

INOVAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

temas transversais

Danielly Oliveira Inomata
Orestes Trevisol Neto
(Orgs.)





Reitoria

Reitor: Claudio Alcides Jacoski

Pró-Reitora de Graduação e Vice-Reitora: Silvana Muraro Wildner

Pró-Reitor de Pesquisa, Extensão, Inovação e Pós-Graduação: Leonel Piovezana

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento: Márcio da Paixão Rodrigues

Pró-Reitor de Administração: José Alexandre de Toni

Diretor de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu*: Claudio Machado Maia

Este livro ou parte dele não podem ser reproduzidos por qualquer meio sem autorização escrita do Editor.

I58 Inovação em biblioteconomia: temas transversais [recurso eletrônico] / Danielly Oliveira Inomata, Orestes Trevisol Neto (Orgs.). - - Chapecó, SC : Argos, 2018.
209 p. il. color.: e-Book. - - (Perspectivas, n. 20)

Inclui bibliografias
ISBN: 978-85-7897-289-9

1. BookTube 2. Branding. 3. Biblioteconomia.
I. Inomata, Danielly Oliveira. II. Trevisol Neto, Orestes.
III. Título.

CDD: Ed. 23 -- 025

Catálogo elaborada por Roseli A. Teixeira CRB 14/631
Biblioteca Central da Unochapecó



Todos os direitos reservados à Argos Editora da Unochapecó

Servidão Anjo da Guarda, 295-D – Bairro Efapi – Chapecó (SC) – 89809-900 – Caixa Postal 1141
(49) 3321 8218 – argos@unochapeco.edu.br – www.unochapeco.edu.br/argos

Coordenadora: Rosane Natalina Meneghetti Silveira

Conselho Editorial

Titulares: Rodrigo Barichello (presidente), Arlene Anélia Renk (vice-presidente),
Rosane Natalina Meneghetti Silveira, Cesar da Silva Camargo, Giana Vargas Mores,
Clodoaldo Antônio de Sá, Ivo Dickmann, Gustavo Lopes Colpani, Claudio Machado Maia,
Hilario Junior dos Santos, Leonel Piovezana.

Suplentes: Maria Assunta Busato, Rodrigo Oliveira de Oliveira, Rosana Maria Badalotti,
Josiane Maria Muneron de Mello, Reginaldo Pereira, Idir Canzi.

SUMÁRIO

| [clique no título para acessar os trabalhos](#) |

PREFÁCIO

Célia Regina Simonetti Barbalho

O BOOKTUBE COMO UM CAMPO DE ATUAÇÃO E INOVAÇÃO PARA A BIBLIOTECONOMIA

Gabriela Bazan Pedrão

AS CINCO LEIS DE RANGANATHAN, SUAS INFLUÊNCIAS NA COMPOSIÇÃO DE *POSTS* NO *BLOG* CAÇADORES DE BIBLIOTECAS, ALGUNS EXEMPLOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS NO AMAZONAS, BRASIL

Soraia Pereira Magalhães

***BRANDING* PARA A CONSTRUÇÃO DE MARCAS EM BIBLIOTECAS**

Jorge Moisés Kroll do Prado e Adilson Luiz Pinto

INOVAÇÃO EM BIBLIOTECAS: CASOS DE SUCESSO COM O USO DE TECNOLOGIAS

Ketry Gorete Farias dos Passos, Pedro Ivo Silveira Andretta e Gregório Jean Varvakis

INFORMAÇÃO PARA *STARTUPS*

Priscila Machado Borges Sena e Ursula Blattmann

AMBIENTES DE INOVAÇÃO: DO CONTEXTO DAS REDES COLABORATIVAS À PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES INFORMACIONAIS

Danielly Oliveira Inomata e Gregório Varvakis

SUMÁRIO

[| clique no título para acessar os trabalhos |](#)

DESMITIFICANDO O USO DO DOCUMENTO DE PATENTE COMO RECURSO INFORMACIONAL

Adriana Stefani Cattivelli e Adilson Luiz Pinto

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA EMPREENDER NA BIBLIOTECONOMIA

Daniela Spudeit

EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: UMA REVISÃO DE LITERATURA NO ÂMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

Daniela Spudeit, Críchyna Madalena, Genilson Geraldo e Marli Dias

A DIVERSIDADE SEXUAL EM QUESTÃO: UMA ANÁLISE WEBOMÉTRICA DOS WEBSITES GUIA GAY

Eduardo Silveira, Jean Fernandes Brito e Márcio Matias

GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO: QUESTÕES EMERGENTES NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Orestes Trevisol Neto

GRAFITE EM FLORIANÓPOLIS: CARTOGRAFIA DOCUMENTAL

Igor Soares Amorim e Marisa Bräscher

SOBRE OS AUTORES

ÍNDICE REMISSIVO

CRÉDITOS

PREFÁCIO

Ao considerar inovação como uma ação ou um ato de modificar, renovar ou criar de uma novidade, é factível entender que estão incorporados nesta obra 12 relatos de pesquisas brasileiras, conclusas ou não, que apontam caminhos ou estratégias diferentes aos habituais percursos que são construídos para examinar as questões inerentes à Biblioteconomia e à Ciência da Informação.

Sob esta concepção, esta obra, de iniciativa dos professores do curso de Biblioteconomia da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) e da Universidade Federal do Amazonas, se debruça para examinar a inovação na Biblioteconomia sob diferenciados contextos, a saber: o tecnológico e seu emprego no aperfeiçoamento da oferta de produtos e serviços; o da promoção de informações dispostas em diferenciados ambientes para consumo de públicos diversificados; o da informação enquanto elemento construtivo dos processos de inovação e prospecção tecnológica; o do empreendedorismo; e o da imagem, seja ela institucional, seja ela urbana, denotando a transversalidade das temáticas tratadas.

Gabriela Bazan Pedrão, ao abordar “O Booktube como um campo de atuação e inovação para a Biblioteconomia”, ressalta a importância da oferta dos serviços de informação inovadores ser associada aos modelos mais convencionais até então adotados pelas bibliotecas mais tradicionais, tendo em vista serem esses últimos o ponto de partida da geração de novas perspectivas para renovação, aprimoramento e inovação. É nesta perspectiva que a autora discute o uso da plataforma YouTube para a produção gratuita da mediação e incentivo à leitura por meio do Booktube, criado por volta de 2011, nos Estados Unidos, que oferece uma diversidade de possibilidades para o fazer do bibliotecário. Ao expor sobre sua experiência com o canal “É o último, juro”, a autora relata um esforço profícuo em associar tecnologias de informação e de comunicação aos serviços tradicionais oferecidos pelas bibliotecas escolares, concluindo que os resultados obtidos denotam a eficácia da inovação efetuada.

Revisitando “As cinco leis de Ranganathan, suas influências na composição de *posts* no *blog* Caçadores de Bibliotecas, alguns exemplos de Bibliotecas Públicas no Amazonas, Brasil”, a doutoranda da Universidade de Salamanca, na Espanha, Soraia Pereira Magalhães, expõe os resultados parciais de seu estudo. Destaca que o *blog*, criado em 2010 com a finalidade de oferecer informações sobre diversificadas tipologias de bibliotecas e outros ambientes culturais, apresenta imagens fotográficas que oferecem visibilidade sobre estes organismos culturais que se encontram em diferentes estágios de atuação. O capítulo analisa cinco bibliotecas instaladas no interior do estado do Amazonas (Brasil), à luz das Leis da Biblioteconomia, sendo, respectivamente, as bibliotecas públicas dos municípios amazonenses de Autazes (*Uma biblioteca é um organismo em crescimento*), Benjamin Constant (*Para cada leitor seu livro*), Tefé (*Os livros são para serem usados*), São Sebastião do Uatumã (*Poupe o tempo do leitor*) e Urucurituba (*Para cada livro seu leitor*). Sob o ponto de vista da autora, o capítulo oferece o exame do *corpus* selecionado a partir de três abordagens que se consubstanciam suas análises: informações básicas sobre o tema *blog*; influências e atualidades das Leis de Ranganathan; e o exame da eficácia da ação de bibliotecas que compõem o Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas. Soraia conclui

afirmando que, para que uma biblioteca pública ter uma efetiva representatividade na sociedade, é necessário a existência de instalação física, mas também recursos informacionais e tecnológicos que possam para atender ao público envolvendo horários adequados, serviços e pessoal qualificado.

