

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

RAYSSA DOS SANTOS EGEA ALCANTARA

**PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO: NOVAS PERSPECTIVAS NO
MERCADO DE TRABALHO PARA O BIBLIOTECÁRIO**

**GOIÂNIA
2017**

RAYSSA DOS SANTOS EGEA ALCANTARA

**PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO: NOVAS PERSPECTIVAS NO MERCADO DE
TRABALHO PARA O BIBLIOTECÁRIO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Biblioteconomia da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientação: Profa. Dra. Lívia Ferreira de Carvalho.

GOIÂNIA
2017

AL347p

dos Santos Egea Alcantara, Rayssa
Profissional da Informação [manuscrito] : Novas Perspectivas no
Mercado de Trabalho para o Bibliotecário / Rayssa dos Santos Egea
Alcantara. - 2017.
LXVIII, 68 f.

Orientador: Prof. Livia Ferreira de Carvalho.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC),
Biblioteconomia, Goiânia, 2017.

Anexos.
Inclui siglas, abreviaturas, gráfico, tabelas, lista de figuras, lista
de tabelas.

1. biblioteconomia. 2. mercado de trabalho. 3. profissional da
informação . 4. habilidades profissionais . 5. gestão empresarial. I.
Ferreira de Carvalho, Livia , orient. II. Título.

CDU 02

RAYSSA DOS SANTOS EGEA ALCANTARA

**PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO: NOVAS PERSPECTIVAS NO MERCADO DE
TRABALHO PARA O BIBLIOTECÁRIO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Biblioteconomia da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia, aprovado em ____ de _____ de _____, pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes membros:

Professora Dra. Lívia Ferreira de Carvalho
Faculdade de Informação e Comunicação – UFG
Orientadora

Me. Filipe Reis
Faculdade de Informação e Comunicação – UFG
Examinador

AGRADECIMENTOS

A todos que diretamente ou indiretamente contribuíam para a realização deste trabalho. Em especial a minha família que acreditou em mim e foi meu suporte emocional, intelectual e espiritual.

Aos meus colegas que caminharam comigo até o final dessa importante etapa de nossas vidas profissionais, aos professores e em especial a orientadora deste TCC.

RESUMO

O mercado de trabalho do Bibliotecário vem ganhando novo formato devido ao avanço das tecnologias da informação e comunicação, com isso, faz-se necessário que o profissional acompanhe as tendências e perspectivas desse mercado, utilizando as tecnologias como instrumento de trabalho a fim de agregar valor e modernidade às suas funções. Dessa forma, identificou-se as habilidades requeridas do bibliotecário pelo atual mercado de trabalho e analisou-se a visão do mercado empresarial a respeito da atuação do profissional. Para isso foi necessária uma análise de estudos de diversos autores que tratam sobre o tema da informação a partir da perspectiva dos negócios. Referente aos procedimentos metodológicos trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo e exploratório. A análise foi feita através de uma pesquisa de campo com empresários de diversos setores e com bibliotecários já inseridos no mercado de trabalho. Os resultados apontam que o bibliotecário tem grande potencial para atuar em novas áreas ainda pouco experimentadas.

Palavras-chave: Profissional da informação. Bibliotecário. Mercado de trabalho. Habilidades profissionais.

ABSTRACT

The job market of the Information Professional has been gaining a new format due to the advancement of information and communication technologies, with this, it is necessary that the professional follow as tendencies and perspectives of the market, use as technologies as a tool of work and end of Add value and modernity to your functions. Thus, it is identified as requirements of the information professional by the current labor market and analysis, is a business market view regarding the updating of the librarian. Therefore, it was an analytical analysis of studies by several authors that deal with the subject of information from a business perspective. Referring to methodological processes treated of a qualitative research of descriptive and exploratory character. An analysis was made through a field research with entrepreneurs of diverse sectors and with librarians already inserted to the job market. The results are known as librarian has great potential to act in new areas still little experienced.

Keywords: Professional Information. Librarian. Job market. Professional skills.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TIC - Tecnologia da Informação e Comunicação

IBICT – Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia

UNB – Universidade de Brasília

UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

FEBAB – Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários

MIP – Moderno Profissional da Informação

GI – Gestão da Informação

TI – Tecnologia da Informação

GC – Gestão do Conhecimento

IC – Inteligência Competitiva

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Porte das empresas entrevistadas	48
Figura 2 - Importância dada à informação pela empresa	48
Figura 3 – Quem organiza a informação na empresa	49
Figura 4 – Importância da informação útil para tomada de decisões na empresa	49
Figura 5 – Conhece as funções de um Bibliotecário	50
Figura 6 – Considera a contratação de um Bibliotecário importante	50
Figura 7 – Sexo dos bibliotecários	52
Figura 8 – Faixa etária dos bibliotecários	52
Figura 9 – Local onde trabalham	53
Tabela 1 – Respostas Positiva	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 JUSTIFICATIVA	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	12
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.3 HIPÓTESES.....	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 UM BREVE HISTORICO DO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO	14
2.2 O NOVO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO.....	15
2.2.1 CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO	18
2.3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO	19
2.4 GESTÃO DO CONHECIMENTO	23
2.5 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA	26
2.6 MARKETING PROFISSIONAL.....	29
2.7 ESTUDOS SOBRE A ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO NO MERCADO DE TRABALHO	32
2.8 QUEBRANDO O PARADIGMA: BIBLIOTECÁRIO FRENTE AO MERCADO EMPRESARIAL.....	36
3 METODOLOGIA.....	42
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	42
3.2 UNIVERSO DA PESQUISA/AMOSTRA	43
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	45
4.1 PESQUISA REALIZADA COM OS EMPRESÁRIOS.....	45
4.2 PESQUISA REALIZADA COM OS BIBLIOTECÁRIOS.....	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS.....	58
ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO	64

1 INTRODUÇÃO

No contexto da Biblioteconomia, por meio da sua historicidade, a profissão de bibliotecário passou, e vem passando, por grandes transformações. Seja na postura do profissional, como por mudanças no que diz respeito aos campos de atuação, uma vez que hoje existe uma versatilidade de locais para o desenvolvimento das atividades deste profissional.

O fazer biblioteconômico é afetado por distintas variáveis, cujo impacto na profissão é real. Destacam-se as tecnologias de informação e comunicação (TIC's) cuja influência é constante. A informação, elemento fundante da profissão, é constantemente afetada pelas tecnologias, não só em relação a sua produção, mas também à gestão, organização, tratamento, mediação, disseminação, acesso etc. Nesse contexto, o bibliotecário precisa ser criativo, já que sua ação profissional sofre interferências por intermédio das transformações sociais e tecnológicas, cujas dinâmicas exigem novas formas de gerenciar, tratar, mediar, prover acesso à informação, entre outros procedimentos. A inserção formal do profissional da informação no mercado de trabalho e seu reconhecimento na sociedade se dão na década de 1960, quando a Lei nº 4.084, de 30 de junho de 1962 dispõe sobre as atribuições do bibliotecário e regulamenta o exercício da profissão para bacharéis de Biblioteconomia.

A pesquisa estrutura-se a partir da visão sobre as habilidades profissionais do bibliotecário, procurando mostrar alternativas inovadoras, sugerindo estratégias para promover maior integração do mercado atual com a biblioteconomia, a fim de que mudanças do perfil do bibliotecário junto ao segmento empresarial ocorram.

Tais alternativas inclui ao profissional da informação ser criativo, inovador, estar a par das demandas da gestão da informação e do conhecimento, desenvolver inteligência competitiva, estar sempre atualizado com as fontes de informação e as tecnologias, pois o mercado de trabalho exige cada vez mais tais competências (VALENTIM, 2000b).

1.1 JUSTIFICATIVA

O mercado de trabalho é baseado em relações de compra e venda da força de trabalho entre empregadores e empregados. Na Sociedade da Informação, o mercado de trabalho passa a ser flexível e especializado, porém extremamente competitivo. Com isto ocorre o surgimento de novas profissões e ocupações, a substituição de profissionais por outros e até mesmo a eliminação de algumas profissões devido à falta de adequação destas às novas demandas. Mueller (2004, p.29) citada por Walter (2008, p.74), afirma que a permanência de um profissional no mercado de trabalho é verificada quando a sociedade percebe sua importância para a satisfação de suas necessidades.

Para isso, os bibliotecários devem buscar atualização constante e melhor aperfeiçoamento de suas habilidades com o intuito do crescimento profissional de forma inovadora e capaz de atender o atual modelo da sociedade da informação.

O papel do bibliotecário, tendo em vista as constantes mudanças sociais, tecnológicas e econômicas, está ampliando. Esse profissional deve se manter atualizado, tendo uma visão multidisciplinar e que gere serviços de excelência. Precisam investir em ambientes cujo paradigma vigente seja voltado à criatividade e à inovação, visto que o fazer bibliotecário recebe influências constantes das transformações que ocorrem no mundo. Os profissionais da área precisam perceber as necessidades informacionais da sociedade, visando a atendê-las de forma eficiente e eficaz, além disso, compete a este profissional analisar as tendências e perspectivas futuras para propor novos serviços e produtos informacionais que atendam às futuras necessidades informacionais da sociedade, ainda não explicitadas.

Esta pesquisa procura entender melhor quais são as principais necessidades dos usuários do meio empresarial quanto a necessidade de informação e tomada de decisão e se os mesmos reconhecem o bibliotecário como possível profissional para tal trabalho, espera-se que com essa pesquisa concluída as possibilidades de melhoras no que tange o reconhecimento de ambas as partes (empresa e bibliotecário).

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Identificar as competências necessárias ao bibliotecário para atuar em empresas e analisar a visão do mercado empresarial a respeito da atuação do bibliotecário.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar na literatura formas de atuação do bibliotecário;
- Conhecer o cenário de mercado de trabalho do bibliotecário no Brasil;
- Identificar se há o conhecimento da profissão de bibliotecário no mercado de trabalho empresarial.

1.3 HIPÓTESES

- O profissional bibliotecário tem medo de se inserir no mercado de trabalho.
- Muitas pessoas não sabem a importância de um profissional bibliotecário como agente mediador da informação.
- A falta de conhecimento e informação pode ser um grande impasse para que mudanças inovadoras ocorram.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico abordará os seguintes assuntos: Um breve histórico do perfil do bibliotecário, O novo perfil do bibliotecário, Criatividade e Inovação, Gestão da Informação, Gestão do Conhecimento, Inteligência Competitiva, Estudos Sobre a Atuação do Bibliotecário no Mercado de Trabalho e Quebrando o paradigma do Bibliotecário frente ao Mercado Empresarial. Para tanto, foram utilizadas fontes de informação relevantes, impressas e digitais, visando sempre discorrer sobre esses temas de maneira satisfatória.

2.1 UM BREVE HISTÓRICO DO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO

Podemos verificar uma mudança no perfil do bibliotecário brasileiro, no século XXI, a qual se inicia desde o surgimento do primeiro curso de biblioteconomia no país, realizado pela Biblioteca Nacional, em 1910, até os dias atuais, com o advento das novas tecnologias de informação e novas técnicas de gerenciamento, alterando assim, o perfil desse profissional no decorrer dos anos.

Conforme relata Guimarães (1997), desde o início do século XX, até a década de 1930, o bibliotecário possuía uma visão humanista, ligada à cultura e às artes, sobre forte influência francesa, devido à origem do curso de biblioteconomia ser vinculado a *École Nationale des Chartes*, em Paris. Assim, os profissionais de biblioteconomia tinham seu papel reduzido a vigiar coleções de manuscritos, de livros e de outros impressos. As bibliotecas eram restritas às instituições religiosas, coleções particulares ou de instituições de ensino ou públicas.

No decorrer da década de 1930, o profissional bibliotecário passa a receber uma formação mais técnica, sobre influência norte-americana, devido à criação dos primeiros cursos paulistas em biblioteconomia direcionados ao ensino técnico, originados da *School of Library Economy*, fundada por Melvil Dewey na cidade de Columbia, em Nova York. Nessa década foi fundada também a primeira associação de bibliotecários, a Associação Paulista de Bibliotecários, que visava, entre outras coisas, uma participação efetiva dos bibliotecários, a fim de um reconhecimento profissional dentro da sociedade. Contudo, seu perfil ainda era considerado de um "guardião de livros" (GUIMARÃES, 1997).

Na década de 1950, aconteceu o primeiro congresso na área, o Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, realizado em Recife, no ano de 1954, originando uma maior participação dos profissionais e, por conseguinte, uma educação continuada da categoria (GUIMARÃES, 1997).

Na década de 1960, a profissão passa a ser reconhecida oficialmente em nível superior, sendo estabelecida uma legislação profissional e criados os primeiros órgãos de classe, como

cita Guimarães (1997). Assim, o bibliotecário, que antes exercia sua profissão de forma isolada e sem respaldo legislativo, passa a trabalhar de forma mais participativa na sociedade.

Segundo Guimarães (1997) e Castro (2000), ao longo da década de 1970, são criados os primeiros cursos de pós-graduação, desenvolvendo a pesquisa e refletindo também no surgimento dos primeiros periódicos nacionais voltados para biblioteconomia e ciência da informação, quais sejam: *Ciência da Informação* (publicado pelo Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia - IBICT); *Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG* (publicada pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG); *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação* (publicada pela Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários - FEBAB) e *Revista de Biblioteconomia de Brasília* (publicada pela Universidade de Brasília - UNB e Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal), aumentando a disseminação da informação dentro da área.

Na década de 1980, com a reformulação curricular nos cursos de biblioteconomia ora existentes, o bibliotecário passa a ter um perfil de agente cultural e de informação, sendo direcionado a entidades educacionais e, muitas vezes, atuando como educador (CASTRO, 2000). No início da década de 1990, com o crescimento editorial e com o avanço das novas tecnologias de informação, ele passa a ser um profissional da informação e, nesse momento, ele torna-se o "Moderno Profissional da Informação" também conhecido como MIP, sendo considerado um "Gerente Informacional" (MARTINS, 2012).

2.2 O NOVO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO

Ribeiro e Cury (2007) destacam que o profissional que não questiona o seu fazer, que não tem o hábito da leitura e não avança, dificilmente promoverá o conhecimento seja em que área for. Afinal ele é um profissional que trabalha com a informação; a alienação só poderá acarretar-lhe desgastes e desprestígio social enquanto categoria profissional.

O bibliotecário tem sua trajetória marcada por estereótipos não tendo sua importância reconhecida pela sociedade, sendo conhecido apenas por organizar os livros na estante não tendo sua função social destacada. Se antes a atividade do bibliotecário podia ficar restrita aos limites físicos de uma biblioteca e de uma coleção, agora o uso difundido da tecnologia a serviço da informação transpõe barreiras físicas e institucionais (GUIMARÃES, 1997, p. 126).

A concepção do profissional restrito à biblioteca e ao livro deu lugar a novos campos de atuação e áreas do conhecimento. É natural que com o advento da era virtual, digital e a automação de acervos impressos, houvesse certa insegurança quanto ao futuro do bibliotecário, pois faltava certa visão das aplicações dessa profissão nesse novo momento que se enunciava.

No entanto, essa visão do fim da profissão foi superada, passando esse de mero tecnicista para gerenciador da informação, mas para ocupar esses novos espaços no mercado de trabalho foi exigido um profissional mais dinâmico e antenado às transformações sociais.

Segundo Almeida Junior (2002, p. 135), “o mercado de trabalho está mudando acompanhando transformações que superam a sua esfera de influência e exigindo alterações nas posturas, atitudes, posições, concepções das profissões é inevitável”. Aliás, se soubermos ler nas entrelinhas da realidade, veremos que essa reorganização já está em curso. Muitos indícios nos permitem sustentar essa afirmação, fazendo frente a esse contexto o perfil dos profissionais formados pelas universidades tende a modificar-se.

