETEC?</li><li>- Quais os cursos na área de alimentos?</li><li>- Quais os cursos na área de metrologia?</li><li>- Quais instituições ou entidades que ministram cursos específicos de curta duração?</li></ul>

**Quadro 2:** Demanda de informação na UAITEc no período de 1998 a 1999

**Fonte:** Adaptado de DUARTE, 1999, p. 12-14.

Dada a complexidade de algumas demandas, as mesmas podem ser atendidas por intermédio de consultorias, sendo orientados por técnicos do CETEC ou indicados por eles.

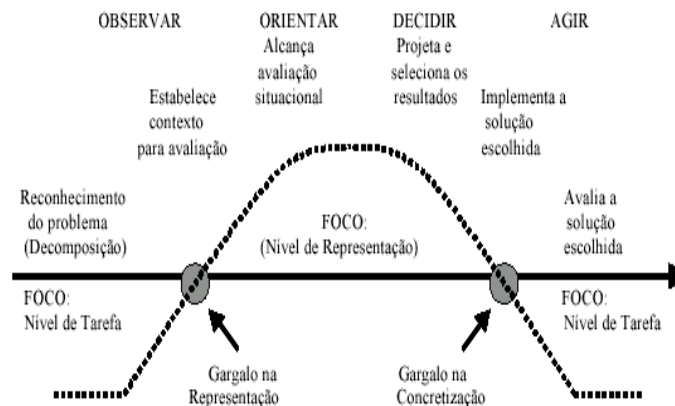
#### **4 Uso Efetivo da Informação por Usuários dos Serviços de Informação**

O sucesso dos serviços de informação, como ressalta Foskett et alii (1980) está fundamentado na necessidade de se conhecer o que passa na mente dos usuários.

Como primeiro passo para a solução de problemas aponta-se o entendimento do próprio problema. Antes de repassar a informação ao cliente é necessário a decodificação adequada da demanda para que se possa oferecer a informação precisa.

A princípio, pode parecer óbvio – entender o problema - na realidade é uma tarefa que exige um conhecimento sobre a realidade do cliente e sua necessidade. Os obstáculos a serem enfrentados nesse primeiro passo referem-se a um momento crítico relacionado à troca de informações entre indivíduos. Tal afirmação pode ser ilustrada através de um esquema apresentado por Whitaker (1998) sobre o ciclo de solução de problemas e o momento crítico (gargalo) da troca de informações.





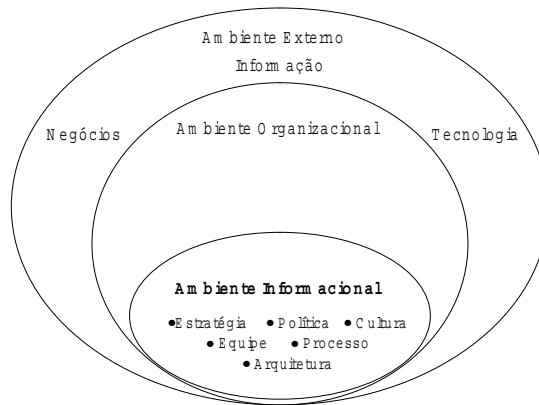
**Figura 2:** Aspectos Informacionais de um ciclo de solução de problemas  
**Fonte:** WHITAKER, 1998, p.109.

Para que as instituições que ofertam serviços de informação possam acompanhar e analisar as informações ofertadas aos seus clientes, é necessário um estudo inicial sobre o que levou o cliente a procurar essa informação, e mais que isso entender se a sua demanda condiz com a sua necessidade. A decodificação da informação que o cliente explicita para que seja atendido é fundamental para se chegar o mais próximo possível para solucionar o seu problema, pois os serviços especializados de informação tecnológica, tratam de questões concretas de necessidade de informação por parte dos seus clientes, que chegam até as instituições com uma demanda real.

Outro ponto importante apontado é o uso da informação situacional:

o meio social ou profissional ao qual o indivíduo pertence, a estrutura dos problemas enfrentados pelo grupo, o ambiente onde os grupos vivem ou trabalham e o modo de resolver os problemas – tudo isso se combina para estabelecer um contexto para o uso da informação. (CHOO, 2003 p.111)

Davenport (1998) aponta três ambientes no que ele considera como modelo da “ecologia informacional”, onde o ambiente informacional (interno da organização) é afetado diretamente pelo ambiente organizacional e o ambiente externo, sendo demonstrados na figura 3.



**Figura 3:** Ambientes presentes no modelo “ecologia da informação”  
**Fonte:** Adaptado de Davenport, 1998, p.50-51.

Dando continuidade a análise sobre a influência do ambiente externo a organização, e a necessidade por parte dos empresários, na busca por informações, Moresi apud TARAPANOFF, (2001), relaciona esse ambiente externo a organização como um ambiente de incertezas, influenciando diretamente as ações internas da organização, fazendo uma relação entre esses ambientes como “ambiente-geral e ambiente-tarefa”.