O processo executado tornar uma marca mais conhecida, envolvendo desde a sua concepção até as ações cotidianas de *marketing*, é o foco do trabalho de Jorge Moisés Kroll do Prado e Adilson Luiz Pinto, intitulado “*Branding* para a construção de marcas em bibliotecas”. O capítulo tem a proposta de apresentar a importância das marcas no mundo corporativo e em algumas bibliotecas do exterior, além de explorar o processo de criação e sua importância no universo das bibliotecas. Os autores apresentam uma breve história da marca, o processo de desenvolvimento de marcas, à luz da proposta de Aaker (2012), para quem a construção de uma marca deve atentar para três aspectos essenciais: o conjunto de associações desejadas; os elementos que se deseja ver identificado na marca e, por último, sua essência. Ao destacar estes aspectos para as bibliotecas, os autores fazem uma provocação ao questionar: Quantas bibliotecas no Brasil podem ser reconhecidas a partir de suas marcas? E expõem uma proposta de desenvolvimento de marca com enfoque para bibliotecas a partir do *branding*, destacando que há uma retroalimentação que se relaciona à gestão da marca com a necessidade de inovar dentro das bibliotecas. Assim, eles apontam que é necessário caminhar para além da compreensão de *marketing* exclusivamente como divulgação, e entendê-lo como um conjunto complexo de ações que envolvem a imagem da biblioteca como um todo.

O capítulo intitulado “Inovação em bibliotecas: casos de sucesso com o uso de tecnologias”, constituído por Ketry Gorete Farias dos Passos, Pedro Ivo Silveira Andretta e Gregório Jean Varvakis, retrata, por meio do estudo de casos múltiplos, ações inovadoras realizadas em bibliotecas públicas, escolares e universitárias por intermédio do emprego de tecnologias. Ao compor o texto em três partes, os autores abordam a compreensão teórica dos conceitos inovação, bibliotecas e tecnologias visando compor uma aproximação conceitual entre as temáticas. São expostas dez iniciativas inovadoras em bibliotecas universitárias pelo mundo, como forma de exemplificar os preceitos teóricos expostos pelo texto, os quais conduzem para aos resultados que expressam como as bibliotecas estabeleceram ações inovadoras a partir da criação de *blogs*, páginas da web, lista de *e-mail* ou de discussão, *Design thinking* e *makerspaces*. Ou ainda, para serviços tradicionais, como a disseminação seletiva da informação, a sugestão de leitura, a referência *on-line*, e demais serviços, como impressão 3D, capacitação em ensino a distancia (EaD) e Web 2.0. Amparados nos exemplos expostos em que as bibliotecas se colocam como inovadoras por meio de recursos tecnológico, os autores apresentam as diretrizes para a inovação em produtos e serviços de informação, concluindo que a postura inovadora em bibliotecas por intermédio do uso de tecnologias está associada à existência de competências profissionais.

Priscila Machado Borges Sena e Ursula Blattmann são as autoras do capítulo intitulado “Informação para *startups*”, cujo objetivo foi indicar fontes de informação pertinentes às *startups* a partir da constituição de um paralelo entre as sete fontes de inovação de Druker (1987) com os tipos de inovação que ocorrem nas *startups* de Ries (2011), e as fontes de informação primárias de Cunha (2016). O estudo, de caráter exploratório descritivo, examina as sete fontes expostas por Druker, correlacionando-as com os tipos de inovação que ocorrem nas *startups* e as fontes de informação utilizadas. As autoras discutem gênese, estruturam quatro

fatores responsáveis pela explosão das *startups* e seus impactos no contexto nacional, defendendo que os ecossistemas que envolvem as *startups* variam em função de características locais. Ao abordar os processos inovativos, seus tipos e características, apontam que *startups* usam tipos variados de inovação demandando pelo uso de fontes internas e externas relevantes para as *startups*, demonstrando e dimensionando elementos que venham a corroborar para a vigilância tecnológica.

“Ambientes de inovação: do contexto das Redes Colaborativas à proposição de Diretrizes Informacionais” expõe o resultado do trabalho executado por Danielly Oliveira Inomata e Gregório Varvakis. Os autores evidenciam o contexto das redes colaborativas formadas nos ambientes de inovação e buscam, após compreensão teórica e prática, dispor sobre as diretrizes dos fluxos de informação, amparados nos aspectos conceituais da Ciência da Informação e no percurso metodológico do *Design Science Research*. Partindo do pressuposto de que um parque tecnológico é um dos atores de um sistema de inovação que transfere conhecimentos para as empresas incubadas, o texto examina os conceitos de formação de redes colaborativas nos ambientes de inovação e a dinâmica dos fluxos informacionais em processos intensivos em conhecimento apontando que a complexidade e o dinamismo do fluxo de informação das redes compostas nos ambientes de inovação se configuram como sistemas abertos, permitindo a existência de subsistemas e a composição de meta-redes. Ao tratar sobre as diretrizes informacionais como ações estratégicas, os autores destacam que elas envolvem sete aspectos: informação crítica; papel dos atores do processo; possibilidades de socialização nos ambientes de inovação; manutenção da base de conhecimentos; estrutura das redes informacionais; possibilidades de formação de parcerias nas redes; acompanhamento dos resultados da colaboração na rede para novas ações. Concluem apontando que profissionais da informação podem atuar em espaços de inovação, atuando nas demandas para gestão de informação de forma eficiente e eficaz.

Os autores buscam no capítulo “Desmitificando o uso do documento de patente como recurso informacional”, Adriana Stefani Cattivelli e Adilson Luiz Pinto, partem do pressuposto que as patentes reúnem informações que podem ser valiosas, devido ao seu grau de aplicabilidade na vida cotidiana, bem como, que 70% a 80% da informação tecnológica no mundo está exposta nos documentos de patentes, sendo essencial desmitificar o preceito de que ele é recurso informacional complexo. Para atenderem a objetivo que propõem, os autores apresentam as partes que constituem o documento de patente e os Códigos INID, as principais bases de dados de patente nacionais e internacionais categorizadas em: a) base de dados de escritórios nacionais; b) base de dados comerciais; c) base de dados de acesso livre que reúnem vários escritórios nacionais, despontando características relacionadas à busca em algumas das principais bases de dados de patentes para fomentar a extração de informação estratégica. Oferecem especial foco no propósito de definir o estado da técnica, de monitorar as atividades dos concorrentes, de mapear citações em patentes e de analisar famílias de patentes. Conclui asseverando que a busca de patentes é um pouco mais complexa que a busca usual que se faz por artigos, teses e livros, mas que esta atividade é mola propulsora da inovação tecnológica.

Daniela Spudeit aponta os “Desafios e oportunidades para empreender na Biblioteconomia”, os quais envolvem a atuação inovadora para o aumento da ocupação de espaços de trabalho para o bibliotecário e de ressignificação de suas competências no sentido de atender as demandas do mercado e da sociedade para além

dos ambientes tradicionais. Para tal, a autora discute, amparada na literatura nacional, como se configuram tais ambientes com intuito de promover ponderações acerca do ambiente de inovação e os ambientes de atuação profissional considerando que esta atuação pode ser configurada em suas próprias empresas como prestadores de serviços na área de gestão da informação. Amparada nos conceitos e os tipos de inovação apresentados pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), no Manual de Oslo, o texto afirma que muitas mudanças foram configuradas no mercado e no fazer profissional dos bibliotecários nos últimos trinta anos em função, dentre outros aspectos, da inserção e uso das tecnologias da informação e comunicação. Para amparar esta assertiva, são expostas pesquisas realizadas sobre empreendedorismo na Biblioteconomia no Brasil, destacando uma relação dos poucos trabalhos sobre empreendedorismo na Biblioteconomia publicados no Brasil, as quais estão focadas perfil, competências e formação do bibliotecário empreendedor. A autora destaca ainda oportunidades, desafios e formação empreendedora, destacando as empresas criadas por bibliotecários, baseada no estudo de Laurindo et al. (2016). Relaciona a diversidade de nichos em que os bibliotecários podem atuar no mercado alternativo, apontando que há necessidade de ampliar a formação dos bibliotecários para desenvolver competências empreendedoras que oportunizem a melhoria na prestação de serviços. Conclui que a inovação amplia os espaços de trabalhos para bibliotecários.