Compreende-se que o atual perfil do bibliotecário não é mais o mesmo, pois este tem acompanhado a evolução da sociedade, modificando o seu papel de acordo com as necessidades desta, embora muitos ainda o vejam de forma tradicional, a realidade é permeada pelo profissional proativo.

O bibliotecário que se destaca hoje tem de ser capaz de fazer as mudanças acontecerem e tornar-se indispensável através da disseminação da informação em todos os níveis e em todos os locais de sua atuação, transformando qualquer unidade de informação em ambientes dinâmicos, em constante evolução (SILVA, 2005, p.11).

Portanto, essa situação tende a modificar-se constantemente, partindo do pressuposto que este profissional é quem direciona as áreas que lidam com a informação para outros caminhos, e cada vez mais a sociedade exige deles conteúdos mais amplos de conhecimentos, habilidades e competências, colocando-os em um plano de igualdade com os profissionais de outras áreas. Dentro desse contexto, podemos dizer que o bibliotecário precisa ter uma formação pautada em exigências que irão corresponder a um perfil de cidadão e de profissional. A aquisição dessas competências não se traduz em saberes individuais, pois esta se localiza em diferentes ambientes onde as pessoas se inserem socialmente ou profissionalmente.

Para Perrenoud (2001) são as competências deste profissional que irão possibilitar maior integração entre as suas ações e os seus objetivos voltados para a responsabilidade social. As competências são vistas como a capacidade de agir de forma eficaz em um tipo de situação, capacidade que se apoia em conhecimento, mas não se reduz a ele.

De acordo com Coelho (2010) as habilidades vão exigir um pouco mais deste profissional, pois ele precisará de domínio de saberes, que lhes permitirão a intervenção prática na realidade. Tendo visão crítica do alcance das ações e o compromisso com as necessidades mais concretas que emergem e caracterizam o atual contexto social. O bibliotecário deverá ter habilidades de investigação, busca de soluções, habilidades do raciocínio buscando sempre o

novo a partir do conhecido, dessa forma os seus conhecimentos não se estagnarão, acompanhando assim as evoluções e exigências da sociedade.

Dentre esses atributos pessoais exigidos a todas as profissões pelo mercado de trabalho, podemos elencar alguns, baseado nos conceitos propostos por Rizzo (2006):

- a) Cultura e conhecimento - remete à ideia de um conhecimento generalista dos assuntos sem obstruir a concepção da especialização;
- b) Organização – saber aplicar as funções da administração, direção e controle;
- c) Criatividade e empreendedorismo – ter a capacidade de inovar de forma constante para uma maior competitividade.

Essa nova postura deve ser iniciada na graduação, por meio de disciplinas que trabalhem conteúdos políticos e sociais, sendo esse o espaço para desenvolver suas competências e habilidades. A comunicação é outro ponto relevante a esse perfil, aquele profissional retraído e tímido cede lugar ao comunicativo.

Manter contato com o usuário e ter visibilidade na instituição fortalecendo as relações sociais no ambiente que atua depende exclusivamente do saber se comunicar do bibliotecário. Outro aspecto é o marketing, que deve ser adotado não só como recurso para promover os serviços da biblioteca, mas o marketing pessoal deve ser posto em prática, para tornar visível a importância do bibliotecário (AMARAL, 1996).

Percebemos que a cada dia aumenta a necessidade de mão de obra mais qualificada, profissionais que além da formação adequada, tenham competências e habilidades exigidas pelas tarefas a desempenhar e ajustadas ao tempo atual, implicando um redirecionamento da conduta profissional. Cada vez mais se exigem profissionais capacitados a lidar com os novos avanços tecnológicos, e que estejam inseridos no contexto da informação, do conhecimento e das tecnologias de informação disponíveis (SILVA, 2004).

Se inicialmente o bibliotecário tinha uma formação voltada à preservação da cultura humana, ao apoio à educação e de mediador entre o acervo e o público, agora o mercado passou a exigir um profissional com conhecimentos mais abrangentes, flexível, sensível às mudanças, com habilidades para enfrentar momentos decisórios e que tenha domínio sobre os equipamentos tecnológicos, pois essas ferramentas são seus verdadeiros instrumentos de trabalho (CUNHA, 2003).

Souto (2005) destaca que é muito importante a preocupação com a capacitação tecnológica dos profissionais que atuam em Unidades de Informação, pois já que a tecnologia é operada pelos profissionais, estes têm que dominar todas as técnicas/metodologias de uso dos equipamentos.

Após a consolidação desse novo perfil profissional, a função social também ganhou destaque, tornando o bibliotecário mediador da informação, transformando a sua realidade social e despertando o interesse pela leitura, envolvendo todas essas competências e habilidades para melhorar os serviços oferecidos, proporcionando o desenvolvimento social e econômico na sociedade regida pela informação (TARAPANOFF, 1999).

Enfim, o moderno profissional da informação deve gerenciar sua Unidade de Informação como uma organização moderna, com uma visão centrada no ser humano como um sistema aberto, participativo, com corresponsabilidades, voltado para interação com o meio externo apresentando características de administração estratégica, flexibilidade na hierarquia da unidade, exercendo controle sobre resultados, trabalhando em equipe de forma compartilhada, capacitando e avaliando a informação, possuindo uma visão sistêmica da realidade, ampliando a capacidade organizacional de sua unidade de informação, criando e, por fim, inovando (VALENTIM, 2000).

2.2.1 CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Pensar sobre criatividade e inovação na atuação do bibliotecário, inicialmente remete-nos a uma questão fundamental: de que forma ele pode usar a criatividade para inovar seus serviços e produtos informacionais? A palavra criatividade origina-se do latim “*creare*”, cujo significado é criar, fazer, elaborar. No grego, a palavra “*krainen*” (criatividade) significa realizar, desempenhar, preencher. Compreende-se então que a criatividade necessita de um sujeito que deseja realizar algo novo para si mesmo ou para os outros. A palavra inovação origina-se do latim “*innovazione*”, cujo significado é renovação.

O sujeito criativo possui características próprias que influem na atuação profissional, isto é, a criatividade não é inerente a todo ser humano. Aliás, a sociedade ocidental culturalmente prestigia os sujeitos que usam a lógica e a racionalidade, e a criatividade é oposta à lógica e à racionalidade, pois se vale da percepção, da intuição, da emoção, da subjetividade etc. A criatividade humana está relacionada com a necessidade de transcender os limites pré-estabelecidos. O sujeito criativo possui algumas características que o diferenciam dos sujeitos não criativos: é altruísta, persistente, motivado, ousado, sensível, intuitivo, tem percepção aguçada, é flexível, observador, receptivo, tem espírito investigativo, é autoconfiante, tem visão holística, é autocrítico, é autossuficiente e independente (VALENTIM, 2000).

A criatividade é o primeiro passo para a inovação. Contudo, apesar de haver forte relação entre criatividade e inovação, nem sempre uma ideia criativa será uma inovação. Isso ocorre porque nem sempre uma ideia criativa tem de fato viabilidade no mundo real, ou seja, a

ideia pode ser muito boa, mas não tem condições reais para sua implantação. Dessa forma, a inovação depende essencialmente de uma condição: sua viabilidade (VALENTIM, 2000).

A criatividade, portanto, é uma característica fundamental para o bibliotecário, porquanto os serviços e produtos informacionais devem ser, no mínimo, ajustados às transformações ocorridas ou às necessidades/demandas existentes. Contudo, muitas vezes ele terá de criar algo novo, que não foi pensado, não foi demandado, algo que extrapola a realidade profissional, que surpreenda o mundo do trabalho, para isso, precisa ser criativo (VALENTIM, 2000, p141).

Até agora se falou sobre competências pessoais e sociais tais como, ser criativo, inovador, ter capacidade de comunicação, tenacidade, liderança, motivação, qualidade de trabalho e para isso o profissional da informação deve investir também em competências técnicas, o que falaremos a seguir: gestão da informação e do conhecimento, inteligência competitiva e marketing.

2.3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Pessoas e organizações dependem da informação em seus processos decisórios, entretanto, para ser utilizada estrategicamente, é fundamental que a informação seja gerida em favor da sobrevivência e competitividade organizacional. Nesse processo, a Gestão da Informação (GI) é responsável por gerir tanto os recursos internos quanto os externos à organização.

Segundo Marchiori (2002, p. 75), “o ponto de partida para a gestão da informação consiste na demanda pela informação, o atendimento a esta demanda desencadeia várias outras etapas, dentre as quais se destacam”:

- Definição de uma metodologia ou estratégia para o atendimento da demanda;
- Identificação e avaliação das fontes de informações disponíveis;
- Aplicação de tecnologias adequadas;
- Estabelecimento de contatos a fim de identificar os profissionais e os fornecedores adequados para se trabalhar em parcerias;
- Estabelecimento de um mecanismo de avaliação e de controle da atividade em desenvolvimento.

Davenport (2000) aborda a Gestão da Informação através de cinco etapas: Determinação das Exigências, Obtenção de Informação, Comunicação da Informação, Uso da Informação e *Feedback*.

1 Determinação de exigências:

- Compreensão do ambiente para a definição da informação necessária;
- Diálogo com o pessoal que necessita da informação;
- Definição do problema e a situação que o envolve;
- Conhecimento sobre o *status* do problema, se ele é estruturado ou não;
- Identificação das alternativas de solução do problema;
- Definição das informações chave e as fontes potenciais de informação.

2 Obtenção de informação é um processo que não pode ser finalizado, contínuo que consiste em três atividades:

- Exploração do ambiente informacional
 - Combinação de abordagens de pesquisas: manuais e automatizadas;
 - Uso de fontes internas e externas de informação;
 - Seleção de informações relevantes.
- Classificação da informação em uma estrutura pertinente
 - Categorização das informações obtidas.
- Formatação e estrutura das informações
 - Indexação;
 - Classificação e organização das informações;
 - Definição de estilo e forma de apresentação.

3 Comunicação da informação

- Interação entre o pessoal que necessita de informação e a informação necessária;
- Observação do formato mais compatível às necessidades do usuário;
- Determinação de estratégia de envio de informação (o envio deve ser proativo – antes que o usuário a solicite, ou passivo – conforme o surgimento da demanda);
- Estabelecimento de serviços de alerta (distribuição da informação conforme o perfil de cada usuário);
- Criação de mapas e guias que permitam que outras fontes sejam exploradas;
- Estabelecimento de níveis hierárquicos que devem receber a informação e a troca de informações entre usuários.

4 Uso da informação

- Processo pessoal, incentivo de uso da informação (estimativas: análise de uso ou previsão; ações simbólicas: incentivo de uso da informação através de prêmios);
- Contexto institucional certo (reuniões regulares são o contexto mais comum para o uso da informação);
- Avaliação de desempenho (institucionalização do uso da informação, por intermédio de avaliação de desempenho, bem como de recompensa ou de punições).

5 Feedback

- Conhecer o impacto da informação comunicada na geração de resultados pelo usuário daquela informação.

Portanto, a Gestão da Informação busca, em uma de suas etapas, definir as fontes de informação da organização e fazer a seleção das informações que sejam úteis. Esse tratamento inicial da informação constitui-se por uma série de processos coordenados, dentro de planos organizacionais, a saber:

- Identificação das necessidades de informação;
- Coleta/entrada de informação;
- Classificação e armazenamento da informação;
- Tratamento e apresentação da informação;
- Desenvolvimento de produtos e serviços de informação (BEUREN, 1998, p. 148).

No entanto, a Gestão da Informação não se desenvolve apenas nesse nível organizacional (papel que é desempenhado pelos profissionais da informação). Beuren (1998 p. 23) identifica outros componentes no processo de informação:

- Banco de dados (ferramenta de arquivamento e recuperação de informações);
- Profissionais de TI;
- Áreas usuárias de informação (gestores, assessores executivos, profissionais de pesquisa, de desenvolvimento, de marketing, acionistas, investidores potenciais, instituições financeiras, clientes, concorrentes, fornecedores, analistas de mercado, etc);
- Rede informal de informações.

Segundo Naves (1999), a Gestão da Informação tem como objetivo apoiar a política global da empresa, na medida em que torna mais eficiente o conhecimento e a articulação entre os vários subsistemas que a constituem; apoia os gestores na tomada de decisões; torna mais eficaz o conhecimento do meio envolvente; apoia de forma interativa a evolução da estrutura

organizacional, a qual se encontra em permanente adequação às exigências concorrenciais, e ajuda a formar uma imagem da organização, do seu projeto e dos seus produtos, através da implantação de uma estratégia de comunicação interna e externa.

Para Gonçalves (2000), a Gestão da Informação é entendida como a gestão eficaz de todos os recursos de informação relevantes para a organização, tanto de recursos gerados internamente como os produzidos externamente.

Pereira (2003 *apud* Andrade, 2004, p.22), afirma que a Gestão da Informação pode ser vista como:

- 1 **Teoria**, ou seja, um conjunto de saberes interdisciplinares de várias áreas;
- 2 **Prática**, onde o conjunto de metodologias, técnicas e ferramentas voltadas para a coleta, processamento e uso de informações pelas organizações, com o intuito de transformar dados em informações que sirva a tomada de decisão de quem delas precise;
- 3 **Processo**, ela define como um recurso estratégico de intervenções governamentais não só no campo das ciências e tecnologia, como também, no universo econômico das nações, que necessitam da informação para a transferência de conhecimentos entre indivíduos, organizações ou mesmo países para aumentar sua competitividade global.

Marchiori (2002) acrescenta que a Gestão da Informação deve incluir, em dimensões estratégicas e operacionais, os mecanismos de obtenção e utilização de recursos humanos, tecnológicos, financeiros, materiais e físicos para o gerenciamento da informação e, a partir disto, ela mesma ser disponibilizada como insumo útil e estratégico para indivíduos, grupos e organizações.

Dias e Belluzzo (2003, p.65) definem Gestão da Informação como sendo, o conjunto de conceitos, princípios, métodos e técnicas utilizadas na prática administrativa colocados em execução pela liderança de um serviço de informação para atingir a missão e os objetivos ficados.

Andrade (2004) observa que o papel da Gestão da Informação é organizar e disponibilizar a informação de forma adequada para facilitar a tomada de decisão nas empresas, eliminando assim, perda de tempo com a busca de informações que já foram obtidas, levando-se em conta sempre o perfil do receptor.

A Gestão da Informação também pode ser definida como todas as ações relacionadas à "obtenção da informação adequada, na forma correta, para a pessoa indicada, a um custo adequado, no tempo oportuno, em lugar apropriado, para tomar a decisão correta" (PONJUAN DANTE, 1998, p.135).

Em suma, a GI refere-se ao conhecimento que pode ser coletado, processado e administrado, por isso foi incorporada às amplas questões que a Gestão do Conhecimento compreende. Nesta perspectiva a informação é um importante ativo para o compartilhamento do conhecimento nas organizações.

2.4 GESTÃO DO CONHECIMENTO

Segundo Berbe (2005) conhecimento é basicamente uma construção fundamentada em informação e trabalho intelectual. Na organização, o conhecimento sempre existiu e serve para levar à obtenção dos resultados almejados. O conhecimento também permite que a organização desenvolva os seus negócios, perceba suas deficiências e influencia na sua evolução.

A seguir serão apresentados alguns conceitos utilizados para contextualizar a Gestão do Conhecimento (GC) nas organizações:

Gestão do Conhecimento é uma forma de tornar o ambiente favorável para que a organização identifique suas competências, encontre os conhecimentos que ela já possui, aprenda o que precisa, compartilhe e use estes conhecimentos na velocidade necessária ao desenvolvimento dos seus negócios (PERROTI, 2004, p. 43).

Segundo Teixeira Filho (2001) é a coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização.