Na visão de Moresi (2001), conforme a figura 4, as organizações estão inseridas em ambientes que podem ser denominados: ambiente-geral, genérico e comum a todas as organizações e ambiente-tarefa, mais próximo e imediato de cada organização. Ao gerenciamento das relações destes ambientes, externos a organização, ele atribui grande parte da sobrevivência e o sucesso das organizações.



**Figura 4:** O ambiente externo de uma organização

**Fonte:** MORESI, Eduardo Amadeu. O contexto organizacional. In: TARAPANOFF, Kira (org.) *Inteligência organizacional e competitiv*,2001, p 60-68.



Devidos às pressões do ambiente externo e conseqüentemente a necessidade informacional da organização, os empresários recorrem as instituições que prestam serviços de informação para que sejam atendidos de acordo com suas necessidades.

É nesse contexto que o serviço de resposta técnica ofertado por instituições de pesquisa e outras, contribuem com a indústria brasileira..

Matos (2003) afirma que, o que motiva o empresário já constituído a procurar apoio técnico externo é a identificação de um problema em sua empresa e que, na maioria dos casos, o empresário chega ao serviço somente após ver esgotadas suas tentativas de solucionar o problema por conta própria.

De acordo com Choo (2003) a informação é usada na organização em três momentos: 1. Para dar sentido as mudanças do ambiente externo; 2. Para gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado e 3. Para tomar decisões importantes.

No entanto Choo (2003) ressalta que:

**O uso efetivo da informação** encontrada depende de como o indivíduo avalia a relevância cognitiva e emocional da informação recebida, assim como de atributos objetivos capazes de determinar a pertinência da informação a uma determinada situação problemática. (CHOO, 2003 p.116)

Kuhlthau (2003), Choo (2003) e Balkin (1990) relacionam o uso da informação com a tríade necessidade, busca e uso da informação. Para esses autores, o uso da informação começa com a necessidade do indivíduo quanto à informação, relacionada ao seu contexto social, cultural ou profissional, e, para que essa tríade seja eficiente é necessário levar em conta os aspectos cognitivos de cada indivíduo. Esses autores seguem a linha metodológica de Derwin, ou seja, a análise cognitiva do indivíduo que necessita, busca e usa a informação.

Independentemente do serviço de informação ofertado, há que se pensar no usuário como um indivíduo autônomo, como Derwin (1977) demonstra em seus estudos, que têm sido o “norte” para muitos pesquisadores; precisamos associar as necessidades informacionais desse indivíduo e sua relação cognitiva com a informação, ou seja, identificar a necessidade de informação do indivíduo, saber como ele começa a fazer as suas buscas por informação, e como ele se relaciona com a disponibilidade dessas informações ou como as instituições que ele procura para “prover” sua necessidade por informação.

A abordagem "Sense-Making" foi iniciada em 1972, pela Professora Dra. Brenda Dervin, Ph.D. em Ciências da Comunicação, docente do Departamento de Comunicações da Ohio State University, na cidade de Columbus, EUA. Mas, somente em maio de 1983, na "International Communications Association Annual Meeting" em Dallas/TX/USA., é publicado o documento contendo sua base filosófica, conceitual, teórica e metodológica (DERVIN, 1983a). A partir de então vários outros documentos, do gênero, foram sendo publicados ao longo destes anos. (DERVIN, 1983a; DERVIN, 1993; SHIELDS et al, 1993; DERVIN, 1989, 1992, 1994, 1995, 1997). (FERREIRA, 1995)

O trinômio situação-lacuna-uso, abordados por Dervin, podem ser classificados em várias situações, podendo ser identificados como, a situação predizem a busca de informação, as perguntas realizadas na identificação dessas situações, indicam a lacuna, aqui percebe-se a necessidade de informação, indicando a "descontinuidade no movimento do tempo e espaço", o uso das informações podem ser medidas de diferentes formas. (COSTA, 2000).

Na pesquisa realizada, quando da realização das entrevistas com os usuários que utilizaram o Serviço de Resposta Técnica do CETEC/UAITec de 2001 a 2003, foram



considerados os pontos abordados pelo método SENSE-MAKING de Dervin e a análise do discurso dos entrevistados.

Quando confrontados os métodos, foi possível construir uma base de conhecimento para cada um, considerando-se 3 itens, a saber: formação acadêmica; formação pessoal e sua experiência de vida. Essa base de conhecimento foi fundamental para proposição de uma metodologia de atendimento aos usuários que utilizam o Serviço de Resposta Técnica.

A linguagem aparece nesse contexto como meio de interpretação da base de conhecimento do indivíduo, fornecendo na realidade uma distinção entre o grupo pesquisado que, juntos, pode-se dizer, formam a estrutura de empresários das microempresas alimentícias do Estado de Minas Gerais.