Os resultados de uma pesquisa de caráter teórico delineada para analisar como os bibliotecários brasileiros estão empreendendo é exposto no capítulo intitulado “Empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação: uma revisão de literatura no âmbito nacional e internacional”, de autoria de Daniela Spudeit, Críchyna Madalena, Genilson Geraldo e Marli Dias. Do ponto de vista dos autores, esta temática se configura como um desafio em função da corrente tradicional e a cultura técnica que demarcam a profissão. A pesquisa, realizada por docentes e discentes da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), foi motivada pela uma carência em de pesquisas científicas sobre o tema e pelo grupo considerar importante discutir o empreendedorismo, nas mais diversas áreas. Os fundamentos teóricos do empreendedorismo são abordados visando amparar conceitualmente a investigação que se caracterizou como uma pesquisa descritiva, exploratória e bibliográfica em relação aos objetivos e abordagens utilizadas. Os resultados apontam para um mapeamento da produção científica sobre empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação divulgada nos periódicos nacionais e internacionais. Os autores apontam que embora o primeiro artigo tenha sido encontrado em 1989, o campo do objeto de pesquisa só foi consolidado em meados do ano de 2015, quando houve uma elevação quantitativa de artigos e concluem que o empreendedorismo na Biblioteconomia/Ciência da Informação se configura como uma temática contemporânea.

“A diversidade sexual em questão: uma análise webométrica dos *websites* Guia Gay” é o capítulo composto por Eduardo Silveira Jean Fernandes Brito e Márcio Matias. O texto apresenta um estudo sobre os *websites* pertencentes a rede “Guia Gay”, um ambiente informacional digital que disponibiliza informações turísticas para o público gay. A mesma rede desse ambiente se concentra em outros *websites*, expandido-se as seguintes cidades brasileiras: São Paulo, Salvador, Belo Horizonte, Brasília e Florianópolis. Os autores buscaram entender como os *websites* pertencentes ao Guia Gay disponibilizam suas informações na web, no sentido de averiguar

características webométricas de acordo com sua influência em outros *websites*, sua interação em divulgar informações externas em sua página, seu tamanho e impacto na web, bem como, as conexões estabelecidas entre os guias da rede. Após uma breve abordagem teórica sobre o paradigma social da informação e a comunidade LGBTQ, o texto expõe os resultados do estudo, focando as análises nas estruturas de *links* e nas conexões que os *websites* apresentam a partir dos seguintes indicadores: tamanho de *website*, visibilidade, fator de impacto pertencente a análise de *links* e o quantitativo de conexões de menções web que cada *website* faz do conjunto populacional investigado. Os autores concluem afirmando que os *websites* apresentaram uma interação efetiva condizentes com a proposta dos ambientes e em relação às demandas dos usuários.

O capítulo de autoria de Orestes Trevisol Neto, intitulado “Gênero e identidade de gênero: questões emergentes na Biblioteconomia e Ciência da Informação”, objetiva provocar nos profissionais, por ele nomeados de bibliotecários(as) e cientistas da informação, uma reflexão sobre como suas práticas profissionais podem se relacionar com questões que envolvem gênero e identidade de gênero no campo da Biblioteconomia e Ciência da informação. Nesse aspecto, o autor ressalta que sua proposta é provocar uma autoanálise da área sobre tais temáticas no ensino e na pesquisa. Para isto constrói sua abordagem a partir das seções por ele denominadas de: gênero e identidade de gênero: breves definições; as pesquisas desenvolvidas na área relacionadas às questões de gênero e identidade de gênero, o papel social dos(as) bibliotecários(as)/bibliotecas frente as questões de gênero e identidade de gênero.

Amparados em Deleuze e Guattari, os autores do capítulo “Grafite em Florianópolis: cartografia documental”, Igor Soares Amorim e Marisa Bräscher, consubstanciam seu olhar inovador a partir do mapeamento dos grafites dispostos no tecido urbano da capital catarinense. Para tal, exploram histórica e teoricamente o grafite assumindo que ele é portador de significados, constituído por uma teia de sentidos que possibilitam sua acepção enquanto linguagem pertencente a uma cidade. Desse modo, ao contemplar o grafite como elemento que promove a informação em função de sua documentalidade, os autores constroem uma profícua relação entre texto e contexto.

O exame dos conteúdos expostos em cada capítulo permite inferir que a variedade de acepções acerca da forma inovadora como os profissionais bibliotecários podem atuar ou atuam, conforme os relatos das pesquisas apresentadas, se coloca como um prenúncio de uma leitura gratificante, esclarecedora e abrangente, a qual possibilitará ampliar o olhar da ação profissional, sobretudo, para conduzir um fazer direcionado para o atendimento das demandas da sociedade em prol da construção de uma ação efetivamente cidadã.

Boa leitura a todos!

Célia Regina Simonetti Barbalho

Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Professora titular do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

O BOOKTUBE COMO UM CAMPO DE ATUAÇÃO E INOVAÇÃO PARA A BIBLIOTECONOMIA

Gabriela Bazan Pedrão

INTRODUÇÃO

As bibliotecas existem desde o terceiro milênio a.C. (ORTEGA, 2004), e com elas os bibliotecários. Porém, muito antes da Biblioteconomia existir, já havia a profissão, criando raízes e determinando nossa função: organizar, tornar simples, tornar acessível. Com a evolução das tecnologias, nossos serviços também evoluíram. Adotamos sistemas mais eficientes, como as fichas catalográficas, as regras de catalogação e classificação, os vocabulários controlados e chegamos até a era digital.

Se até meados dos anos 1990 nossa função era restrita a ambientes físicos e, principalmente, a bibliotecas (GUIMARÃES, 1997), a realidade hoje é muito diferente. Na era digital os serviços fluem pelo mundo *on-line*, as bases de dados são alimentadas facilmente e rumam para a automação e as antigas fichas servem apenas como objetos de memória de uma época já distante. A profissão está mudando. Nossa função há tempos já não é mais apenas organizar. A organização é uma atividade quase orgânica no mundo digital, ou seja, que acontece de uma forma quase automática e tende a cada vez menos precisar de um escalão de profissionais para mantê-la.

Começar uma graduação de Biblioteconomia atualmente com o pensamento de apenas organizar uma biblioteca e trabalhar para mantê-la funcionando, por exemplo, é começar uma graduação no passado. O presente e o futuro pedem outro tipo de profissional. As bibliotecas não deixarão de existir, mas elas estão se modificando. O bibliotecário continuará a ser necessário da mesma forma por quanto tempo? Aquele perfil “somos capazes de organizar, catalogar, classificar, indexar, disseminar e recuperar a informação” vai descrever o que somos até quando? Creio que essa é uma definição obsoleta e que não cabe mais ao profissional que se diz atual. Um estudante de Biblioteconomia que ainda se utiliza dessa receita é um futuro profissional do passado.

Atualmente, acredito que a função primordial do bibliotecário seja social, não tecnicista. É evidente que essa função técnica sempre será necessária, e nós vamos continuar a executá-la. Mas a tendência é que essas tarefas consumam menos do nosso tempo com a ajuda de novas tecnologias, compartilhamento de dados e importação de registros, por exemplo. Assim, o profissional poderá se concentrar em outras práticas que possam melhorar e dinamizar seus serviços.

A grande questão é como vamos nos adaptar ao futuro e quais espaços podemos ocupar. Meu objetivo neste capítulo é discutir sobre os espaços que estão se abrindo, principalmente na internet, tornando-se populares e que são boas opções para bibliotecários desenvolverem trabalhos de inovação. Um desses espaços, e o que discutirei aqui, é o *site* de compartilhamento de vídeos YouTube. O YouTube é uma ferramenta interessante para compartilhamento de conteúdo. Através dele é possível compartilhar de forma gratuita, com o auxílio de um canal pessoal (ou institucional), vídeos sobre os mais diversos temas. É um espaço interessante para divulgação de práticas, ideias e para discussões.