Hommerding (2002 *apud* Berbe 2005) define como um conjunto integrado de ações que visam identificar, capturar, gerenciar e compartilhar todo ativo de informações de uma organização. Essas informações podem estar sob a forma de banco de dados, documentos impressos e, principalmente, nas pessoas, através de suas experiências, habilidades, relações pessoais e fundamentalmente de suas vivências.

Para Naves (1999), é uma estratégia que transforma bens intelectuais da organização - informações registradas e o talento dos seus membros - em maior produtividade, novos valores e aumento de competitividade.

Segundo Moresi (2001)

A Gestão do Conhecimento é o conjunto de atividades que busca desenvolver e controlar todo o tipo de conhecimento em uma organização, visando à utilização na consecução de seus objetivos. Este conjunto de atividades deve ter como principal meta o apoio ao processo decisório em todos os níveis. Para isto, é preciso estabelecer políticas, procedimentos e tecnologias que sejam capazes de coletar, distribuir e utilizar efetivamente o conhecimento, representando fator de mudança no comportamento organizacional. (MORESI, 2001, p. 37).

Rezende (2002) complementa que a GC é o processo de criar valor pelo uso dos ativos intangíveis da empresa. É a transformação da informação em conhecimento e do conhecimento em negócio.

Barroso e Gomes (1999) focam que a prática de Gestão do Conhecimento inclui: identificar e mapear os ativos intelectuais ligados à empresa; gerar novos conhecimentos para oferecer vantagens na competição do mercado; tornar acessíveis grandes quantidades de informação corporativas, compartilhando as melhores práticas e a tecnologia que torna possível tudo isso - incluindo *groupware* e intranets.

Berbe (2005) enfatiza que a Gestão do Conhecimento, em linhas gerais, só ocorre de maneira eficiente se houver uma ligação entre planejamento estratégico da administração, uma boa infraestrutura tecnológica e organizacional, domínio de fontes de informações e uma cultura organizacional voltada à prática do desenvolvimento do conhecimento – o que implica diretamente em motivação e espírito de envolvimento dos funcionários.

Silva *et al.*, (2002) complementa que existem dois fatores essenciais para a GC, o conhecimento e seu compartilhamento. Nesta realidade, o capital humano é o ativo principal para a organização. O conhecimento existente na “cabeça das pessoas” torna-se o bem de maior valor para as empresas. As estratégias de se investir em tecnologia, máquinas e outros ativos tangíveis são substituídas pelos investimentos em ativos intangíveis (conhecimento, habilidade e criatividade dos funcionários). Numa abordagem prática, a GC busca conscientizar as organizações a valorizarem o conhecimento, gerenciando-o, organizando-o e incentivando seus funcionários a criarem novos conhecimentos e não perderem tempo com questões ou problemas já resolvidos em outras situações.

Segundo Wah (2000) para atuar com a GC, normalmente as empresas escolhem alguns dos caminhos relacionados a seguir:

- Capturar, armazenar, recuperar e distribuir ativos tangíveis de conhecimento, tais como patentes e direitos autorais;
- Coletar, organizar e disseminar conhecimentos intangíveis, tais como *know-how* e especialização profissional, experiência individual, soluções criativas, etc.;
- Criar um ambiente de aprendizado interativo, no qual as pessoas transfiram prontamente o conhecimento, internalizem-no e apliquem-no para criar novos conhecimentos.

O processo da GC não se limita apenas ao fator “organização do conhecimento”, sendo uma atividade mais complexa. O processo relaciona-se com outras “causas”, por exemplo, com a estrutura da empresa (funcionários, matéria-prima, clientes, métodos, equipamentos, contatos e colaboradores) (ZACCARELLI, 1996).

Conforme Salazar (2000) os objetivos da GC estão relacionados com o plano estratégico da empresa:

- Formular uma estratégia de alcance organizacional para o desenvolvimento, aquisição e aplicação do conhecimento;
- Implantar estratégias orientadas para o conhecimento;
- Promover a melhora contínua dos processos de negócio, enfatizando a criação e utilização do conhecimento;
- Monitorar e avaliar os lucros obtidos mediante a aplicação do conhecimento;
- Reduzir os tempos gastos em desenvolvimentos de novos produtos e melhorar os já existentes;
- Reduzir os custos associados à repetição de erros.

Elementos e atividades existentes no processo da GC segundo Davenport (2000):

- a) **Criar:** Criação de novas ideias e projetos que se transformem em estratégias e vantagens competitivas para a empresa;
- b) **Identificar:** Localizar modelos de conhecimento que agreguem valor para a organização. Estes conhecimentos podem provir de fontes internas (funcionários, Pesquisa e Desenvolvimento - P&D, projetos, reuniões, Intranet) ou externas (fontes de informação, Internet, cursos, livros);
- c) **Coletar:** Selecionam-se e avaliam-se as fontes de informação e conhecimento relevantes para a organização;
- d) **Armazenar/Catalogar:** Codifica-se ou representa-se o conhecimento coletado, armazenando-o em bancos de dados;
- e) **Disponibilizar:** Após o armazenamento do conhecimento, deve-se disponibilizá-lo para toda a organização, utilizando as interfaces de acesso (Internet e Intranet) ou por acesso direto ao banco de dados da empresa;
- f) **Compartilhar:** Esta fase exige um empenho e participação de todos - funcionários, bibliotecários, gerentes e diretores. A organização que possui a capacidade de compartilhar o conhecimento estratégico, deixando-o ao alcance de todos, atinge os principais objetivos da GC – criar novos conhecimentos, utilizar e aperfeiçoar os já existentes, reduzir o tempo de resposta para a solução dos problemas e valorizar o conhecimento na empresa, transformando-o em um bem mensurável;
- g) **Adaptar e usar:** Efetuadas todas as fases do processo da GC, a organização estará com uma estrutura que lhe proporcionará aperfeiçoar-se, desenvolver-se e impulsionar-se no mercado. Entretanto, as empresas devem ter consciência que o processo da GC é um ciclo, não possuindo um fim, é um processo contínuo, que dever ser apoiado e incentivado por todos os membros da organização.

2.5 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

Segundo Berbe (2005), com a globalização, a Internet e a evolução das tecnologias de comunicação, as organizações podem trocar informações em qualquer lugar, tendo, muitas vezes, acesso e influência em culturas e ambientes. A organização pode estabelecer o seu local no mercado, de acordo com a sua posição nesse ambiente, sendo assim, atualmente o maior desafio de qualquer empresa é estabelecer um equilíbrio a seu favor diante da dinamicidade e turbulência normal desse ambiente.

A empresa, entretanto, para continuar brigando por espaço no mercado precisa estabelecer um monitoramento constante do ambiente interno e externo das organizações. Dessa maneira, a organização que realiza esse monitoramento interage com todas as partes integrantes desses ambientes, uma vez que o conhecimento sobre esses ambientes são essenciais para o planejamento estratégico (DAVENPORT, 2000).

Para que uma organização obtenha a sua competitividade, ela necessita demonstrar ao mercado um diferencial ou uma característica particular visto como uma vantagem competitiva. Esse atributo é construído com a capacidade de gerar valor para o cliente por meio de seus produtos e serviços (DAVENPORT, 2000).

O conceito de inteligência foi apresentado como:

A informação que possibilita ao executivo tomar a decisão porque fornece um grau de previsão de coisas que possam vir a causar impacto à organização (...) ela obriga o executivo a tomar algum tipo de atitude em resposta à inteligência recebida, por isso é ativa (GOMES; BRAGA, 2001, p 25).

Inteligência, de acordo com a definição de Gonçalves (2000) é a faculdade que tem o espírito de pensar, conceber, compreender, é a capacidade de resolução de novos problemas e de adaptação a novas situações.

Gomes e Braga (2001) seguem afirmando que Inteligência Competitiva é um processo ético de identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a organização, viabilizando seu uso no processo decisório. Os autores seguem conceituando ainda que Inteligência Competitiva é:

O resultado da análise de dados e informações coletados do ambiente competitivo da organização que irão embasar a tomada de decisão, pois gera recomendações que consideram eventos futuros e não somente relatórios para justificar decisões passadas. (GOMES; BRAGA, 2001, p. 28).

Complementam considerando que se trata de uma atividade de gestão estratégica da informação a qual tem como objetivo permitir que os tomadores de decisão se antecipem às tendências de mercados e à evolução da concorrência, detectem e avaliem ameaças e

oportunidades que se apresentem em seu ambiente de negócio para definirem as ações ofensivas e defensivas mais adaptadas às estratégias de desenvolvimento da organização (Ibid., p. 29)

Marcial (2005) afirma que:

É uma atividade especializada, permanentemente exercida, com o objetivo de produzir “informação acionável” – Inteligência – de interesse de determinada organização, além da salvaguarda dessa informação contra ações adversas de qualquer natureza (MARCIAL, 2005, p. 243).

A Inteligência Competitiva, portanto, não significa um levantamento de acontecimentos já ocorridos, mas tem como justificativa o auxílio na identificação de tendências, mudanças e oportunidades no ambiente em que a organização atua, assim como a identificação e comparação de concorrentes antigos e em potencial.

A Inteligência Competitiva pode ser vista como uma atividade de coleta e análise de informações sobre a movimentação e tendências dos negócios dos concorrentes, ou seja, a Inteligência Competitiva propõe o conhecimento acerca da posição, desempenho e capacidade das organizações “rivais” com o intuito de usufruir para o seu bem próprio. Esse tipo de informação é de muita valia para o processo decisório de uma organização. O intuito é conhecer o concorrente para poder realizar um planejamento específico para desenvolver ou ampliar vantagens sobre as outras organizações.

Em muitas indústrias uma decisão errada pode levar à falência da organização. Para sobreviver nesse ambiente é necessário dispor de um sistema de Inteligência Competitiva que forneça informações analisadas de forma integrada e tempestiva para que se possam tomar decisões mais seguras e em tempo real, garantindo, assim, a sobrevivência da empresa (BERBE 2005).

Berbe (2005) complementa que a Inteligência Competitiva, resulta na produção do conhecimento originado do ambiente externo, prioritariamente sobre as empresas que tem qualquer nível de disputa de mercado com a organização. É importante grifar que a Gestão do Conhecimento e a Inteligência Competitiva são complementares, qualquer empresa que desejar manter um fôlego no concorrido mercado deve conhecer as suas capacidades, identificando nichos de conhecimento e grupos de especialistas, e deve conhecer as capacidades de seus concorrentes.

A metodologia proposta por Porter (1996, p.75) envolve quatro momentos principais no processo de Inteligência Competitiva:

- 1) Análise das necessidades, definição dos alvos;
- 2) coleta de informações após definição das fontes úteis;
- 3) análise e avaliação das informações com os especialistas da área;
- 4) difusão das informações aos decisores para a ação.

Na mesma linha de pensamento, Silva e Marodin (2008) afirmam que existem quatro estágios no desenvolvimento de Inteligência Competitiva, sendo: identificação das necessidades de inteligência, coleta de informações, análise das informações e ação baseada na inteligência. Tais estágios são descritos a seguir:

- a) **Identificação das necessidades de Inteligência:** Identificar as suas necessidades de inteligência em termos do cliente e dos concorrentes em potenciais. Quais informações de IC que eu necessito para a minha proposta em termos dos concorrentes e do cliente em particular.
- b) **Coleta de informações:** O projeto e a implementação de um plano de coleta de informações envolvem habilidades de gerenciamentos de projetos. A coleta de dados é transformada em informações de inteligência através da análise.
- c) **Análise das informações:** Neste ponto a informação é examinada, as questões mais importantes são identificadas para mais pesquisa, o que reinicia novamente o ciclo de inteligência. Este ciclo de identificar, coletar e analisar pode ocorrer mais, algumas vezes antes da pessoa que formulou as questões se sentir satisfeito e tomar uma decisão. A análise é realmente a aplicação de bom senso e de experiência à informação bruta. Uma vez concluída a coleta de informação, deve-se analisar a informação e transformá-la em inteligência. A análise é o estágio mais crítico do ciclo de inteligência, é o estágio que transforma pedaços aleatórios de informação em inteligência acionável.
- d) **Ação baseada na inteligência:** Ação baseada na inteligência: a ação sobre a análise é o estágio final do ciclo de inteligência competitiva. É o momento culminante de todos os esforços de coleta, análise e inteligência. Uma vez determinado o plano de ação, é importante colocá-lo em execução o mais rápido possível, qualquer atraso irá tornar as ações menos eficientes (SILVA; MARODIN, 2008).

A seguir, estão os passos básicos para aplicação da análise segundo Silva e Marodin (2008):

- Ler cuidadosamente toda a informação coletada;
- Eliminar os dados inúteis e não confiáveis, concentre-se somente nos dados úteis e confiáveis;
- Ler as entrelinhas; preste atenção especial ao que não está contido nos dados e suas implicações;
- Adequação de padrões e variáveis na informação;
- Organizar a informação de acordo com os padrões e variáveis que foram identificados;
- Desenvolver respostas de curto e longo prazo para cada um dos cenários.

A informação mais precisa e detalhada não irá valer para a organização até ser analisada e transformada em inteligência. Através da aplicação do conhecimento sobre o negócio e sobre o setor econômico é gerada percepções valiosas que irão conduzir a decisões e ações eficientes. Neste estágio o ciclo encerra e uma ação é tomada (SILVA; MARODIN, 2008).

2.6 MARKETING PROFISSIONAL

O profissional da informação – bibliotecário – tem o intuito de apresentar-se e firmar uma imagem positiva que contemple a sua postura e atuação diante do mercado de trabalho. Para tanto, deve se tornar capacitado em lidar com o ciclo informacional, consolidando seu espaço no mercado e, conseqüentemente, ganhando visibilidade através da consolidação de sua imagem. A imagem que o mercado e a sociedade tem do bibliotecário vem passando por mudanças, decorrentes da ampliação de suas competências com o uso de tecnologias de informação.

Mas será que só a graduação em Biblioteconomia transforma o Bibliotecário em profissional da informação oferecendo a ele a entrada no mercado e o sucesso profissional? Em sua formação, o Bibliotecário deve adquirir conhecimentos das técnicas e procedimentos bibliotecários, desenvolver projetos, elaborar planejamento de carreira, incorporando a capacidade de compreensão de situações em permanente mutação. No que diz respeito às fontes, suportes e tecnologias de tratamento da informação e a sua transmissão, as formas de geração e atendimento as necessidades de informação da sociedade para assim ganhar espaço e ser reconhecido como o profissional que lida com a informação, não mais sendo “substituído” erroneamente por outros profissionais. Para que isso ocorra, a formação do bibliotecário deve atender as necessidades do mercado e, mas que isso, deve mostrar que atende a essa necessidade.

Essa realidade pode ser facilitada pela estrutura das disciplinas e seus conhecimentos, proporcionando uma formação holística e proativa. Para tanto:

O currículo deve desenvolver habilidades de: empreendimento, estruturação de serviços de consultoria e assessoria de informação, comunicação, promoção e marketing, redação de projetos e contratos para serviços de informação, manejo da pluralidade das necessidades de informação em ambientes híbridos, análise de informação. O currículo deve desenvolver domínios: tecnologia, idiomas, processos administrativos (desenvolver a capacidade de planejar), competência nos processos de tomada de decisões, resolução de problemas, orientação para o usuário, compreensão do sentido de tempo e custo da informação, equilíbrio entre as habilidades tradicionais e novas. O currículo precisa instigar questões como as oportunidades do mercado de trabalho, recursos disponíveis, estratégias adequadas, padrões de qualidade, tornar os recursos de informação rentáveis e eficazes, parcerias. O currículo deve promover: idoneidade, ética, confiabilidade, capacidade de adaptação, persistência, competência, criatividade, competitividade, empatia, dinamismo, profissionalismo, coragem, autonomia, visão crítica (MARCHIORI, 1996, p.32).