## 5 Conclusão

A partir das informações descritas no artigo, percebe-se que o atendimento aos clientes dos serviços de informação precisam de um atendimento diferenciado e pontual, para que as suas necessidades possam ser decodificadas a partir de sua demanda.

Os serviços de informação muitas vezes respondem a demanda do cliente, mas não solucionam seu problema, exatamente por não ter a preocupação de analisar de fato a real necessidade do cliente.

Neste sentido é relevante levar em consideração que o atendimento ao cliente quando demanda um serviço de informação especializado, não pode ser analisado só sob o prisma do tipo de demanda, é necessário que se faça uma análise do próprio indivíduo para que seja realizado um atendimento “sob medida” para o mesmo, é quase um trabalho de atendimento “médico”, onde o paciente necessita ser ouvido, analisar as palavras que o mesmo está proferindo e depois dentro do contexto que o mesmo está inserido perceber sua real necessidade, para que seja indicado o “remédio” que melhor atenda ao diagnóstico médico.

Essa análise leva em consideração os aspectos cognitivos do indivíduo, que interfere diretamente na sua compreensão das informações que lhe são repassadas.

Portanto um serviço de informação, mais especificamente o serviço de resposta não poderá ser medido apenas pela rapidez no atendimento, ele terá que ser analisado ao longo do processo na prestação do serviço.

## 6 Referências

AGUIAR, A. C.. Informação tecnológica na década de 90. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 21, n. 1, p. 91-92, maio/ago. 1992.

BEGER & LUCKMAN. A construção social da realidade. 22º ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BELKIN, N. The cognitive viewpoint in information science. **Journal of Information Science**. v.16, p.11-15, 1990

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**. São Paulo : SENAC, 2003.



COSTA, Cândida Aleixo de Oliveira. **Aplicação da abordagem SENSE-MAKING no estudo do comportamento informacional de pesquisadores de um instituto de pesquisa tecnológica.** 2000. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Curso de Pós Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2000. 91 p.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação:** por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 4. ed São Paulo: Futura, 1998.

DERVIN, Brenda. Useful theory for librarianship: communication, not information. **Drexel Library Quarterly**, v. 13, n. 3, p.16-32, 1977.

DERVIN, B. An over view of sense-marking ressearch: concepts, methods and results to date. In: International Communications Association Annual Meeting Dalas May 1983. Disponível em URL: <http://www.eca.usp.br/eca/prof.Sueli.sensemaking.html>.

DERVIN, Brenda; CLARK, K. D. Communication and cultural identity; the invention mandate. **Media Development**. V. 36, n.23, p.5-8, 1989.

DUARTE, Marcio Flávio Guerra. **Caracterização da demanda e das fontes de informação utilizadas em um serviço de balcão na área tecnológica.** 1999. 22f. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica da Informação) Curso de Pós Graduação em Gestão Estratégica da Informação. Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte.

FERREIRA, Sueli Mara S.P. **Redes eletrônicas e necessidades de informação:** abordagem do SENSE-MAKING para estudo de comportamento de usuário do Instituto de Física da USP. São Paulo, Tese (Doutoramento). Curso de Pós Graduação em Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1995. 165p.

FOSKETT, D.J et al. **A Contribuição da Psicologia para o Estudo dos Usuários da Informação Técnico-científico.** Rio de Janeiro, Calunga, 1980.

FUGINO, Asa. A Gestão da informação no processo de cooperação universidade-empresa: uma visão crítica. **Ensaio APB**, n.21, ago.1995.

JANNUZZI, Celeste Aída. S. Corrêa; MONTALLI, Kátia M. Lemos. Informação tecnológica para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 28, n. 1, p. 28-36, jan. 1999

KUHLTHAU, C.C. **The User's Perspective of Information Seeking:** Challenges for Information System Designers" Seminar at the School of Information Management and Systems at Monash University, Melbourne, Australia, October 2003.



LUZ, Graça Maria Simões; OLIVEIRA, Sonia M.M.; ORNELAS, Rosângelis A V. Compartilhando o conhecimento na Web: serviços de respostas técnicas ou do tipo pergunte ao especialista como meio de compartilhamento e difusão do conhecimento para empresas. In KMBRASIL 2003, São Paulo. **Anais**. Em CD-Rom

MAINGUENEAU, D. **Termos chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

PINHEIRO, M.G. **Extensão tecnológica** : a experiência em uma indústria de laticínios, com enfoque para área energética. 1990. 210f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) Curso de Pós Graduação em Biblioteconomia. Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte.

TARAPANOFF, Kira. **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Ed. da UNB, 2001. 343p.

WHITAKER, R. Gerenciando o contexto nos processos de conhecimento da empresa. In: KLEIN, D.A. **A gestão estratégica do Capital Intelectual**: recursos para a economia baseada em conhecimento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998. Parte II, cap.6.