As ideias que apresentarei aqui não visam substituir o trabalho “convencional” de bibliotecário, como dito anteriormente. Elas são pontos de partida para novas perspectivas, para renovação da figura profissional e para o aprimoramento e inovação de serviços. Optei por discutir as possibilidades dentro do YouTube porque é uma plataforma simples, amplamente conhecida, com possibilidades de produção gratuita e que possuo mais experiência de trabalho.

Ao longo deste capítulo comentarei brevemente as possibilidades de produção e minha experiência como bibliotecária e produtora de conteúdo. Comentarei também como esse trabalho pode acrescentar valor aos serviços dos bibliotecários e como é importante que nossa classe profissional esteja atenta a essas tendências.

1 O YOUTUBE E SUAS TENDÊNCIAS

O YouTube foi criado em 2005 com o objetivo de oferecer um local para compartilhamento simples e gratuito de vídeos (BURGESS; GREEN, 2009). A rede ganhou fama e chamou a atenção dos produtores de conteúdo por sua inovação e facilidade de utilização. Em pouco tempo, produtores migraram de *blogs* para o *site* e começaram uma tendência de produção para nichos específicos. Os mais famosos e que ganharam maior visibilidade foram os conteúdos relacionados à moda e beleza, jogos *on-line*, canais de humor e com foco na rotina do produtor.

Atualmente é difícil encontrar algo que ainda não foi comentado no YouTube, de dicas de maquiagem a aulas de instalação de eletroeletrônicos. Há vídeos de praticamente tudo. Com o crescimento da plataforma, naturalmente os mais variados nichos foram explorados e um deles foi o da literatura.

1.2 O Booktube

Com a exploração de nichos e, conseqüentemente, com o crescimento da produção de vídeos sobre literatura, criou-se uma categoria informal dentro do YouTube chamada Booktube. A categoria foi criada por volta de 2011, nos Estados Unidos, e é um trocadilho com a palavra YouTube (algo como “você na tela”) e Booktube (“livro na tela”) (PAIVA; SOUZA, 2017). Com a popularização do termo, diversos produtores de conteúdo de outros países adotaram a categoria e passaram a se autodenominarem *booktubers*.

Os canais desenvolvidos pelos *booktubers* falam de literatura de um jeito simples e descontraído. É um meio utilizado para expor opiniões, resenhar obras, comentar lançamentos e aquisições feitas pelos donos dos canais e dar dicas de leituras, hábitos e organização de estantes, por exemplo.

No Brasil, o Booktube se tornou um fenômeno por volta de 2013. Diversos canais foram criados, chamando a atenção das editoras para um novo mercado que consome literatura, opina sobre suas leituras e, ao mesmo tempo, consome a produção de conteúdo de outros *booktubers*. Começaram a surgir tendências de leitura e a opinião dos consumidores passou a ser diretamente influenciada por esses produtores leitores.

Esses produtores, em sua maioria, não são especialistas. Há na comunidade de *booktubers* professores e estudantes de Letras, mas há também uma grande variedade de pessoas que simplesmente gostam de ler e estão compartilhando suas opiniões. Esse é um trabalho, mesmo que feito de maneira informal, de mediação de leitura, porém, uma mediação diferente, centrada no compartilhamento informal, como uma conversa entre amigos. Esse diferencial é importante, pois tira da mediação a figura de uma autoridade indicando e discutindo obras, torna o processo mais simples e gera identificação, a pessoa que está ouvindo vê na pessoa que está falando alguém próximo, igual, sem escalas de autoridade ou formalismo, é um alguém próximo que encoraja o diálogo e a possibilidade de se expressar livremente.

A mediação é uma atividade profundamente ligada ao trabalho do bibliotecário. Do momento em que optamos por um livro e não outro na escolha do acervo, até nossas sugestões aos leitores ou a maneira que optamos por classificar e catalogar uma obra são práticas de mediação. O bibliotecário é, por essência, um intermediário, uma ponte, entre o mundo informacional e o mundo real, por assim dizer, mas ainda andamos devagar na mediação literária. A figura do bibliotecário apenas sugerindo obras de trás do balcão, ou fazendo atividades já corriqueiras, como a hora do conto, precisa ser complementada com apostas em novos meios, como o Booktube.

Essa prática possibilitou o estabelecimento de espaços de sociabilidade para leitores e vem auxiliando o hábito de leitura como uma atividade socialmente conectada a outras pessoas (SILVA, 2016). Essa movimentação na internet tem grande alcance, gera interesse e traz o crescimento e a divulgação, não somente da literatura, como da comunidade leitora, que, com o incentivo desses canais literários, podem criar um interesse até então não despertado, ou aperfeiçoar seus hábitos como leitores.

Os maiores *booktubers* brasileiros têm canais que agregam entre duzentas e trezentas mil pessoas inscritas para receber seus conteúdos. Há entre eles grande diversidade de obras discutidas e resenhadas, abrangendo diversos nichos literários e tipos de leitores. É notável que há interesse do público por literatura e por esse tipo de conteúdo produzido e que essa é uma temática afinada à Biblioteconomia. Contudo, com um recente levantamento sobre bibliotecários que desenvolvem trabalhos na internet, podemos ver que, entre o grande número de canais literários no Brasil, temos atualmente apenas quatro produzidos por bibliotecárias (PEDRÃO, 2018). Ou seja, apesar de ser um campo com um grande público interessado, ainda é pouco explorado por bibliotecários.

2 BIBLIOTECONOMIA E O BOOKTUBE

Como já dito anteriormente, o *booktube* é um campo com grande afinidade com a Biblioteconomia. As atividades de mediação e incentivo à leitura fazem parte de nossa rotina, mas não precisam acontecer necessariamente dentro do espaço físico de uma biblioteca. Atualmente, a informação é passada com rapidez

e facilidade. As pessoas buscam por respostas descomplicadas e que possam ser alcançadas de dentro de casa, do trabalho e até mesmo direto de seu próprio celular, por exemplo.

Na realidade atual, as pessoas vão cada vez menos a lugares físicos para buscar auxílio, tirar dúvidas ou procurar recomendações. Tudo isso é feito através da internet e *sites* como o YouTube. Para os bibliotecários não é diferente. Um leitor dificilmente irá até uma biblioteca apenas para pedir uma sugestão, ou dizer que gostou de uma obra. No entanto, ele pode passar a frequentar uma biblioteca que sugira livros e faça comentários sobre as obras em um canal literário e que possibilite um diálogo mais amplo entre ele e outros leitores.

Esse é um caminho interessante não apenas para bibliotecários que trabalham em bibliotecas, é uma oportunidade para todos nós. O YouTube oferece um meio de divulgação de ideias. Alguns exemplos: para o bibliotecário dentro de uma biblioteca é interessante para falar sobre os livros de seu acervo. Para o bibliotecário que trabalha em órgãos administrativos ou de administração, é interessante para falar sobre obras literárias relacionadas a temas como estratégia, gestão, *coaching* e empreendedorismo (há diversas biografias, livros de não ficção e autodesenvolvimento sobre o tema). Para o bibliotecário que trabalha com informação jurídica é interessante para comentar novas edições de livros de leis e obras clássicas do Direito.

Há uma grande diversidade de possibilidades para o bibliotecário onde quer que o profissional esteja inserido e é uma oportunidade de realizar um trabalho diferenciado. Falar sobre livros (literários ou não) é também um crescimento profissional, pois envolve um trabalho de pesquisa, leitura e organização, que, em alguns momentos, vai exigir que se saia da zona de conforto do trabalho diário para encontrar novas fontes e possibilidades.

Creio que há também uma troca muito rica entre a comunidade leitora e o produtor de conteúdo no Booktube. Com as discussões geradas pelos vídeos, surgem possibilidades para melhoria de serviços, dicas e recomendações de outras obras e até mesmo algumas perguntas e respostas que enriquecem muito o bibliotecário, não só como profissional, mas também como pessoa que vive novas experiências.