De acordo com Marengo (1996), de um modo geral, o profissional da informação é identificado em seu papel de incorporar as características de manipular, articular e dominar tecnologias e serviços de informação. Mas essa prática bibliotecária não é observada pela sociedade que desconhece que esse profissional tem essa capacidade. Segundo o autor, o bibliotecário sempre teve um estereótipo de ser um personagem “sisudo” que pedia silêncio aos usuários das bibliotecas e guardava os livros nas estantes. Essa imagem não condiz com o verdadeiro papel desses profissionais, posto que necessitamos mudar essa visão com atitudes de destaque e isso pode ser feito através do uso das ferramentas do marketing e, mais precisamente, do Marketing Pessoal.

A mudança de visão significa a percepção de que houve mudanças profundas na estrutura da profissão, surgindo novas exigências para o profissional e um novo perfil. O que ocorre é que:

[...] grandes organizações, de forma generalizada, estão recorrendo a empresas de recrutamento de mão-de-obra, para se aconselharem e localizarem, no mercado, profissionais de informação aptos a gerenciar os fluxos e estoques [...] (FERREIRA; SANTOS, 1999/ 2000, p.148).

No entanto, poucas são as empresas de recrutamento que conhecem ou percebem essas aptidões no bibliotecário, quer por desconhecimento, quer por falta de marketing pessoal desse profissional. Concomitante, há, por outro lado: “ (...) a carência no mercado de profissionais de informação, com formação acadêmica, aptos para o desenvolvimento, a implantação e a operação de dispositivos que possam filtrar, sintetizar e disseminar essa avalanche de informações” (FERREIRA; SANTOS, 1999/ 2000, p.148).

O que nos faz questionar a atuação dos profissionais que já estão no mercado, tentando visualizar se essa mudança de postura e aptidões está sendo desenvolvida por eles e se estiver, se são apresentadas ao mercado. De acordo com Marchiori (1996, p.27) o perfil atual apresenta uma grande massa de profissionais, normalmente em bibliotecas, cuja grande maioria está no serviço público, poucos nas instituições privadas, e menos ainda os que são prestadores de serviço.

O que ocorre? Onde estão as habilidades de marketing apreendidas nas escolas de formação? Onde fica o papel de disseminador se ao menos este profissional “dissemina-se”, propaga-se no mercado? O bibliotecário deve fazer uso de suas habilidades de “marketeiro” e de disseminador de informações também em prol de sua atuação no mercado – o que pode ser realizado através das ferramentas do Marketing Pessoal.

Por outro lado, é necessário ampliar as possibilidades de atuação, transformando o que seria risco em oportunidade. Não se quer com isso, que o Bibliotecário abandone as bibliotecas, mas sugerindo que ele atue nas diversas áreas que lhe compete e seja capaz de escolher uma vertente do campo de atuação, sendo inovador e empreendedor. Pois, se o mesmo continuar com uma visão limitada do mercado e vice-versa, fatalmente perderá espaço no mercado competitivo. Como evidencia Teixeira Filho (2002), as profissões estão mudando drasticamente e o conteúdo informacional das ocupações está ficando cada vez mais intenso.

A informação passa hoje a ser o ativo mais importante nas organizações, pois dependemos totalmente da informação para tomada de decisões. Desse modo percebemos que o profissional da informação tem um papel chave dentro de toda e qualquer organização, devendo passar a ser um dos mais atuantes.

Mas por que quando mercado e cliente buscam informações não procuram de imediato um Bibliotecário? Talvez porque não o reconhecem como Profissional da Informação e assim outros profissionais acabam por desempenhar o nosso papel na sociedade e no mercado de trabalho. Diante desse fato, questionamos: o que os bibliotecários precisam fazer para serem reconhecidos como Profissionais da Informação? Primeiramente, acredita-se que tem que deixar de ser passivo e passar a agregar valores e definir preço pelo serviço que oferece e pela informação que dissemina, dando credibilidade a sua atuação. Para tanto, deve:

[...] obter a informação no tempo certo, desenvolver o marketing. O Profissional da Informação tem que ter um mix de produtos, mais do que um mero levantamento bibliográfico, e promovê-los, ter canais de distribuição, e pensar em preço [...] (MARCHIORI, 1996, p. 30).

Para ganhar espaço no mercado, portanto, satisfazendo-o quanto a sua atuação o bibliotecário necessita identificar as necessidades e as exigências requeridas para o preenchimento do cargo de bibliotecário. Preocupada em perceber essas questões Cristianini e Moraes (2002) analisou cento e quatorze ofertas de emprego, identificando que o mercado pede:

- Experiência, profissionais com conhecimento prático da realidade, não tendo interesse, a primeira vista, pelo recém-formado;
- Conhecimento em informática e em processos automatizados, reconhecendo-o como “sinônimo de acesso ao mundo globalizado”;
- Noções de arquivística com a preocupação no tratamento e gerenciamento de arquivos;
- Domínio da língua inglesa ou de outra língua como vital no exercício de atividades, como a organização e a recuperação da informação;
- Domínio no processamento técnico como parte do próprio exercício da profissão, seja o ambiente de trabalho permeado ou não pelas novas tecnologias de informação;

- Habilidade em administração, fundamental para cargos de gerência; desenvolvimento de projetos;
- Aquisição, demonstrando a necessidade de conhecimentos diferenciados;
- Editoração, com frequência menor e;
- Exigência na elaboração de laudos técnicos.

De acordo com esses resultados apontados pelo mercado de trabalho, Cristianini e Moraes (2002) destacam que além dos conhecimentos formais, identificou-se um conjunto de habilidades individuais que o mercado de trabalho anseia para Profissional da Informação. São elas: dinamismo, boa redação, técnicas de negociação, liderança, ser comunicativo e organizado e ter bom relacionamento interpessoal, conhecimento em gestão.

Com esse estudo e as discussões apresentadas percebemos que o profissional necessita de um esforço pessoal para preencher os requisitos para atuar no mercado de trabalho e mais ainda, ao preenchê-lo necessita expor esses requisitos para o mercado que, ao percebê-lo como Profissional da Informação deverá inseri-lo em sua “lista” de profissões do século XXI.

2.7 ESTUDOS SOBRE A ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO NO MERCADO DE TRABALHO

Na pesquisa realizada por Pizarro e Divok (2008) abordou-se o papel do bibliotecário na gestão da informação empresarial, enfatizando que o bibliotecário enquanto gestor da informação empresarial deve coletar, tratar, organizar, recuperar e disseminar seletivamente informações de todos os tipos e de todos os formatos, com vistas a atender as necessidades informacionais dos tomadores de decisão da empresa. Nesse aspecto, ele deve estar preparado para buscar, organizar, gerar e transmitir informações estratégicas, a fim de oferecer às empresas subsídios para a produção de conhecimentos com vistas à vantagem competitiva (PIZZARRO; DIVOK, 2008).

Nessa direção, tudo indica que o papel do bibliotecário enquanto gestor da informação empresarial é agregar valor à informação, transformando-a em ferramenta estratégica acessível, útil, exata e oportuna para os processos decisórios.

Além das funções e atividades acima descritas, que configuram o papel do bibliotecário enquanto gestor da informação empresarial, o estudo relevou outros fatores que merecem atenção, ressalte-se a proposição de Ferraz (2003), que sugere que os trabalhos de conclusão de curso deveriam ser vistos como atividades que proporcionam maior compreensão às empresas

do grande potencial que os alunos dos cursos de biblioteconomia possuem para solucionar vários dos problemas ligados à informação empresarial. Ademais, uma vez determinadas as necessidades e expectativas das empresas no que tange à informação, e sendo conhecidas e avaliadas as qualidades dos profissionais da informação que atendem a elas, poderiam ser desenvolvidos programas de *marketing* visando valorizar, promover e divulgar esses profissionais.

Segundo Pizarro e Divok (2008) o bibliotecário da empresa tem como função: conhecer o usuário, tendo em vista a satisfação de suas necessidades de informação; avaliar fontes; selecionar; dar tratamento técnico; recuperar; gerenciar; mediar; buscar e gerar informações estratégicas; gerir o conhecimento empresarial; disseminar seletivamente a informação; e preservar a histórica organizacional.

A pesquisa realizada por Rubi (2006) trata da delimitação do perfil do profissional da informação, através da identificação de aspectos referentes à sua formação acadêmica e continuada, atuação de profissionais, ao mercado de trabalho e ao marketing profissional e pessoal. Os resultados constataram que o ponto comum a todos eles é a importância do papel social que desempenha o profissional da informação na atualidade, como profissional e como cidadão. No aspecto de informação acadêmica, é notória a preocupação dos pesquisadores tanto dos cursos de graduação como de pós-graduação na formação de profissionais voltados para o futuro, com habilidades e competências condizentes com o mercado em quaisquer espaços que ocupem.

Quanto ao mercado de trabalho, este tem cada vez mais seus espaços ampliados com o desenvolvimento das tecnologias. Rubi, Euclides e Santos (2006) identificam, de forma sistematizada, o mercado de trabalho do profissional bibliotecário, dividindo-o em três grupos:

- a) mercado informacional tradicional: esse grupo engloba as bibliotecas públicas, escolares, universitárias e especializadas, os centros culturais e os arquivos;
- b) mercado informacional existente não ocupado: inserem-se as bibliotecas escolares (embora seja um mercado tradicional, verifica-se que este é um mercado não ocupado), editoras e livrarias, empresas privadas, provedores de Internet, banco de dados e base de dados;
- c) mercado informacional - tendências: verifica-se, que existe um imenso e crescente mercado de trabalho para o profissional da informação. Inclui nesse grupo de acordo com Rubi, Euclides e Santos: centros de informação / documentação em empresas privadas, um grande mercado de trabalho em expansão; bancos e bases de dados eletrônicos e digitais; e portais de conteúdo e de acesso sejam na internet ou nas intranets.

E por fim, esta pesquisa destaca o marketing profissional e pessoal como importante ferramenta aliada do profissional da informação para o delineamento e divulgação de seu novo perfil.

Para Rubi (2006), a prática do marketing profissional e pessoal consiste em modificar atitudes ou comportamentos existentes relacionados à determinada profissão, criar ou manter conceitos que facilitem o entendimento e reconhecimento do mercado referente à atuação de determinado profissional.

Através da pesquisa desenvolvida por Rubi (2006), verificou-se que para atuar no cenário da Sociedade da Informação, a exigência é de um profissional atuante, dinâmico e flexível, com postura condutas éticas, consciente do seu papel na sociedade e no mundo e além de uma formação sólida é necessário que os profissionais tenham a consciência da necessidade de buscar novos conhecimentos, de desenvolver novas competências que permitam uma atuação realmente efetiva. Pois, o que a sociedade espera dos profissionais da informação é que eles sejam não somente agentes da disseminação da informação, mas agentes do conhecimento.

Um estudo realizado por Neves (2005) analisa as habilidades e competências do profissional da informação bibliotecário, enquanto gestor do conhecimento, usando como a literatura nacional e internacional que trata das habilidades e competências desses profissionais, de forma a analisar as semelhanças e diferenças entre os dois. Os resultados dessa pesquisa revelaram que as diferenças entre o profissional da informação e o gestor do conhecimento são poucas e que não impedem a inclusão do bibliotecário neste novo campo de atuação, visto que ele possui habilidades específicas de sua formação ao seu favor.

Autores como Davenport e Prusak (1998, *apud* NEVES, 2005) observam que os novos cargos do conhecimento são os de integrador, sintetizador, repórter, editor do conhecimento e bibliotecário. Argumentam que poucos são os funcionários capazes de esquematizar e estruturar o seu próprio conhecimento num sistema. Esses autores ainda afirmam que “bibliotecários frequentemente agem como corretores do conhecimento disfarçados, apropriados, por seu temperamento e seu papel de guia de informações, para a tarefa de criar contatos pessoa-pessoa e pessoa-texto” (DAVENPORT; PRUSAK, 1998, p.34).

As habilidades necessárias são:

Habilidades técnicas: são adquiridas no decorrer da formação do profissional, através de cursos acadêmicos e em outros cursos complementares.

Habilidades de negócio: são adquiridas ao longo da prática profissional, desenvolvendo soluções efetivas para o local de atuação, como negócios em questão, funções empresariais, funções administrativas, processos. Procedimentos, idiomas, etc.

Habilidades comportamentais: são desenvolvidas na vida pessoal a partir da educação, cultura, filosofias de vida e através de relacionamentos humanos e

corporativos destacando-se: a iniciativa, a criatividade, a comunicação, a expressão a organização, a concentração da atenção, disponibilidade e responsabilidade etc (NEVES, 2005).

Entretanto, a pesquisa realizada por Rubi (2006b) demonstrou que a demanda do mercado é para profissionais com habilidades comportamentais e que mesmo tendo competência para atuar como gestor do conhecimento, não o faz, possivelmente por não estar consciente de suas aptidões pessoais.

No estudo realizado por Duarte *et al.*, (2008), apresentou-se que as competências do bibliotecário que têm mudado em decorrência da Sociedade da Informação e do Conhecimento que enfatiza a valorização das pessoas. Para fazer parte desse contexto, o profissional deve adquirir conhecimentos e competências que o tornem apto, nessa sociedade. Analisaram-se os conhecimentos (saberes) dos docentes do Departamento de Administração, de Economia e Finanças e Contabilidade do Centro de Ciências Sociais Aplicadas/UFPB, que possam ser compartilhados para o desenvolvimento das competências necessárias à aprendizagem dos profissionais da informação – os bibliotecários.

Por meio da base de dados do currículo *lattes* do CNPq, constata que os docentes encontram-se num alto nível de qualificação, e seus conhecimentos são compatíveis, em algumas áreas, com as competências gerais e específicas necessárias para a formação dos bibliotecários. Os resultados possibilitaram propor diretrizes para o compartilhamento dos conhecimentos dos docentes, que podem ser adotadas na aprendizagem contínua dos bibliotecários (DUARTE *et al.*, 2008).

A pesquisa realizada por Santos (2007) mostra que diante das exigências do mercado de trabalho, que se transforma constantemente em face das tecnologias de informação e comunicação, há uma demanda por profissionais munidos de novas habilidades e competências. Dessa forma, a pesquisa, objetivou-se em comprovar a existência de profissionais Bibliotecários nas empresas de telefonia móvel, analisar a atuação em empresas, identificando suas competências e habilidades, investigar como as empresas compreendem a necessidade de atuação do profissional da informação, para o desenvolvimento de negócios e pesquisa, verificar como as empresas selecionam, recuperam, utilizam e disseminam a informação. Os resultados da pesquisa indicaram que as habilidades exigidas para o profissional da informação na atualidade dizem respeito, além dos conhecimentos técnicos, a fluência em idioma estrangeiro, domínio da informática, conhecimentos gerenciais e principalmente habilidades interpessoais.

No estudo realizado por Silva e Morigi (2008) buscou-se analisar as representações sociais dos dirigentes sobre a construção da identidade profissional do bibliotecário contemporâneo e suas práticas profissionais. O objetivo foi compreender como é construída a identidade profissional dos bibliotecários a partir das representações sociais dos dirigentes das entidades de classe da profissão, como esses dirigentes percebem a construção da identidade profissional do bibliotecário na Sociedade da Informação, no caso dos profissionais da informação, focalizando mais especificamente os bibliotecários, em cuja sociedade da informação deveria, em tese, ter um papel de destaque, observa-se, em vários textos, que sua identidade é difusa, seus contornos modificam-se paulatinamente e seus valores ainda se constroem (WALTER, 2004, *apud* SILVA; MORIGI, 2008).

Os resultados do estudo de Silva e Morigi (2008) apresentaram que os dirigentes percebem a formação de uma identidade voltada à realidade atual, com um mercado de trabalho potencial e modernização da área, motivadas, principalmente, pela atualização e inovações curriculares das faculdades e escolas de Biblioteconomia.