É interessante também para a comunidade bibliotecária que leva ideias para novos espaços e em novos formatos e possibilita uma rede colaborativa. Quanto mais bibliotecários produzindo conteúdo em vídeo sobre livros e literatura, mais falaremos sobre espaços de leitura e bibliotecas e sobre a importância desses espaços e dos bibliotecários. É uma divulgação da própria profissão, é visibilidade para a classe profissional e é, principalmente, mostrar ao público que consome esses conteúdos que os bibliotecários também estão inteirados sobre os novos meios de informação.

Uma classe que entende o poder desse tipo de produção também cria uma rede de colaboração onde pode haver um diálogo entre profissionais. Esse diálogo pode se dar através de vídeos ao vivo, de discussões temáticas, em que vários canais comentam sobre um tópico previamente escolhido, ou ainda nas perguntas e respostas, chamadas popularmente de TAGs no Booktube, nas quais há diversas recomendações, indicações, listagem e comentários de obras dentro de um tema e que acabam criando vídeos que são verdadeiras referências de leitura.

É um campo bastante explorado e com diversos canais estabelecidos e com um público fiel, mas ainda não por bibliotecários. Acredito que a classe profissional tem muito a contribuir para o Booktube com novas visões e trabalhos diferenciados. Ser bibliotecário é ter credibilidade para não somente lidar com informação, como normalmente fazemos, mas para também falar sobre informação, o que podemos começar a fazer.

2.2 O canal “É o último, juro!”

Quando falamos sobre práticas da atualidade, estamos falando sobre práticas que não são do domínio ou afinidade de todos. Creio que seja interessante, além de dissertar sobre o tema e sobre algumas possibilidades, dar exemplos. Como exemplo de um canal produzido por uma bibliotecária, vou comentar brevemente a trajetória do trabalho que desenvolvo há quatro anos no YouTube.

Criei o canal “É o último, juro” em fevereiro de 2014, quando os canais literários brasileiros estavam crescendo em tamanho e fama. Foi uma época em que o Booktube estava ganhando força e espaço no Brasil e diversos canais começaram a se estabelecer. Acompanhando de perto a maioria desses canais, notei que esse poderia ser um bom meio de mediação de leitura, principalmente para jovens leitores, e como eu trabalhava em uma biblioteca escolar, acreditei que seria um bom caminho para incentivar os alunos da escola.

Uni a vontade de oferecer algo diferente aos alunos a uma realização pessoal. Há algum tempo, por ser bibliotecária escolar, eu estava mais próxima à literatura infantil e juvenil do que da literatura por gosto pessoal. Desse modo, o canal seria um meio para melhorar também meus próprios hábitos, pois eu criaria o compromisso de produzir conteúdo e falar sobre obras me esforçando para ler mais.

Comecei os vídeos com livros que havia na biblioteca da escola, títulos como *Filhos do Éden*, de Eduardo Spohr; *A livraria 24h do Mr. Penumbra*, de Robin Sloan; e *Quem poderia ser a uma hora dessas*, de Lemony Snicket. Aos poucos também incluí na programação de vídeos conteúdos com dicas para melhorar os hábitos de leitura, para ler mais, resenhas de obras semelhantes às do acervo da escola e dei prioridade a alguns gêneros literários que eram até então pouco comentados no Booktube: fantasia, suspense policial e ficção científica.

O canal logo fez sucesso entre os alunos. Fiz pequenos cartões com o nome do canal e o endereço e iniciei uma distribuição entre os leitores da biblioteca. Utilizei o canal como um meio principalmente para aqueles alunos que não demonstravam interesse no acervo e normalmente entravam apenas para acompanhar os amigos. Para esses eu comecei a distribuir os cartões e pedir que eles entrassem e assistissem a um vídeo qualquer, e que, caso eles se interessassem, o livro estaria ali disponível para ser levado.

A ideia deu certo, e os alunos se sentiram motivados e criaram uma forte ligação com a biblioteca, fazendo com que os empréstimos girassem em torno de mil livros por semestre, um número expressivo para uma biblioteca de pequeno porte. Acredito que o canal tenha possibilitado uma identificação dos alunos e auxiliou na quebra de rótulos sobre bibliotecas e bibliotecários. Eles conseguiram perceber que eu estava inteirada com os meios de informação e comunicação que eles utilizavam, que poderia falar “a mesma língua” que eles falavam e que a pessoa que estava ali emprestando livros sabia respeitar o interesse e o tempo para se habituar ao espaço de cada um.

Mesmo com resenhas de obras que não estavam no acervo da biblioteca, percebi que os alunos continuavam acompanhando e criaram o hábito assistir aos vídeos. Isso mostrou que o comportamento também estava mudando. Essa turma foi além da leitura como uma atividade individual e passou a ter a vontade de falar sobre livros e ouvir outras pessoas falando sobre leitura. Assim, o canal cresceu dentro da escola, os alunos iam até

a biblioteca, comentavam sobre os vídeos, davam suas próprias opiniões e se sentiam motivados e conectados com aquele universo.

Para mim foi o acréscimo de um trabalho sem nenhuma remuneração extra. O YouTube oferece meios para monetização de vídeos, mas para se alcançar um valor que seja significativo é preciso um canal com um grande número de inscrições e um trabalho feito quase que exclusivamente para isso. Atualmente um canal pode retirar seu lucro obtido em monetização a partir de cem dólares, e um canal como o “É o último, juro!” ganha cerca de 0,50 dólares em um vídeo com cerca de mil visualizações, ou seja, é um crescimento em dinheiro muito devagar.

De fato, não é possível viver com o faturamento de um canal nesses termos e, como comentei, foi o acréscimo de trabalho sem nenhuma remuneração, mas que acrescentou muito mais para minha experiência profissional e pessoal. Com o desenvolvimento do canal desenvolvi também outras habilidades de comunicação, integração social, pesquisa e construção de conteúdo. Fiquei mais preocupada com lançamentos literários, produção editorial e qualidade tanto do conteúdo do livro quanto de impressão e edição, o que me auxiliou na parte de aquisição de acervo, por exemplo.

O crescimento não foi apenas nesses aspectos. Pude perceber, através do canal, dúvidas, receios e dificuldades de leitores para manter e melhorar seus hábitos. Essas trocas são importantes e nos auxiliam a pensar sobre meios para incentivar a leitura. Assim, passei a produzir um conteúdo mais diversificado, não apenas resenhas, mas também dicas de leituras rápidas, dicas para melhorar o hábito e indicações de livros para começar a criar uma rotina de leitura. Outro fator muito interessante foi a curiosidade e os questionamentos das pessoas sobre a profissão de bibliotecário.

Na medida em que o canal cresceu, ele foi além dos objetivos na escola e da melhoria de meus hábitos de leitura. Em cerca de um ano e meio o canal já tinha um público bastante fiel, embora pequeno. Desde o começo sempre comentei nos vídeos que era bibliotecária e, com o passar do tempo, esse fato passou a gerar interesse e curiosidade nas pessoas que acompanhavam os conteúdos. Passei, então, a receber diversas perguntas relacionadas à profissão, a minha escolha e como era ser bibliotecária.

Notei que havia um interesse e uma demanda por informações sobre Biblioteconomia e sobre a profissão. Comecei, então, depois de dois anos falando exclusivamente sobre literatura, uma série de vídeos sobre Biblioteconomia. A série mudou os rumos do canal e passou a chamar atenção de outros bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia. O alcance atingido foi algo bastante impressionante e nunca imaginado.

Com os vídeos temáticos passei a receber muitas perguntas sobre o curso de Biblioteconomia, sobre dúvidas na rotina da profissão e até colegas que comentavam sobre dificuldades e pediam auxílio. Havia uma carência de espaço para bibliotecários conversarem, tirarem dúvidas, comentarem sobre suas rotinas e até mesmo sobre suas inseguranças. Com essa série, o canal criou esse espaço e trouxe para um só lugar um grande número de profissionais.