No trabalho realizado por Barbosa *et al.*, (2006) relatou-se uma pesquisa sobre o uso e a avaliação de fontes de informação a respeito do ambiente organizacional externo em 53 empresas de pequeno porte e em 64 grandes empresas. Dentre as implicações gerenciais da presente pesquisa, destaca-se a importância de se aperfeiçoar a competência informacional dos profissionais quanto ao uso de fontes de informação a respeito do ambiente organizacional externo. Desta forma, se estará contribuindo para o aprimoramento das decisões estratégicas e, como consequência, para a competitividade das empresas brasileiras.

2.8 QUEBRANDO O PARADIGMA BIBLIOTECÁRIO FRENTE AO MERCADO EMPRESARIAL

Partindo do princípio enunciado por Moresi (2000), de que as grandes empresas são aquelas que conseguem relacionar o custo e o benefício advindos do uso da informação para gerenciamento de seu negócio, visando que a mesma quando adequadamente utilizada como um insumo vital para o desenvolvimento social e econômico da sociedade pode promover mudanças relevantes em todos os seus segmentos. No caso específico das empresas, a informação é um recurso essencial ao seu desenvolvimento produtivo e competitivo (valor econômico), bem como ao desenvolvimento pessoal e profissional da sua equipe de trabalho (valor social).

Moresi (2000, p. 15), indica os três níveis hierárquicos de uma organização tecendo comentários sobre o significado da informação em cada um deles:

Operacional – relacionado com os problemas de desempenho eficaz e dirigido para as exigências impostas pela natureza da tarefa técnica; **intermediário ou gerencial** – gerencia particularmente as atividades do nível operacional, mediando fronteiras ambientais e administrando as tarefas que devem ser desempenhadas, escala de operações etc.; **Institucional** – constitui-se na fonte do significado e da legitimação que possibilita a consecução dos objetivos organizacionais (MORESI, 2000 p. 15).

O autor enfatiza que nos três níveis organizacionais há necessidade de informação, no entanto, em cada um deles ela tem uma função definida e diferenciada. Considerando que nos níveis institucional e gerencial situam-se os indivíduos que necessitam da informação para tomar decisões relativas à existência das organizações no mercado (MORESI, 2000).

Nos últimos vinte anos, a comunidade técnico científica tem se esforçado para transformar a visão tradicionalista que a sociedade tem da profissão de bibliotecário, a qual não é diferente daquela que muitos desses profissionais têm de si mesmos: uma imagem estereotipada que remete ao profissional conservador, burocrata, amarrado a livros, indiferente à realidade social (OLIVEIRA, 1983).

Os discursos proferidos na área têm buscado alinhar as funções da informação e do conhecimento, na sociedade contemporânea, ao compromisso que a biblioteconomia e o bibliotecário devem ter em face dessas funções, visto que o seu objeto de estudo e de trabalho é exatamente a informação, num cenário marcado por necessidades tanto da sociedade da informação quanto da sociedade da desinformação (CASTRO; RIBEIRO, 1997).

Nas organizações contemporâneas a informação tem assumido diferentes papéis. Mas o fato principal é que essas organizações necessitam de informações internas e externas para se manterem competitivas no mundo globalizado.

Considerando que as informações estão dispersas e ao mesmo tempo disponíveis em ambientes tradicionais e virtuais, os bibliotecários devem estar preparados para assumir a responsabilidade de buscar, recuperar, reunir e processar a informação certa, na hora certa, para os indivíduos que atuam nessas empresas.

Indivíduos que precisam dessa informação para construir inteligência competitiva devem apresentar capacidade de inovação e de adaptação às rápidas mudanças ambientais.

Assim, no contexto do gerenciamento do fluxo de informações empresariais, o bibliotecário poderá desenvolver inúmeras outras atividades que poderão caracterizar uma postura voltada para o planejamento e a gestão de informações para negócios.

Enfim, pretende-se dizer que a prática bibliotecária, pelo menos em tese, é importante para auxiliar na compreensão de que o profissional pode vir a ser indispensável, não apenas na construção das vantagens competitivas, mas, também, para criar no imaginário social uma imagem profissional correspondente ao discurso científico sobre a relevância do processo de

desinstitucionalização da sua profissão, como defendeu Lancaster (1983, *apud* PAIVA, 1990 p.51):

(...) a biblioteconomia se desinstitucionalizou – transferiu-se a importância da biblioteca e dos documentos para a própria informação, esteja ela onde estiver, e o foco da educação profissional deixou de estar na biblioteca e em sua organização, mas no bibliotecário como facilitador do processo de comunicação (LANCASTER, 1983 *apud* PAIVA, 1990 p. 51).

A citação revela que a substituição do paradigma do acervo pelo da informação está presente no discurso teórico da área desde a década de 80. Acredita-se que sua assimilação pelo cotidiano profissional demanda uma compreensão teórica e prática, bem como o envolvimento com uma reflexão permanente sobre o ser e fazer do bibliotecário numa sociedade da informação (PAIVA, 1990).

Deve-se considerar que, se essa mudança de paradigma é conflituosa para os bibliotecários, então, imagine para os usuários. Com certeza, é preciso acelerar o processo de assimilação desse novo modelo pela prática bibliotecária para que, tornado realidade para os mesmos, ele possa vir a ser reconhecido também pelos seus usuários.

Para isso, entre outros procedimentos, o bibliotecário precisa:

(...) antes de tudo, perceber qual realidade está vivenciando, primeiramente entender ambiente em que atua, num segundo momento criar mecanismos eficientes de atuação na sociedade e, finalizando, enfrentar as mudanças cada vez maiores, antecipando-se às necessidades futuras da sociedade. (VALENTIM, 2000, p. 136).

A familiaridade com a profissão, mediante o paradigma da informação e não mais do acervo (VALENTIM, 1995; 2000), poderá criar no imaginário social a imagem do bibliotecário que há tempos se vê refletida nas entrelinhas dos discursos técnico científicos da área de biblioteconomia e ciência da informação. Discursos esses que destacam a relevância da atuação desse profissional no cenário da sociedade da informação e da desinformação.

Mas, para que isso se concretize, são necessárias ações coletivas a serem implementadas pela classe profissional, por meio das instâncias formativas, associativas e sindicais. É preciso programar um projeto nacional de divulgação da profissão e ao mesmo tempo investir na melhoria da qualidade do ensino de graduação. Além disso, tais ações devem ser direcionadas também para a ampliação do sistema brasileiro de pós-graduação em ciência da informação, objetivando a formação em áreas específicas do conhecimento.

Diante do panorama atual, em todas as áreas, tornou-se consenso afirmar que, após a formação inicial adquirida nos cursos de graduação, os indivíduos devem planejar a sua carreira profissional de maneira que a formação em serviço faça parte dela permanentemente.

Na área da biblioteconomia, remetendo a essa premissa, Mueller (1996, p.271) ressalta que:

A nossa atuação profissional é cada vez mais insegura quanto à sua estabilidade e exclusividade e que a disputa por trabalho irá continuar acirrada. A área de informação não pertence a ninguém. Sobrevive, em última instância, quem é eficiente. Portanto, o que temos que fazer para continuar vivos e viáveis como profissão é nos manter alertas, integrados no nosso tempo, melhorando sempre a qualidade e o profissionalismo de nossos serviços. Somente esse é o caminho da sobrevivência. Não haverá lei que nos proteja contra a obsolescência, a ineficiência, a defasagem. O meio para fazer isso é um só: 'educação continuada, constante variada e atualizada (MUELLER, 1996 p.271).

Referindo-se à formação do profissional da informação Guimarães (2000, p. 55), destaca que:

A ideia de emprego (colocação fixa, sólida e estável) passa a dar lugar à de empregabilidade (em que se une a concepção de atividade profissional, mutante e diversificada, à de competitividade profissional, centrada no elemento humano e em seu grau de adaptabilidade a uma realidade heterogênea, complexa e constante transformação). Se antes a ênfase estava nos rígidos e canônicos padrões técnicos de uma sólida formação, hoje a ênfase traslada para a qualidade dos serviços e produtos profissionais, e o até então movimento associativo fiscalizador pautado pela intervenção herdada do corporativismo getulista cede lugar a uma congregação profissional mais voltada para a qualidade e a atualização (GUIMARÃES, 2000 p.55).

O autor menciona ainda que se muda o contexto ilusório seria pensar na imutabilidade dos padrões de formação do profissional da informação. Diante disso, propõe quatro dimensões fundamentais, que diz serem complementares e interdependentes para o processo formativo desses profissionais. Então, segundo Guimarães (2000), pode-se dizer que tanto a formação inicial como a formação continuada em biblioteconomia devem obedecer a um padrão que seja perpassado pelas seguintes dimensões:

- 1 *Profissional* – em que se destacam os aspectos relativos às especificidades de conteúdo que caracterizam a área, partindo de seus pontos comuns relacionados à realidade informativa, pautada em suportes informacionais e no papel do processo de transferência da informação para a geração de conhecimento;
- 2 *Cidadã* – em que se enfatiza o compromisso pessoal e profissional com o contexto social e político, a partir da formação de si e do outro como cidadão;
- 3 *Investigativa* – em que se prima pela qualidade da formação profissional, subsidiada pela reflexão visando a produção dos conhecimentos, visto que o avanço e o reconhecimento de uma profissão em uma dada sociedade se dá '*pari passu*' ao avanço científico da mesma
- 4 *Comunicativa* – em que se reforça o papel de mediador do bibliotecário, associado à missão educativa deste, em um contexto de diversidade de conteúdos, suportes, canais e espaços informativos e educacionais, bem como de heterogeneidade de clientela e de demandas (GUIMARÃES, 2000).

Acredita-se que essas dimensões devem permear o processo formal da formação do bibliotecário e ao mesmo tempo propiciar aos profissionais em exercício uma reflexão permanente sobre a sua prática, haja vista que é necessário vislumbrar novas perspectivas para a prática bibliotecária no mercado de trabalho em biblioteconomia.

Em síntese, parece possível assinalar, que se no campo teórico, o contexto situacional em que se insere a biblioteconomia brasileira está devidamente demarcado no que se refere à

tríade: mercado de trabalho, atuação e perfil profissional, então é necessário que as instâncias formativas se comprometam pragmaticamente com a qualidade do processo de formação do bibliotecário.

Tomando por base as ideias de Guimarães e Guarezzi (1994), deduz-se que pouco ou nada se faz para divulgar a profissão e a atuação do bibliotecário no cenário empresarial brasileiro, na perspectiva aqui destacada. Parece apropriado assinalar que a falta de divulgação das funções da profissão na área de negócios tem dificultado o reconhecimento desse profissional por parte das empresas.

Dentro dessa ótica, surge a importância de um plano de *marketing* a ser gestado pelas instâncias formativas e associativas (escolas, associações, conselhos etc.) para divulgar a profissão bibliotecária e as suas atribuições, não somente no espaço empresarial, mas nos vários segmentos do mercado de trabalho em Informação (GUIMARÃES, 2004).

A literatura técnico-científica, usualmente, indica que, por serem as empresas privadas e públicas um mercado de trabalho potencial dos bibliotecários, as instâncias formativas e os bibliotecários devem investir numa formação adequada e diferenciada, que propicie um perfil profissional que corresponda às demandas emergentes profissionais. Isto é, se o bibliotecário hoje está diante de um usuário altamente exigente e autossuficiente na busca e obtenção da informação técnica, disponível em ambientes informacionais múltiplos e variados, ele deve ser capaz de aprender a fazer de sua profissão o diferencial necessário na construção do conhecimento estratégico para o mundo empresarial (GUIMARÃES, 2004).

De outro lado, deve-se atribuir aos empresários uma parcela de responsabilidade pelo fato de o mercado de trabalho, composto pelo segmento empresarial, ainda não ter se tornado uma realidade para os bibliotecários. Vieira *et al.* (1990) realizaram, entre dezembro de 1988 e abril de 1989, uma pesquisa de mercado objetivando identificar a existência de demanda por profissionais de informação para apoiarem o processo decisório nas organizações mineiras. Alguns indicadores levantados pelas pesquisadoras evidenciaram, não apenas uma demanda real do mercado de trabalho como também tornou óbvio um contexto situacional em que faltava aos empresários uma postura adequada para agregar valor estratégico à informação.

É inegável que esse fato tem colaborado para que o mercado de trabalho em informação, em se tratando de sua composição pelas organizações públicas e privadas brasileiras, não tenha absorvido "(...) os bibliotecários, os quais também estão inseridos na nova classe social constituída pelos trabalhadores do conhecimento" (DRUCKER *apud* MARENGO, 1996, p. 115).

No entanto, para tornarmos realidade a inserção do profissional bibliotecário no cenário da anunciada revolução informacional, onde muitos outros estão sendo entendidos como profissionais da informação, deve-se melhorar sua qualificação e profissionalização de acordo com as exigências do mercado de trabalho na sociedade da informação e do conhecimento. Para alguns teóricos se faz necessário buscar uma reflexão permanente sobre uma prática bibliotecária integrada ao contexto social e um repensar cotidiano da formação profissional do bibliotecário, para que este venha a ser um Moderno Profissional da Informação, atento e flexível às mudanças e com maior amplitude de conhecimentos e habilidades (OLIVEIRA, 1993).

De outra parte, parece evidente também, que os empresários precisam buscar no gerenciamento adequado do fluxo de informação uma possibilidade de materializar a sua inserção concreta num mundo em que a informação e o conhecimento ditam as regras das vantagens competitivas, seja para a sobrevivência no mercado local, regional, nacional ou internacional.

O volume de informação colocado em circulação cresce exponencialmente a cada instante, mas, conforme mencionam SANTOS e PASSOS (2000, p. 205), estudos desenvolvidos mais recentemente evidenciam que, "(...) na sua grande maioria, os executivos, embora tendo as informações relevantes ao seu dispor, têm medo de errar no processo de tomada de decisão", fato que tem tornado o ambiente de trabalho estressante.

Diante desse e de outros aspectos, o autor assinala que a presença de bibliotecário nas empresas deve ser solicitada, entre outras atribuições, para realizar a necessária seleção (filtragem) de informações visando a otimização do processo decisório.

A cada dia torna-se mais claro o papel econômico da informação como insumo para o desenvolvimento de produtos, captação de recursos, conhecimento de mercado e sobrevivência de muitas empresas (BORGES; CARVALHO, 1998). Por isso, as unidades de informação e os bibliotecários têm um papel vital nas empresas, contudo é preciso que os órgãos envolvidos com a profissão e a carreira do bibliotecário adotem ações concretas, efetivas e sistemáticas, para que esse papel vital seja reconhecido pelos empresários, principalmente pelo segmento que considera desnecessário contratá-los.

3 METODOLOGIA

Este estudo foi desenvolvido com o objetivo de identificar novas perspectivas de mercado de trabalho para o profissional da informação. Primeiramente realizou-se uma revisão bibliográfica, com o intuito de aprofundar o conhecimento acerca da gestão da informação, do conhecimento e de inteligência competitiva. A pesquisa bibliográfica foi feita a partir de bases de dados de teses e dissertações, em sites de busca da internet, pesquisas na biblioteca em material impresso, a partir de uma revisão dos temas similares a esta pesquisa, foram ressaltados autores importantes que compõem o perfil da ciência da informação e da biblioteconomia para embasamento das ideias.

Após isso foram aplicados dois questionários, o 1º para empresas de pequeno a grande porte, selecionadas por conveniência, com o propósito de identificar qual o nível de conhecimento os empresários possuem da profissão do bibliotecário, a importância da informação para a empresa e se a empresa contrataria um bibliotecário para atender as demandas de necessidade de informação tratada, selecionada, planejada para tomada de decisão. O 2º questionário foi aplicado a bibliotecários selecionados através de uma lista de e-mails de ex-alunos já formados pela FIC (Faculdade de Informação e Comunicação da UFG – Universidade Federal de Goiás), com o intuito de identificar os motivos pelos quais esses profissionais se inserem ou não no mercado de trabalho terciário e quais as dificuldades para que essa inserção ocorra.

Os resultados obtidos foram apresentados em forma de gráfico e tabelas.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois esta “se preocupa com os aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (FONSECA, 2002, p. 20).

Quanto à natureza, a pesquisa é classificada como descritiva e exploratória:

A pesquisa descritiva é desenvolvida por meio de técnicas padronizadas de coleta de dados como questionário e observação sistemática. (...) A pesquisa descritiva observa, registra, analisa, classifica e interpreta os fatos sem que o pesquisador interfira ou manipule os mesmos (REIS, 2008, p. 56).

Também se caracteriza como exploratória, pois:

Foca na maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a facilitar a construção de hipóteses. Esse tipo de pesquisa tem como principal objetivo o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, novas ideias. A pesquisa exploratória é extremamente flexível, de modo que quaisquer aspectos relativos ao

fato estudado tem importância. Grande parte das pesquisas do tipo envolve levantamento bibliográfico, documental e entrevista ou questionário envolvendo pessoas que tiveram alguma experiência com o problema (PONTE, 2008, p5).

Essa pesquisa contou com a utilização do questionário como instrumento de coleta de dados. Como são duas amostras, ou duas populações, foram feitos dois questionários um para os representantes das empresas escolhidas (BLOCO 01) e outro para os bibliotecários (BLOCO 02) com questões abertas e fechadas. O questionário, segundo Gil (1999, p.128), pode ser definido:

[...] como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc. (GIL, 1999, p.128).

O questionário do Bloco 01 foi composto por treze perguntas pensadas com intuito de alcançar os objetivos da pesquisa que é conhecer o mercado de trabalho, identificar se há conhecimento da profissão do bibliotecário no mesmo, quais as competências necessárias ao bibliotecário para atuar nessas empresas e foi possível também analisar a visão que mercado empresarial tem a respeito da atuação do bibliotecário. O Bloco 02 foi composto por duas perguntas abertas e outras informações relevantes como nome, idade e local de trabalho com o objetivo de avaliar as diferentes possibilidades de atuação do profissional e as dificuldades enfrentadas por eles de acordo com um dos objetivos desse trabalho que é também identificar a visão do bibliotecário em relação a atuação no meio empresarial.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA/AMOSTRA

O universo dessa pesquisa é formado pelas empresas que compõe o mercado de trabalho, o setor terciário, foi escolhido uma amostra a ser estudada desse universo que no caso são as empresas do cenário agropecuário industrial do Estado de Goiás de pequeno a grande porte. A população estudada nesta pesquisa foi composta num primeiro momento, por empresários de ambos os sexos, gestores de instituições privadas de pequeno, médio e grande porte, maiores de 18 anos. As empresas foram escolhidas por conveniência, de acordo com a atuação profissional da pesquisadora. Por trabalhar em uma organização que atende várias empresas do ramo de agroindústrias e frigoríficos e pela facilidade de comunicação com os gestores, foram escolhidas 200 empresas para que os responsáveis respondessem ao questionário enviado por e-mail em um prazo de 20 dias, sendo que 28 empresas responderam dentro do tempo determinado.

Num segundo momento responderam à pesquisa os Bibliotecários que já estão no mercado de trabalho escolhidos por uma lista de e-mail da secretaria do curso de biblioteconomia da UFG do ano que se formaram em 2016/1, era uma lista de mais de 50 e-mails sendo que a metade dos bibliotecários responderam dentro do prazo de 20 dias.

Assim sendo, diante da dificuldade em obter uma quantidade maior de respostas em um curto espaço de tempo, bem como pelas limitações orçamentárias desta pesquisa, optou-se pela adoção da técnica de amostragem não-probabilística por conveniência, cuja seleção das unidades amostrais ficou a cargo do entrevistador.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com a pesquisa bibliográfica, verificou-se que o profissional da informação precisa desenvolver e ampliar sua capacidade técnica e entender de negócios, finanças, marketing e relações públicas, pois isso se dá quando o profissional vai buscar pela educação continuada após a conclusão do curso. Visto que, de modo geral, as organizações passam a exigir qualificações que agreguem valor ao diploma e que tenham aplicabilidade na situação de trabalho, pode-se com isso confirmar, de acordo com Setzer (1999), que competência exige conhecimento e habilidades pessoais. O profissional deve ser capaz de mobilizar suas qualificações para geração de conhecimento na empresa, capacidade esta que constitui “termômetro” de sua competência e de sua eficiência, na empresa e/ou no mundo do trabalho.

Pode-se perceber que a base são os conhecimentos específicos sobre métodos, técnicas e ferramentas de gestão da informação e do conhecimento e que o mercado está buscando profissionais com características fundamentais que combinem a capacidade de gerenciamento com conhecimento técnico, que sejam *experts* na área de atuação com uma visão ampla de negócios e competência na especialidade aliada a uma cultura geral ampla. Além de tudo, devem ser confiáveis, éticos, criativos e honestos.

O papel do profissional da informação é o de assistir, intermediar e apoiar outras pessoas na busca de informações, por meio da gestão do conhecimento. A evolução de conceitos, tecnologia, formatos e suportes ampliam, evoluem e diversificam a essência desse trabalho, demandando modificações às exigências de atuação, formação e capacitação desse profissional. Pois bem, a área da ciência da informação talvez possa sanar a ansiedade do mercado, formando profissionais capazes de combinar essas características. Mas, por enquanto, são poucos os profissionais dessa área que atuam nesse novo contexto.

Essas colocações nos levam a indagar sobre como os bibliotecários podem e devem atuar na nova sociedade, criar e administrar a informação, e o conhecimento, planejar a inovação para se inserir no mercado de trabalho. Qual deve ser o seu papel hoje - o de produtor, empresário, intermediário ou analista da informação e do conhecimento? Ou de todos estes juntos? Quais as suas principais responsabilidades sociais?

4.1 PESQUISA REALIZADA COM OS EMPRESÁRIOS

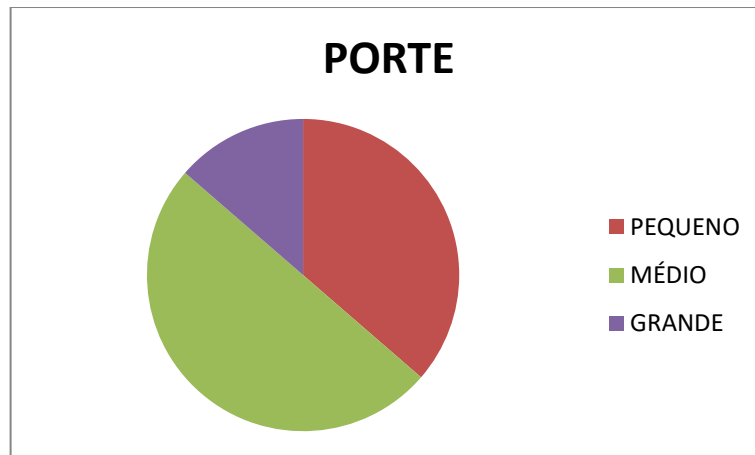
Com base na pesquisa de campo, em entrevista a empresários de vários setores, surgiram algumas linhas para discussão dos papéis e responsabilidades sociais do bibliotecário no cenário atual:

1. Preservar a informação (ser responsável pela memória e cultura da produção técnica e científica local e institucional);
2. Organizar a informação para uso;
3. Acessar a informação. Estabelecer conexão em redes, participar de consórcios e variadas formas de cooperação. Planejar a informação;
4. Ser empreendedor; personalizar/customizar a informação. Ser consultor e *information broker*;
5. Trabalhar a informação, agregar valor. Pesquisar a informação;
6. Socializar a informação – preocupar-se com o acesso público à informação, a informação como um patrimônio público (*public good*);
7. Educar para a utilização da informação e para a sociedade da informação;
8. Valorizar o conceito econômico da informação, participar do *e-commerce*, oferecendo serviços e produtos exclusivos;
9. Criar, pesquisar e consumir informação.

O profissional da informação hoje possui um perfil híbrido, pois ele concilia suas habilidades técnicas, seus conhecimentos e pode ser adaptado em vários ambientes informacionais. Hoje há uma confluência das profissões, por exemplo, o gestor do conhecimento, um híbrido entre administrador, analista e bibliotecário; o analista de informação com valor agregado em áreas específicas, um misto de bibliotecário e economista, ou de bibliotecário e estatístico, de documentalista e médico, de acordo com a área de especialidade da informação.

A pesquisa foi realizada no Estado de Goiás e contou com 28 empresas que foram de pequeno até grande porte, prevalecendo as de médio porte, que somou 55% (16) dos entrevistados, seguida pelas de pequeno porte, com 40% (11) dos pesquisados; e grande porte que teve a menor porcentagem, somando apenas 5% (1), levando em conta o porte da empresa de acordo com o fator quantidade de funcionários, sendo que pequeno porte tem de 20 a 99 empregados, médio porte tem de 100 a 499 empregados e grande porte mais de 500 empregados.

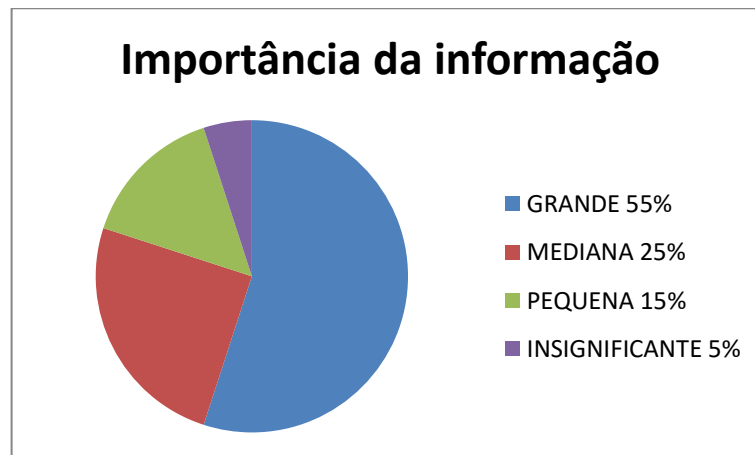
Figura 1 – Porte das empresas entrevistadas



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A primeira pergunta se refere a razão social das empresas onde foi preferido não divulgar no trabalho, a segunda questão representada no gráfico acima identifica o porte das empresas entrevistadas.

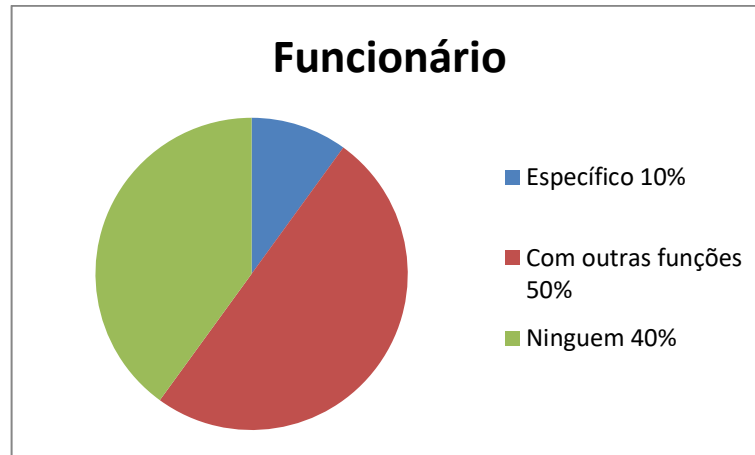
Figura 2 – Importância dada à informação pela empresa



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A questão 03 teve como justificativa identificar a importância dada a informação, 55% das empresas consideraram grande a importância, 25% das empresas classificaram como mediana a sua importância para a informação, 15% empresas responderam ter pequena importância e 5% pessoa considerou que a informação é insignificante para a empresa.

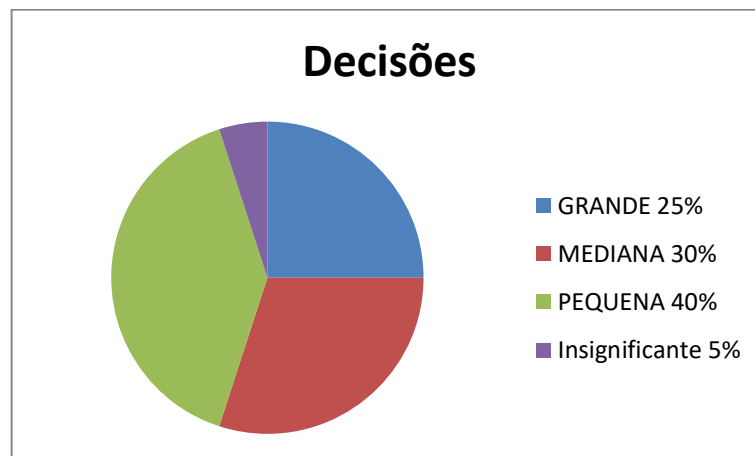
Figura 3 – Quem organiza a informação na empresa



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A questão 04 quer saber quem organiza as informações na empresa, nesse gráfico mostra-se que em 40% das empresas não há ninguém responsável pela organização das informações nas mesmas, 50% das empresas colocam pessoas com outras funções para cuidar da organização das informações e apenas 10% das empresas apresentaram uma pessoa específica que é responsável pela organização das informações, mas não mencionaram em nenhum momento que seja um bibliotecário.

Figura 4 – Importância da informação útil para tomada de decisões na empresa



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

Na questão 05 buscou-se saber qual a importância de ter a informação útil para a tomada de decisões, aqui nota-se que a porcentagem maior é de quem dá menos importância à informação útil para tomada de decisões totalizando 40% das empresas, 25% das empresas consideram que a informação útil para tomada de decisões é de grande importância, 30% das empresas consideram média a importância e 5% das empresa não se importa com essa questão.

Figura 5 – Conhece as funções de um Bibliotecário



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

Na questão 06 a intenção foi saber se conheciam as funções de um bibliotecário, da população demonstrada, apenas 29% responderam saber as funções de um bibliotecário e 71% disse não saber quais são suas funções.

A questão 7 era uma questão aberta que dava espaço para aos que responderam que não sabiam o que o bibliotecário fazia opinar sobre a questão. A maioria respondeu que os bibliotecários organizavam livros, documentos e liam muito.

Figura 6 – Considera a contratação de um Bibliotecário importante



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A questão 08 era sobre se contratariam um bibliotecário para trabalhar na sua empresa, 15% responderam sim e 85% não. A questão 09 perguntava o que era essencial para que um bibliotecário possa atuar na empresa deles, 100% marcaram todas as opções disponíveis na questão 09 no questionário, sendo elas: Comunicação e expressão; Raciocínio lógico, crítico e analítico; Criatividade e iniciativa; Responsabilidade social; Ser eficaz e eficiente; Ser empreendedor; Ser experiente; Formação humanista e visão global.

Na questão 10 e 11 do questionário perguntou-se se o entrevistado considerava importante a contratação de um bibliotecário para empresa dos entrevistados apenas 25% contratariam um bibliotecário para sua empresa devido as novas tecnologias informacionais, para estabelecer e cumprir metas e objetivos e manter os setores organizados, nesse caso eles responderam que o bibliotecário poderia atuar no campo de recursos humanos, marketing, planejamento estratégico e na gestão da informação de acordo com as opções dadas na questão 12 e os outros 75% não contratariam.