Os conteúdos, a princípio, tinham apenas o objetivo de divulgar a profissão para o grande público. Eu havia determinado que os temas discutidos seriam sempre abrangentes e simples, de forma que pessoas que não

conhecessem o universo da Biblioteconomia pudessem compreender e entender a importância da profissão. Mas com o crescimento do canal e a popularização da série sobre biblioteconomia passei a receber diversos pedidos para temas de caráter técnico e percebi que havia uma demanda grande entre os bibliotecários para esse tipo de conteúdo.

Passei, então, a variar entre temas mais abrangentes (como o motivo de as bibliotecas serem importantes) e temas mais técnicos (como qual a diferença entre Classificação Decimal Dewey e Classificação Decimal Universal), tudo isso sem deixar de lado o conteúdo literário. O canal cresceu e atualmente está com quase nove mil inscrições. Ainda é um número pequeno perto dos canais mais estabelecidos do Booktube, mas é um número sólido para um canal que trata de literatura de nicho e Biblioteconomia.

Com o acréscimo dos conteúdos de Biblioteconomia tive a oportunidade de agregar um grande número de bibliotecários que passaram a seguir o canal. Formou-se uma comunidade pequena de trocas e de discussões sobre os assuntos abordados e tive a oportunidade de entender um pouco mais sobre nossa profissão. Foi, e tem sido, uma descoberta diária de coisas boas e ruins sobre a profissão e, com a produção constante de conteúdo, pude me renovar como bibliotecária.

A construção de conteúdos me possibilitou conhecer diversas áreas da Biblioteconomia que, assim como na literatura, eu não teria me interessado individualmente. Produzir conteúdo para uma comunidade, mesmo que pequena, me fez crescer como profissional que pesquisa e sai da sua área de conforto, fez com que eu buscasse por outras áreas diferentes da minha atuação e entendesse melhor sobre a grandeza da profissão.

Compreendo que esse tipo de produção não é simples e exige, além de esforço, boa vontade do profissional. Apesar de atualmente possuímos ferramentas suficientemente boas para gravar vídeos e compartilhá-los (até mesmo de um celular é possível produzir uma gravação de boa qualidade), é necessário, antes de tudo, empenho e dedicação. Mas acredito que é um bom caminho para a visibilidade e para a valorização da profissão.

3 CONCLUSÃO

A Biblioteconomia é uma área de estudos antiga, e o bibliotecário um profissional ainda mais antigo no mundo do conhecimento. Contudo, as práticas vêm evoluindo em um processo mais rápido do que o profissional tem se atualizado e buscado conhecimento. As novas ferramentas de informação vêm ganhando destaque, mas ainda temos poucos bibliotecários usufruindo e desenvolvendo trabalhos com elas.

O YouTube tem se mostrado uma plataforma simples, de fácil acesso e baixo custo, abrindo possibilidades para o desenvolvimento de trabalhos de inovação e integração de público e serviços. O Booktube abriu um vasto campo de atuação para o bibliotecário em diversos campos da literatura, da literária a especializada.

A literatura tem sido deixada de lado como uma possibilidade de campo de trabalho pelo bibliotecário. Fala-se muito de mediação, mas ainda pensamos apenas na mediação dentro de espaços físicos pré-estabelecidos, com público reduzido e com ênfase em crianças. O bibliotecário ainda tem as práticas mais antigas como ênfase

para atuação e não tem observado as opções fora das atividades mais habituais, como a mediação infantil e a contação de histórias.

Através do YouTube o alcance vai muito além de uma instituição física e os serviços se modificam. Mais do que fazer comentários sobre uma obra, atualmente a produção de vídeos está ligada a troca de experiências, algo que é cada vez mais valorizado. Criar conteúdo é um trabalho individual, mas que cresce no coletivo e abre portas para esse tipo de troca. O bibliotecário pode expandir seu conhecimento, auxiliar outras pessoas, desenvolver uma mediação diferenciada e ainda promover sua própria instituição. Claro que não é um trabalho simples, mas é algo que pode ser desenvolvido e aprimorado com o passar do tempo.

Quando falamos em canais do YouTube, pensamos em produções complexas e uma grande quantidade de conteúdo novo em pouco intervalo de tempo, mas não há essa necessidade. Um canal comandado por um bibliotecário pode, e deve, ter o tom que o bibliotecário acreditar que seja possível, nem sempre se consegue produzir em grande quantidade e nem sempre isso é o essencial.

O diferencial e mais importante é a qualidade desses conteúdos e uma pequena frequência. Não há necessidade de vídeos diários, mas pode ser que seja possível uma frequência semanal ou quinzenal. O principal é a qualidade e um conteúdo bem desenvolvido. Um bibliotecário que consiga executar um trabalho como esse em uma instituição, ou mesmo individualmente, está fazendo um exercício de aprendizado, amadurecimento, inovação e divulgação da profissão, tanto para o público fora da Biblioteconomia quanto para os bibliotecários. Esse é um trabalho necessário, uma conversa que só carrega vantagens e auxilia na quebra dos velhos rótulos.

REFERÊNCIAS

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

GUIMARÃES, J. A. C. O moderno profissional da informação: elementos para sua formação no Brasil. **Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 124-137, 1997.

ORTEGA, C. D. Relações históricas entre Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 5, out. 2004.

PAIVA, S.; SILVA, A. M. Booktube como instrumento de disseminação da informação para a geração digital. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, n. Spe, 2017.

PEDRÃO, G. B. **Indicando biblios!** A lista. 2018. Disponível em: <<https://oultimojuro.com/2018/01/05/indicandobiblios-2/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

SILVA, R. P. A. Booktube: livros e leitura em vlogs no Youtube. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., São Paulo, 2016. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2016.

Capítulo – O BOOKTUBE COMO UM CAMPO DE ATUAÇÃO E INOVAÇÃO PARA A BIBLIOTECONOMIA

RESUMO EM PORTUGUÊS

A biblioteconomia está mudando. Há tempos nossa função não é mais apenas tecnicista, mas ainda precisamos nos atentar aos novos formatos de produção e compartilhamento de informações. As possibilidades de produção de conteúdo são diversas e crescem cada vez mais, uma das mais conhecidas é o YouTube, que a cada dia aumenta sua comunidade e o número de vídeos que são compartilhados ali. Uma dessas comunidades é o Booktube, nicho dedicado à produção de conteúdo ligado à literatura. É uma área muito propícia ao bibliotecário, mas ainda pouco explorada. Há diversas possibilidades para um bibliotecário produzir conteúdo e melhorar seus serviços e sua própria experiência profissional, mas ainda precisamos abrir esses espaços e nos dedicar mais as novas possibilidades.

Chapter – THE BOOKTUBE AS A FIELD ACTION AND INNOVATION FOR LIBRARIANSHIP

ABSTRACT

Librarianship is changing. Our function has long been no longer just technical, and we need to look at new formats for producing and sharing information. The possibilities of content production are diverse and growing. One of the best known is YouTube, whose community and the number of videos that are shared there are steadily increasing. One such community is the Booktube, a niche dedicated to producing content about literature. It is a very interesting area for the librarian, but still little exploited. There are several possibilities for a librarian to produce content and improve their services and their own professional experience, but we still need to open those spaces and dedicate more to these new possibilities.

AS CINCO LEIS DE RANGANATHAN, SUAS INFLUÊNCIAS NA COMPOSIÇÃO DE *POSTS* NO *BLOG* CAÇADORES DE BIBLIOTECAS, ALGUNS EXEMPLOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS NO AMAZONAS, BRASIL

Soraia Pereira Magalhães

INTRODUÇÃO

O Caçadores de Bibliotecas é um *blog* brasileiro, criado em 2010, que tem por finalidade a produção de informações sobre diversificadas tipologias de bibliotecas e outros ambientes culturais. Numa perspectiva de entendimento de que não só os textos produzidos, mas as imagens fotográficas possibilitam leituras, disponibiliza informações que criam visibilidade sobre bibliotecas em diferentes estágios de atuação.

O manancial publicado nos quase oito anos de existência do *blog* tende a contribuir para a divulgação de espaços culturais, além de ser um canal que apresenta ambientes internos de bibliotecas (às vezes pouco explorado pelos gestores), bem como dados sobre o descaso voltado para o segmento de bibliotecas (especialmente as públicas no Brasil) e muitas experiências positivas encontradas em bibliotecas brasileiras e de outros países.