Foi possível observar que os entrevistados não conhecem a fundo o que realmente o profissional faz, sabem o básico e o que é visível, que é a organização, mas o trabalho desse profissional vai além, e os empregadores demonstraram não estar ciente disso. A contratação desse profissional ainda é recente. O bibliotecário pode e deve fazer muito mais pela empresa do que apenas organizar e disseminar a informação, como afirma Davenport (1998), é o uso da informação, não sua simples existência, que permite aos gestores tomar decisões melhores sobre produtos e processos, aprender com os clientes e com a concorrência a monitorar os resultados e seus atos.

O gerenciamento da informação não tem apenas como objetivo alcançar a eficiência interna como também uma vantagem competitiva, pois o tomador de decisão não precisa de todas as informações encontradas para resolver um problema, ele precisa da informação certa, na hora certa, e o bibliotecário é capaz de fazer essa busca, analisar e disseminar o que for de interesse para a empresa. Nesse sentido, Marchiori (1996, p. 33) salienta que,

o profissional da informação deve ser mais que um filtro; deve ser um avaliador consciente de fontes de informação; um analista competente no processo de obtenção da informação; um mergulhador e surfista ou mesmo um agente de turismo nas rodovias de informação.

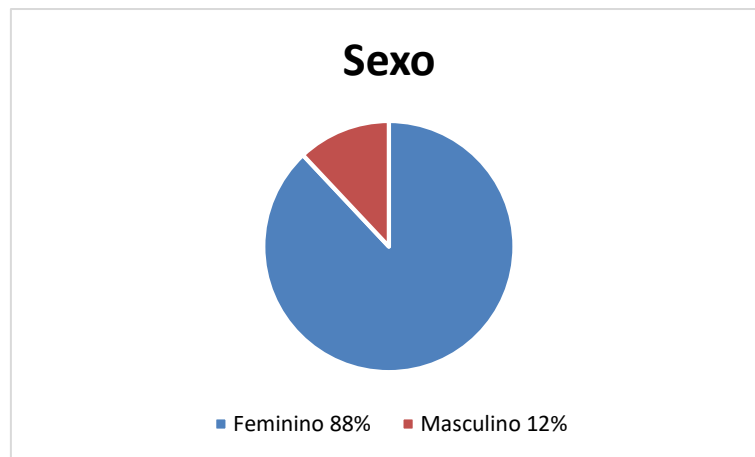
O profissional deve buscar a informação agregando valor, sendo imparcial e disponibilizar o que a empresa precisa para que o gestor tenha elementos suficientes para a tomada de decisão.

O profissional da informação pode se desenvolver em empresas que trabalham com uma base de dados ou até mesmo aplicar base de dados nas empresas que necessitam de organizar seu fluxo informacional, ajudando também em fontes informacionais para desenvolvimento de pesquisa e recuperação da informação.

4.2 PESQUISA FEITA COM OS BIBLIOTECÁRIOS

O questionário aplicado para os bibliotecários buscou saber informações tais como nome, local onde trabalha (dentre eles organizações públicas e privadas) a idade (entre 23 e 40 anos) representados pelos gráficos abaixo, ao total 25 bibliotecários responderam o questionário via e-mail dentro do prazo da pesquisa.

Figura 7 – Sexo dos bibliotecários



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

Com base na pesquisa, notou-se que a maioria dos bibliotecários entrevistados são do gênero feminino.

Figura 8 – Faixa etária dos bibliotecários



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A faixa etária predominante foi a dos 21 à 30 anos representada por 92% dos entrevistados seguida pela faixa dos 31 à 40 anos ou 8% dos entrevistados.

Figura 9 – Local onde trabalham

Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A maioria dos bibliotecários, 56% dos entrevistados, trabalham atualmente em uma organização pública e 44% em organizações privadas.

Foram aplicadas duas perguntas via e-mail, a primeira pergunta foi elaborada com o intuito de saber a opinião desses bibliotecários em relação à possibilidade dos bibliotecários trabalharem em empresas atuando na função de planejamento estratégico e gestão do conhecimento. Um senso comum entre os bibliotecários entrevistados é o de que a grande dificuldade é demonstrar aos grupos gestores a importância e os benefícios consequentes de ter um profissional da informação integrando a equipe. Isso se dá pelo desconhecimento da profissão do bibliotecário. Categorizando as respostas pode-se concluir que todos responderam de forma positiva. A tabela abaixo mostra algumas das respostas dos colaboradores:

Tabela 1 – Respostas Positivas

“A proposta é interessante” “(...)mas acho que precisa ter uma melhor formação”
“Acredito que haja essa oportunidade” “(...) recém-formados não sabem por onde começar”
“Compreendo que existem meios do bibliotecário participar e difundir o planejamento estratégico informacional e desenvolver atividades que colaborem com a GI (...) é um trabalho árduo e que requer credibilidade do profissional com os gestores das instituições através da persistência, do profissionalismo do bibliotecário e da demonstração efetiva da importância da biblioteca e do bibliotecário”.

Fonte: Elaboração da autora com base nos dados coletados na pesquisa

A segunda pergunta teve o intuito de saber dos bibliotecários quais as dificuldades para que as possibilidades da primeira questão ocorram, segue tópicos apontando as maiores dificuldades mencionadas pelos bibliotecários:

- O profissional não é preparado;
- O currículo da graduação é muito deficiente;
- Falta a aceitação desse profissional para atuar em outros segmentos devido ao motivo de não saber como fazer o próprio marketing profissional;
- Ter uma formação acadêmica na ênfase empresarial para o desenvolvimento de um profissional gestor;
- O Conselho Federal de Biblioteconomia deveria fiscalizar com mais severidade a atuação desses profissionais no mercado de trabalho;
- Ainda há um estereótipo do bibliotecário;
- A grande dificuldade é demonstrar aos grupos gestores a importância e os benefícios de ter um profissional da informação integrado a equipe. Isso se dá pelo desconhecimento da profissão do bibliotecário;
- A mentalidade dos professores de biblioteconomia tem que mudar.

Algumas habilidades necessárias identificadas na pesquisa foram: saber avaliar as necessidades do cliente, escrever relatórios, saber identificar tendências de mercado, ter visão global do mercado e desenvolver um programa de marketing, desenvolver um planejamento estratégico, disponibilizar a informação para tomada de decisão.

O conhecimento do cliente é central para um bom serviço personalizado. Na abordagem de marketing, não é apenas preciso conhecer as necessidades informacionais, mas antecipar-se à elas, surpreender e encantar o seu usuário com informação bem selecionada e com valor agregado.

Sair da posição de apoio e de intermediador da informação para a de criador, agregador de valor e consumidor da informação este é o passo a ser dado pelo bibliotecário, e a melhor forma de fazê-lo é através da inovação e da educação continuada.

A Inteligência competitiva pode ser um dos passos que o bibliotecário deve se adentrar para conseguir essa posição no mercado de trabalho, ela se utiliza de um conjunto de medidas do planejamento estratégico que inclui a identificação de melhores práticas, análise de pontos fortes e fracos do mercado e estudo de tendências (oportunidades, ameaças). Utiliza-se de métodos como a infometria e a bibliometria, técnicas como a de *Delphus*, *benchmarking*,

cenários, e outras, com o objetivo de assegurar um melhor posicionamento no ambiente. Nas indústrias e no setor produtivo este melhor posicionamento significará vantagem competitiva frente aos concorrentes.

O bibliotecário, dentro da organização ou agindo como infoempresário pode e deve utilizar a abordagem e as técnicas da inteligência competitiva para agregar valor à informação que coleta, analisa, interpreta e cria focado nos interesses de seu cliente, ou na missão da organização que serve. Com este instrumento ele reverte a sua postura passiva para uma postura mais dinâmica de analista, especialista de fato, agregador de valor e criador de informações.

Finalizando, Milano (2007) afirma que atualmente o mercado exige profissionais com diversas competências, habilidades e que saibam gerenciar e disseminar a informação de forma eficaz e eficiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivos identificar na literatura campos de atuação do profissional da informação, e a partir da pesquisa de campo, conhecer o cenário do mercado de trabalho, para propor novas perspectivas de atuação no mesmo.

De acordo com a revisão de literatura, o que se espera hoje do bibliotecário é a criação e gerenciamento de informações e oferta de serviços e produtos com valor agregado e em tempo real, ou seja, buscando e estabelecendo formas de fazer o capital intelectual gerar lucros, o que está atrelado à gestão do conhecimento e da informação.

Assim, o mercado de trabalho, na figura das empresas, percebe o valor da informação para a tomada de decisões, reconhecendo também a necessidade de um profissional com habilidades e competências específicas para trabalhar com a informação, mas desconhece a existência da ciência da informação como ciência social aplicada, que tem como objetivo estudar as propriedades gerais da informação e analisar os processos da sua construção, da sua comunicação e do seu uso.

A explicação para isso é que a área da ciência da informação ainda não foi devidamente apresentada ao mercado, ou seja, o próprio profissional não teve formação para fazer esse papel de divulgador de sua área de atuação. Tal fato se deve à velocidade com que ocorrem as mudanças relacionadas à área, o que muitas vezes o próprio profissional não percebe, e, também, à grande dificuldade de divulgar uma profissão que possua, diante de seu conjunto, atividades abstratas, como, por exemplo, o trabalho com o conhecimento.

Esta pesquisa partiu das hipóteses que o profissional não se insere no mercado de trabalho por falta de informação do mesmo, a respeito da importância de um profissional bibliotecário como agente mediador da informação, e que isso pode ser um grande impasse para que mudanças no contexto social ocorram.

Com relação ao profissional de informação, ele deve priorizar a atualização contínua, advinda das próprias entidades ou instituições formadoras; ele precisa aprender a lidar mais com processos que com técnicas, pois a questão enfatizada é mais o trabalho com o fluxo e consumo de informação do que o trabalho de estocá-la, ou seja, enfatizar o desenvolvimento das funções específicas identificadas, voltadas para a prática da gestão da informação e do conhecimento, para atuar neste mercado emergente, no qual as tendências e aspectos gerenciais (negócios, finanças, marketing e relações públicas) possam ser combinados ao desenvolvimento e ampliação dos conhecimentos técnicos da área.

Recomenda-se a existência de um diálogo entre o mercado (empresas, recrutamento e seleção de recursos humanos), entidades de classe e as instituições formadoras, para que as percepções entre elas detectadas possam ser transformadas em contribuições mútuas.

Espera-se também do bibliotecário uma atitude profissional proativa que o posicione com destaque, como especialista da informação que é, e como empresário, no contexto da Sociedade da Informação, além de uma atitude de vigilância com o bem (informacional) público e com o desenvolvimento e disseminação dos conteúdos informacionais através das redes.

Percebe-se no cenário do mercado de trabalho atual, que vivemos em uma Sociedade da Informação onde a atividade informacional está presente em todos os ambientes organizacionais e não apenas nas bibliotecas, abrindo campo para inúmeras profissões da informação, mas com um *core* comum, o ciclo informacional.

Os perfis profissionais que podem ser detectados hoje incluem muitas características do profissional tradicional, mas também muitas outras que emergem das inúmeras possibilidades que as modernas tecnologias, as redes, a *web*, e a Internet têm propiciado em especial o que tange à recuperação da informação e ao atendimento personalizado aos usuários, bem como as modernas teorias de gestão e trabalho com a informação.

Outra característica que se nota no perfil é que esses profissionais pecam na hora de trabalhar seu marketing profissional, uma ferramenta que traz divulgação, conhecimento e informação a quem não sabe o que é e o que faz um bibliotecário, que facilita muito na hora de se inserir no mercado de trabalho, talvez por timidez, ou por medo, o que se pode sugerir é que esse profissional use das táticas de marketing e das ideias de ser inovador e criativo para que ele possa se destacar e alavancar no mercado de trabalho e levar o conhecimento da profissão a todos que ainda não saibam, pois isso pode ser um impasse para que mudanças no âmbito social ocorram.

O leque onde o profissional da informação pode atuar é enorme como visto no decorrer dessa pesquisa, infelizmente, observa-se, no âmbito brasileiro, que muitos bibliotecários ainda não despertaram para essa nova realidade, deixando vagos vários campos de atuação, que, muitas vezes, são ocupados por profissionais de outras áreas. Diante dessa destoante realidade, recomenda-se a realização de constantes pesquisas no âmbito acadêmico, com vistas a proporcionar melhoria no processo de formação do bibliotecário, a fim de ampliar suas competências profissionais, assim como, oferecer-lhe ciência da amplitude que seu fazer pode desencadear à sociedade.

Cumpra a todos os engajados com a Biblioteconomia (profissionais, docentes, discentes, associações de classe dentre outros personagens) unir esforços no intento de mostrar à

sociedade as competências e ampla capacidade do profissional da informação e a ocupação adequada desses profissionais aos diversos ambientes e contextos de informação no mercado de trabalho.

É pressuposto deste trabalho que apesar das mudanças, dos desafios, das possibilidades profissionais, e das grandes transformações tecnológicas e espaciais, a essência das ciências que sustentam a profissão do bibliotecário, a Biblioteconomia e a Ciência da Informação e o seu objeto de trabalho – o ciclo informacional, não foi mudado. Embora a teoria seja a mesma, a prática do bibliotecário, especialmente aquela que se baseia em todas as facilidades oferecidas pelas novas tecnologias e a globalização, bem como no método científico da invenção, lhe abre muitos caminhos, muitas novas possibilidades de prestar serviços informacionais e sugere uma nova forma de administrá-los.

Fica de sugestão para futuras pesquisas e aprofundamento temas como “Biblioteconomia para Gestão Pública”, “Biblioteconomia para Gestão Privada”, “Comunicação para o desenvolvimento organizacional”, “Informação seletiva para tomada de decisão” dentre outros.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing e desafio profissional em unidades de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, 1996. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/452/411>>. Acesso em: 19 jun. 2015.
- ANDRADE, Fabiana Menezes Messias de. **Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento: uma análise conceitual**. 2004. 39f. Monografia (Faculdade de Biblioteconomia) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
- BAPTISTA, Sofia Galvão. **Bibliotecário Autônomo versus institucionalizado; carreira, mercado de trabalho e comprometimento organizacional**. Brasília: Universidade de Brasília/Faculdade de Estudos Sociais Aplicados/ Departamento de Ciência da Informação e Documentação, 1998.
- BARROSO, A. C. DE O., GOMES, E. B. P. “Tentando entender a gestão do conhecimento”. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.22, n.2, p.147-70, mar./abr. 199.
- BARBOSA, R.R. et al. Uso de fontes de informação para a inteligência competitiva: um estudo da influência do porte das empresas sobre o comportamento informacional. **Ciência da Informação**. Florianópolis, nº esp. 1º sem. 2006.
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. Os destinos da ciência da informação: entre o cristal e a chama. **DataGramZero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, n.0, p.1-7, dez. 1999. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez99/>. Acesso em: 15 dez. 2015.
- BERBE, Alexandre Campos. **Gestão da informação e do conhecimento: reflexão de conceitos e o papel da Biblioteconomia**. 2005. 103f. Monografia. (Faculdade de Biblioteconomia) – Escola de Comunicação de Artes da Universidade de São Paulo.
- BERTO, Rosa Maria Vilhars de Souza; PLONSKI, Guilherme Ary. Gestão do conhecimento e as novas competências dos profissionais da informação. In: **WORKSHOP BRASILEIRO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E GESTÃO DO CONHECIMENTO**, 1., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, [s. n.], 1999. 1 CD-ROM.
- BEUREN, I. M. **Gerenciamento da informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1998.
- BORGES, M. E. N.; CARVALHO, N. G. de M. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 76-81, jan./abr. 1998.
- CASTRO, C. A.; RIBEIRO, M. S. P. Sociedade da informação: dilema para o bibliotecário. **Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 17-25, jan./abr. 1997.
- CASTRO, César Augusto. **História da biblioteconomia brasileira: perspectiva histórica**. Brasília: Thesaurus Ed., 2000. 287 p.
- CHOO, Chun Wei. **Information Management for the Intelligent Organization; the art of scanning the environment**. 2.ed. Medford, N.J.: Information Today, 1998 (ASIS Monograph Series).