Dispõe, no momento, do total de 905 *posts*, que se distribuem entre bibliotecas, museus, espaços culturais, ações de incentivo à leitura, lutas por bibliotecas fechadas e outros tipos de publicações relacionadas ao tema. É um trabalho que extrapola o volume publicado, tendo em vista que desde 2010 foram mais de quinhentas bibliotecas fotografadas, bem como outros espaços culturais, além do encontro com muitas pessoas envolvidas com a temática. Parte dos registros das pesquisas permanece inédito.

Especificamente para esse artigo serão apresentadas cinco bibliotecas que fazem parte das análises de meu estudo doutoral *Evaluación de las acciones del Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas del Amazonas*, em andamento, junto ao *Programa de Doctorado en Formación en la Sociedad del Conocimiento*, pela Universidade de Salamanca. A ideia foi fazer um paralelo com o modelo de publicação realizado no *blog*, que visa oferecer acesso sobre condições e serviços de bibliotecas com base em imagens e textos. O objetivo foi destacar que, para cada visita realizada, são utilizados recursos dos conhecimentos das Leis criadas por Shialy Ramamrita Ranganathan, que possibilitam avaliar gestões, bem como perceber estágios de evolução em ambientes de bibliotecas.

Todo trabalho de investigação demanda uma metodologia e, para tal, as visitas realizadas em prol do Caçadores de Bibliotecas são realizadas atentando os famosos preceitos: *Os livros são para serem usados;*

Para cada leitor o seu livro; Para cada livro seu leitor; Poupe o tempo do leitor; Uma biblioteca é um organismo em crescimento. Para os *posts* são emitidas opiniões que visam apresentar bibliotecas seja do ponto de vista das condições de acessibilidade, serviços, graus de investimentos e outros. Parte-se do pressuposto de que o foco na fotografia torna a perspectiva mais clara em relação à percepção de elementos presentes nas Leis de Ranganathan, apesar delas não serem citadas nos *posts*.

Para ilustrar essa análise, foram selecionadas bibliotecas que não haviam sido exibidas no *blog* e que consistem em fragmentos dos estudos sobre o Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas, referentes aos municípios de Autazes, Benjamin Constant, Tefé, São Sebastião do Uatumã e Urucurituba.

Apesar do artigo se referir ao tema *blog*, os aportes teóricos enfatizam bem mais as influências relacionadas às cinco leis de Ranganathan, além de destacar os elementos que contribuíram para a criação do Caçadores de Bibliotecas.

Dois trabalhos foram significativos para elaboração dessa reflexão: *Cinco Leis da Biblioteconomia, cinco Leis de Ranganathan: resistindo bravamente ao tempo*, artigo de Maria Eliziana Pereira de Sousa e Maria das Graças Targino (2016), bem como *As contribuições de Ranganathan para a Biblioteconomia: reflexões e desafios* (2016), livro organizado por Elaine R. de Oliveira Lucas, Elisa Cristina Delfini Corrêa e Gisela Eggert-Steindel.

Passados quase 87 anos da publicação de *As cinco leis da Biblioteconomia*, por Ranganathan, para um desavisado pode parecer estranho ressaltar esse livro como algo ainda inovador, contudo, conforme será possível observar no decorrer dessas linhas, as Leis permanecem adequadas, apesar de serem conhecidas apenas por profissionais da área. Os exemplos apresentados por meio de bibliotecas públicas no Amazonas são chocantes, mas podem revelar que sem qualificação profissional e/ou entendimento de processos básicos, uma biblioteca pode estar fadada a inutilidade.

1 BLOGS, RANGANATHAN E CAÇADORES DE BIBLIOTECAS

Os *blogs* são ambientes virtuais relativamente novos, completaram em dezembro de 2017 vinte anos desde que o termo *weblog* foi utilizado por Jorn Barger em 1997, num período em que começaram a despertar olhares por serem criados por pessoas que não dispunham de grandes conhecimentos informáticos, mas que começavam a desenvolver e publicar conteúdos próprios em rede.

Os primeiros *blogs* surgiam com aportes de vida pessoal e por terem sido muito utilizados pelo público adolescente (como diários virtuais) foram vistos com certo preconceito e/ou como espaços efêmeros, que não teriam durabilidade. Hoje, são utilizados por muitos, sejam jovens, adultos, instituições, empresas e vem se constituindo como cartões de visitas que podem apresentar informações dos mais diversificados temas atendendo nichos específicos. Para Orduña et al. (2007, p. 6), os *blogs* são:

[...] um meio a princípio pessoal (embora haja blogs em grupos), que funciona sem editores e sem prazos, sem fins lucrativos, e que é escrito, em geral, pelo prazer de compartilhar informações ou como veículo de expressão.

Foram os avanços produzidos pela Web 2.0 que trouxeram as condições para a popularização dessa ferramenta. Nos primeiros tempos, a internet operava com pouca interatividade, em um momento conhecido como Web 1.0, seu público era bem mais restrito. Em sua fase de amplitude, muitos recursos foram criados visando facilitar o entendimento e alcance de informações por meio de conexões que trouxeram crescimento considerável de usuários com a popularização das redes sociais e, por conseguinte, dos *blogs*.

Em 10 de abril de 2010, quando o Caçadores de Bibliotecas publicou seu primeiro *post*, tinha por fim servir como registro documental de uma atividade realizada com estudantes do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Amazonas. Na época, além de atuar como professora substituta no Departamento de Biblioteconomia da Universidade Federal do Amazonas, trabalhava também junto a uma agência de comunicação, a Agência FAPEAM, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas. Experiência enriquecedora que gerou grandes aprendizados e

[...] proporcionou conhecimentos sobre etapas da construção de produtos midiáticos em formato eletrônico, bem como a utilização de mídias sociais para divulgação e ainda as etapas da criação de produtos impressos (revistas, suplementos). Tal entendimento foi adotado nas atividades de produção de conteúdos do Caçadores de Bibliotecas, haja vista que o passo a passo que envolve a grande maioria dos posts está centrado em dois momentos: o primeiro é a pesquisa de campo, que necessariamente depende de um apanhado geral de informações, a maioria dos espaços visitados são seguidos de entrevistas e registros fotográficos. O segundo momento consiste na produção de textos, em atividades que envolvem pesquisas bibliográficas, edição de imagem, revisão, divulgação. (MAGALHÃES, 2016, p. 5).

O desejo de conhecer e revelar as condições existentes em torno de bibliotecas públicas, condições muitas vezes de descaso e indiferença política, também foi substancial para alavancar o trabalho. O projeto mais audacioso era conhecer as bibliotecas públicas e os equipamentos culturais existentes no Amazonas (maior estado brasileiro), três vezes maior que o território da Espanha e que, entrecortado por rios e florestas, tornava o intento uma grande aventura.

Várias foram as inspirações para a criação do *blog*, contudo, uma delas ocorreu com a leitura em 2010 do texto *As cinco leis da Biblioteconomia e o exercício profissional*, elaborado por Maria Luiza de Almeida Campos, que comentava que Shialy Ramamrita Ranganathan havia visitado mais de cem bibliotecas em diferentes tipologias e estágios de desenvolvimento e descrevendo elementos biográficos de Ranganathan:

Um dos professores da Escola de Biblioteconomia de Londres, W. C. Berwick Sayers, logo de início vê em Ranganathan uma personalidade marcante no campo da investigação, acabando assim, por orientar seus estudos. Sayers aconselha Ranganathan a entrar em contato com o maior número de profissionais bem como visitar bibliotecas o máximo de bibliotecas possíveis; a trocar experiências; a ouvir e verificar tudo, pois a biblioteconomia, dizia Sayers: é ‘uma área que possui uma peculiaridade, a da criação, o que aprendemos na Universidade e nos livros são somente os princípios’ (Satija). Isso nos leva, de pronto, a assumir que o profissional desta área não deve se caracterizar como um caracol que fica dentro de sua casca, muito pelo contrário, deve ter a coragem de conhecer o novo, de investigar, de criar. (CAMPOS, 1992, p. 2).