COELHO, Clara Duarte. O novo perfil do profissional bibliotecário diante das transformações sociais e tecnologias. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 33. Paraíba, 2010. **Anais...** Paraíba, 2010.

CRISTIANINI, Gláucia Maria Saia; MORAES, Juliana de Souza. O bibliotecário das universidades do século XXI... In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS INIVERSITÁRIAS, 11, Rio de Janeiro, 2002. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu/snbu2002/oralpdf/54.a.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2016.

CUNHA, Murilo Bastos da. Desafios na construção de uma biblioteca digital. **Ciência da Informação**, Brasília, v.28, n.3, p.255-266, set/dez. 1999.

CUNHA, M. V. O papel social do bibliotecário. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, n. 15, 1º sem. 2003. Disponível em: <http://www.encontros-bibli.ufsc.br/>. Acesso em: 20 jun. 2015.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. Tradução de Bernadette Siqueira Abrão. 2. Ed. São Paulo: Futura, 2000. 316 p.

DAMASIO, Edilson; GOMES FILHO, Antonio Costa; MIRANDA, Paulo Canto de. O domínio da Ciência da Informação: problemas na conceitualização e na forma de consenso. In. CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 19., 2000, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre : FEBAB, 2000. V.1.

DIAS, Maria Matilde Kronka; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente**. Bauru, SP: EDUSC, 2003. 186p.

DUARTE, E.N. et all. Aprendizagem informacional por meio do compartilhamento de conhecimentos entre docentes. São Paulo: **ENANCIB**, 2008.

FERREIRA, Danielle Thiago; SANTOS, Raimundo Nonato Macedo dos. Profissional da Informação: perfil de habilidades demandas pelo mercado. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 23/24, n.2, p. 147-160, especial 1999/2000.

FERRAZ, M. C. C. O valor do trabalho de conclusão de curso para o ingresso do profissional da informação nas empresas. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte (MG), v. 8, n. 1, p. 88-95, jan./jun. 2006. Disponível em: <http://www.eci.ufmg.br/pcionline/>. Acesso em: 15 jun. 2015.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GOMES, Elisabeth; BRAGA, Fabiane. **Inteligência competitiva**: como transformar informação em um negócio lucrativo. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GUIMARÃES, José Augusto Chaves. Moderno profissional da informação: elementos para sua formação no Brasil. **Transinformação**, Campinas, vol. 9, nº 1, jan./abr. 1997.

GUIMARÃES, J. A. C.; GUAREZZI, S. Divulgação profissional em biblioteconomia: um compromisso políticopedagógico com a informação e com a categoria. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 2., CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 17., 1994, Belo Horizonte. **Anais...**, Belo Horizonte: Associação dos bibliotecários de Minas Gerais, 1994. v. 3, p. 380-394.

GUIMARÃES, J. A. C. A divulgação profissional como perspectiva de diálogo entre a atividade acadêmica e a prática profissional: reflexões sobre uma prática pedagógica na área de fundamentos de biblioteconomia e ciência da informação. In: RODRIGUES, M. E. F.; CAMPELLO, B. S. (Org.). **A (re)significação do processo de ensino**: aprendizagem em Biblioteconomia e Ciência da Informação. Niterói: Intertexto, 2004. p. 89-99.

_____. O profissional da informação sob o prisma de sua formação. In: VALENTIM, M. P. (Org.). **Profissionais da informação**: formação, perfil e atuação profissional. São Paulo: Polis, 2000. p. 53-90.

KUHLTHAU, C.C. **O papel da biblioteca escolar no processo de aprendizagem**. In: VIANNA, M.M.; CAMPELLO, B.; MOURA, V.H.V. Biblioteca escolar: espaço de ação pedagógica. Belo Horizonte: UFMG, 1999. p.9-14.

MAES, Pattie, Guttman, Robert H. & Moukas, Alexandros. Agents that buy and sell. **Communications of the ACM**, v.42, n.3, p.81-91, March 1999.

MARCIAL, Elaine. O perfil do profissional de Inteligência competitiva. In: **Gestão estratégica da informação e inteligência competitiva**. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 242-254.

MARCHIORI, Patrícia Zeni. Que profissional queremos formar para o século XXI graduação. **Informação & Informação**. Londrina, 1996. v.1 n.1 p.27-34.

MARCHIORI, Patricia Zeni. A ciência e a gestão da informação. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, p. 72-79. maio./ago. 2002.

MARTINS, R. D. **Perfil do bibliotecário**: uma realidade brasileira. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2012. Disponível em: <<http://migre.me/hnGsW>>. Acesso em: 19 jun. 2015.

MARENCO, Lúcia. A sociedade de informação e seus reflexos no mercado de trabalho. **Transinformação**, Campinas, v. 8, n. 1, p. 112-143, jan./abr. 1996.

MILANO, Manoelle Cristine Dalri. **Consultor de informação**: serviços prestados por empresas de consultoria nas áreas de biblioteconomia e gestão da informação. 2007. p.94. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Biblioteconomia – Habilitação em Gestão da Informação) - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, 2007.

MORESI, E. A. Delineando o valor do sistema de informação de uma organização. **Ciência da Informação**, Brasília, v.29, n. 1, jan./abr. 2000.

_____. Inteligência Organizacional: um referencial integrado. **Ciência da Informação**, Brasília, v.30 2001. p. 35-46.

MUELER, S. P. M. Formação profissional e educação continuada – que profissional devemos ser? In: SIMPÓSIO BRASIL-SUL DE INFORMAÇÃO, 1996, Londrina. **Anais...** Londrina: UEL, 1996. p. 253-272.

NAVES, Madalena Martins Lopes. Considerações sobre gerência de recursos informacionais. **Perspectivas em ciência da informação**, v. 4, n. 1, p. 49-56, jan/jun, 1999.

NEVES, Elizabete da Cruz. Novas perspectivas de atuação aos profissionais da informação. In: SOUTO, Leonardo Fernandes (Org.). **O profissional da informação em tempos de mudanças**. Campinas: Alínea, 2005. Cap. 4, p. 56-68.

OLIVEIRA, Z. C. P. de. **O bibliotecário e sua auto-imagem**. Brasília: Pioneira, 1983.

PAIVA, D. W. de. Perspectivas do agente da informação no contexto brasileiro. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 19, n. 1, p. 48-52, jan./jun. 1990.

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1997.

PFEIFER, S. S. **Criatividade**: um estudo nas fronteiras da ciência, da arte e da espiritualidade. Florianópolis: UFSC, 2001. 256f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PIZARRO, Daniella Câmara; DIVOK, Deise Fries. O papel do Bibliotecário na gestão da informação empresarial: uma pesquisa bibliográfica em periódicos nacionais de biblioteconomia e ciência da informação. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.13, n.1, p.37-58, jan./jun., 2008.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información em lãs organizaciones: principios, conceptos y aplicaciones**. Santiago: CECAPI, 1998. 222 p.

PONTE, Vera Maria Rodrigues. **Análise das metodologias e técnicas de pesquisas adotadas nos estudos brasileiros sobre balanced scorecard**: um estudo dos artigos publicados no período de 199 a 2006. 2008, 15 f. Artigo (Artigo científico de administração). UNIFOR, Fortaleza, 2008.

PORTER, Michael E.; MILLAR, Victor E. How information gives you competitive advantage. In: AUSTER, Ethel.; CHOO, Chun Wei. (Org.). **Managing information for the competitive edge**. New York: Neal-Schuman, 1996. p. 71-79.

REZENDE, Solange Oliveira, PUGLIESI, Jaqueline Brigladori. **Introdução à inteligência artificial**. USP. (2002).

REIS, Linda G. **Produção de monografia**: da teoria a prática. 2 ed. Brasília: Senac – DF, 2008.

RIZZO, Claudio. **Marketing pessoal no contexto pós – moderno**. São Paulo: Trevisan Editora, 2006.

RIBEIRO, Maria Solange Pereira Ribeiro. CURY, Maria Catarina. Biblioteconomia na sociedade Informatizada: a reconstrução da identidade profissional. In: **Conhecimentos, pesquisa e práticas sociais e ciência da informação**. César Augusto Castro(org). São Luis: Edufma. 2007. 228 p.

ROSSATO, Maria Antonieta. **Gestão do conhecimento**: a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível. Rio de Janeiro: Interciência, 2003. 264 p.

RUBI, Milena Polsinelli. Profissional da informação: aspectos de formação, atuação profissional e marketing para o mercado de trabalho. In: **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v.16, n.1, p. 104-118, jan./jun. 2006.

RUBI, Milena Polsineli; EUCLIDES, Maria Luzinete; SANTOS, Juliana Cardoso dos. Profissional da informação: aspectos de formação, atuação profissional e marketing para o mercado de trabalho. **Pesquisa brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v.1, n.2, 2006.

SALAZAR, AAP., **Modelo de implantación de gestión del conocimiento y tecnologías de información para la generación de ventajas competitivas**. 2000. 89f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Informática, Universidad Técnica Frederico Santa Maria, Valparaíso, 2000.

SANTOS, I.V. dos. **Mercado de trabalho para o profissional da informação na área de telecomunicações: o caso da telefonia móvel**. 2007.91f. Monografia. Faculdade de Biblioteconomia, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2007.

SANTOS, Gildenir Caroline; PASSOS, Rosemary. O papel das bibliotecas e dos bibliotecários às portas do século XXI: considerações sobre a convivência da informação impressa, virtual e digital. In: **SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**, 11., 2000, Florianópolis. Anais... Florianópolis: UFSC, 2000. 1 CD.

SARACEVIC, Tefko. Information Science. **Journal of the American Society for Information Science**, *JASIS*, v.50, n.12, p.1051-1063, October 1999.

SETZER, Valdemar W. Dado, informação, conhecimento e competência. **Datagramazero**, n.0, dez. 1999.

SILVA, J. F. M. O impacto tecnológico no exercício profissional. In: VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Atuação profissional na área de informação**. São Paulo: Polis, 2004. p. 83-96.

SILVA, A. G. et al. **A gestão do conhecimento e a atuação do profissional da informação**. 2002.133f. Monografia. (Faculdade de Biblioteconomia) - Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

SILVA, M.L.da; MORIGI, V.J. Representações das práticas e da identidade profissional dos bibliotecários no mundo contemporâneo. São Paulo: **ENANCIB**, 2008.

SILVA, S. M.; MARODIN, H. E. **Inteligência competitiva e elaboração de propostas**. Disponível em: <<http://www.myluis.com.br/biblioteca/downloaddocument/inteligencia-competitiva-e-elaboracao-de-propostas.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2015.

SOUTO, Leonardo Fernandes. Biblioteconomia em reflexão: cenários, práticas e perspectivas. P. 29- 53. In: _____. **Profissional da Informação em tempo de mudanças**. Campinas: Ed. Alínea, 2005.104 p.

TAKAHASHI, Tadao (Org.) **Sociedade da Informação no Brasil: Livro Verde**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000. 203p.

TARAPANOFF, Kira. O profissional da informação e a sociedade do conhecimento: desafios e oportunidades. **Transinformação**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 27-38, jan/abr, 1999.

_____. O bibliotecário na sociedade pós-industrial. In: Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 11, 2000, [s.l]. **Anais...**

TAYLOR, R.S. **Value- Added Process in Information Systems**. Norwood, N.J.: Ablex Publishing, 1986.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando conhecimento**. Rio de Janeiro: SENAC, 2001.

_____. Qual é o futuro dos profissionais da informação. Disponível em: Acesso em: <<http://www.informal.com.br/insight/>> Acesso em: 18 jan. 2016.

VALENTIM, M. L. P. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional. **Encontros Bibli: Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Florianópolis, n. 9, jun. 2000. Disponível em: <<http://www.encontros.bibli.ufsc.br/sumario.htm>>. Acesso em: 15 maio 2015.

_____. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v.3., n.4, ago. 2002. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/ago02/Art_02.htm>. Acesso em: 15 maio 2015.

_____. Assumindo um novo paradigma na biblioteconomia. **Informação & Informação**, Londrina, p.2-6, jul./dez. 1995.

_____. Atuação e perspectivas profissionais do profissional da informação. In: _____. (Org.). **Profissionais da Informação: formação, perfil e atuação profissional**. São Paulo: Polis, 2000. p. 135-156.

VIEIRA, A. S. et. al. Demanda de mercado por gerentes de recursos informacionais: um estudo preliminar. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 295-306, set. 1990.

ZACCARELLI, S. B. **Estratégia moderna nas empresas**. São Paulo: Zarco, 1996.

WAH, L. **Muito Além do Modismo**, HSM Management n.22 Setembro-Outubro 2000, p. 53-44.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

**PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO: NOVAS PERSPECTIVAS NO
MERCADO DE TRABALHO**

A Pesquisa tem como propósito conhecer a visão do mercado sobre o profissional bibliotecário, tendo em vista as mudanças sociais, tecnológicas e econômicas, assim como identificar junto aos gestores das empresas as necessidades de contratação de um profissional de informação.

**AS INFORMAÇÕES LEVANTADAS PELA PESQUISA SÃO DE
CARÁTER ESTRITAMENTE CONFIDENCIAL, ESTANDO VEDADA A
DIVULGAÇÃO OU ACESSO AOS DADOS INDIVIDUAIS DA FONTE
INFORMANTE PARA QUALQUER EMPRESA, ÓRGÃO PÚBLICO OU
PESSOA FÍSICA.**

GOIÂNIA

2017

QUESTIONÁRIO

BLOCO 01 – MERCADO EMPRESARIAL

01. Razão Social

02. Qual é o porte da sua empresa?

- Microempresa (5 a 19 empregados)
 Pequena empresa (20 a 99 empregados)
 Média empresa (100 a 499 empregados)

Grande empresa (500 ou mais empregados)

03. Qual a importância dada à informação na sua empresa?

04. Quem organiza as informações na sua empresa?

05. Qual a importância de ter a informação útil para tomada de decisões?

06. Você conhece as funções de um Bibliotecário?

Sim
 Não

07. Se Não, o que você acha que um Bibliotecário faz?

08. Se Sim, você contrataria um Bibliotecário para trabalhar na sua empresa?

Sim
 Não

09. O que você considera essencial para que o Bibliotecário possa atuar na sua empresa?

Comunicação e expressão
 Raciocínio lógico, crítico e analítico
 Criatividade e iniciativa
 Responsabilidade social
 Ética
 Liderança
 Ser eficaz e eficiente
 Ser empreendedor
 Ser experiente
 Formação humanista e visão global

Outros:

10. Você acha que a contratação de um Bibliotecário para a sua empresa é importante?

Sim
 Não

11. Por que?

A carência de profissionais qualificados
 O crescimento econômico e informacional das empresas
 Para manter os setores organizados

- Para auxiliar na tomada de decisões
- Para liderar grupos
- Para estabelecer e cumprir metas e objetivos
- Devido a novas tecnologias informacionais

Outros:

12. Onde você acha que o Bibliotecário poderia atuar na sua empresa?

- Recursos Humanos
- Análise de sistemas
- Logística
- Recursos financeiros
- Recursos Mercadológicos (Marketing)
- Administração de produção/operações
- Planejamento estratégico
- Gestão da informação

Outros:

13. É do interesse da empresa receber uma cópia dos resultados da pesquisa?

- Sim
- Não

Comentários:

BLOCO 02 - BIBLIOTECÁRIOS**01. Nome**

02. Profissão

03. Idade

04. Local de trabalho

05. Qual a sua opinião em relação a possibilidade dos bibliotecários trabalharem em empresas atuando na função de planejamento estratégico e gestão do conhecimento?

06. Você acha que existem dificuldades para que isso ocorra? Quais?