Criatividade, perseverança e ousadia foram elementos presentes no perfil de Ranganathan, que enxergou na Biblioteconomia ambiente propício à inovação como forma de gerar acesso à informação para a cidadania. A leitura dessa citação foi instigante em um período em que começava a ler *blogs* bibliotecários, como o *Bibliotecários Sem Fronteiras*, e foi assim que comecei a acreditar que também me sentiria bem publicando algo relacionado às bibliotecas.

Quando os primeiros registros foram publicados no *Caçadores de Bibliotecas*, a decisão de que o registro fotográfico teria um efeito substancial sobre o trabalho ficou latente, contudo, gerou também o entendimento sobre as dificuldades que viveria em torno de autorizações para fotografar os espaços físicos visitados. Esse não tem sido um problema encontrado apenas no Brasil.

Em termos estatísticos, o *Caçadores de Bibliotecas* apresentou até o momento 905 posts, que se distribuem entre bibliotecas de variadas tipologias, museus, espaços de cultura e luta por bibliotecas fechadas, como o caso do *Movimento Abre Biblioteca* iniciado em Manaus em 2012. Do montante, 15 *posts* chegaram como contribuição de outros 11 bibliotecários brasileiros, que, em forma de parceria ao captarem imagens, compartilharam suas impressões e experiências. O *blog* reúne registros sobre bibliotecas de países como Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Espanha, Estados Unidos, Estônia, Finlândia, Itália, Inglaterra, Marrocos, México, Panamá, Portugal, Suécia, Peru, Uruguai e Venezuela.

2 A ATUALIDADE DAS CINCO LEIS DE RANGANATHAN

Ranganathan foi matemático, bibliotecário e professor, além de ativista e pensador, que deixou um legado que vem atravessado barreiras temporais e geográficas e segue influenciando o modo de pensar a Biblioteconomia com o entendimento sobre o acesso à informação, o papel social das bibliotecas e o fazer bibliotecário.

Ao apontar processos em ambientes de bibliotecas a partir dos enunciados *Os livros são para serem usados; Para cada leitor o seu livro; Para cada livro seu leitor; Poupe o tempo do leitor; Uma biblioteca é um organismo em crescimento*, Ranganathan nos oferece mecanismos de compreensão do dinamismo que deve fazer parte desses ambientes. Sua popularidade é grande e foi por isso que, em 2016, ano que *As cinco leis da Biblioteconomia* completava 85 anos, as professoras Elaine R. de Oliveira Lucas, Elisa Cristina Delfini Corrêa

e Gisela Eggert-Steindel, da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), objetivando homenageá-lo, bem como instigar reflexões sobre a atualidade de sua obra, organizaram e lançaram *As contribuições de Ranganathan para a Biblioteconomia: reflexões e desafios*, livro que contou com a participação de vários profissionais da área que apresentaram visões diversificadas sobre o alcance do pensamento do autor nos nossos dias.

Tendo em vista a similaridade com o tema aqui proposto, selecionei dois colegas participantes dessa obra no intuito de utilizar seus argumentos como forma de reforçar as ideias de Ranganathan para o momento atual. Prado (2016, p. 166), ao refletir sobre as Leis da Biblioteconomia do ponto de vista do *marketing*, justificou e apresentou seu criador da seguinte forma:

Não é novidade que a obra de Ranganathan é visionária. Resgatar a leitura de ‘As cinco leis da Biblioteconomia’, além de ser um exercício que nos convida para uma autoavaliação daquilo que fazemos e do que poderíamos fazer, nos mostra a capacidade do autor em pensar de maneira global, indiferente da tipologia da biblioteca, a atuação dos bibliotecários sob olhares social, político, técnico e cultural. Várias aproximações e interpretações podem ser feitas a partir de diferentes áreas e conceitos, até mesmo com aquelas que à época do lançamento do livro (1931) ainda não existiam ou estavam se sedimentando tanto cientificamente como no mercado de trabalho. Somente uma obra atemporal é capaz disso.

A afirmação reforça o argumento de que as Leis de Ranganathan possuem elasticidade se adequando as demandas gerais que envolvem as bibliotecas em qualquer tipologia, inclusive, no ambiente virtual.

Em *As cinco Leis da Biblioteconomia no Brasil*, Iuri Rocio Franco Rizzi apresenta elementos de sua experiência pessoal e opiniões sobre bibliotecas no Brasil, e, ao utilizar os fundamentos de Ranganathan para avaliação, apresenta interpretações que se assemelham com as críticas que apresento em posts do Caçadores de Bibliotecas (especialmente sobre bibliotecas no estado do Amazonas). Para Rizzi (2016, p. 42):

O argumento de que as bibliotecas no Brasil vão muito mal pode soar para alguns um tanto pessimista, mas um olhar crítico se faz necessário para um campo tão importante e no qual há muito ainda por fazer. Do contrário, isto é, falar da situação das bibliotecas brasileiras de forma positiva ou até mesmo eufórica provavelmente terá pouca proximidade com a nossa realidade. Obviamente, temos inúmeros exemplos de boas práticas e ações espalhadas pelo país, mas estes são mais a exceção do que a regra, o que não significa que não devemos tomá-las como exemplo, muito pelo contrário. Por isso, as leis de Ranganathan continuam não apenas atuais, mas necessárias ao contexto social brasileiro, especialmente quando analisamos a situação desigual e, em geral, ainda precária das nossas bibliotecas.

O autor toca um ponto que deve ser seriamente levado em consideração tendo em vista que, como bibliotecários, não conseguimos ainda criar diálogos na sociedade de forma a promover o fortalecimento das bibliotecas no Brasil. São muitas as bibliotecas que não seguem preceitos básicos da Biblioteconomia. A imagem

de bibliotecas com aspecto dinâmico, com arquitetura planejada, ambientes claros, profissionais engajados e oferecendo serviços, ainda não está consolidada. O Brasil sequer possui bibliotecas públicas em todas suas cidades, assim como muitos espaços, jamais deveriam receber essa nomenclatura quando são apenas lugares com amontoados de livros. As definições do que de fato são bibliotecas públicas e escolares deveria requerer mais atenção das questões básicas contidas nas Leis de Ranganathan.

3 AS CINCO LEIS DE RANGANATHAN E CINCO BIBLIOTECAS PÚBLICAS DO AMAZONAS

No intuito de gerar proximidade com o modelo de *posts* publicados no Caçadores de Bibliotecas, serão apresentadas cinco bibliotecas públicas (que não foram exibidas no *blog*) correspondentes aos municípios de Autazes, Benjamin Constant, Tefé, São Sebastião do Uatumã e Urucurituba, no estado do Amazonas. As bibliotecas estão vinculadas ao Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas, contudo, é válido destacar que nem mesmo a Secretaria de Cultura do Amazonas e a Coordenação de Bibliotecas Públicas do Amazonas dispunham de informações suficientes sobre a existência e as atividades de bibliotecas públicas no estado. Do total dos 62 municípios do Amazonas, 50% da investigação foi realizada constatando dados desconexos referentes aos relatórios do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas.

O que se visa a partir daqui é exibir por meio de imagens e breve narrativa as condições das bibliotecas. Para cada uma das Leis foram utilizadas bases da excelente revisão de literatura realizada por Souza e Targino (2016).

Nos exemplos apresentados se faz necessário levar em consideração que o que a literatura recomenda é de conhecimento de bibliotecários e tendo em vista que em muitas cidades brasileiras as bibliotecas públicas não dispõem desse profissional, tais procedimentos podem ser inexistentes.

3.1 *Os livros são para usar*, Biblioteca Pública do Município de Tefé (AM)

Para Souza e Targino (2016, p. 14), o enunciado *Os livros são para usar*:

Enfatiza a democratização do conhecimento, anseio que resgata o histórico vivenciado pelas bibliotecas, desde sua concepção, da Antiguidade até a contemporaneidade, quando ao livro, se une todo e qualquer documento contendo informações. A afirmativa põe em relevo práticas cotidianas da Biblioteconomia, ou seja, atividades que se iniciam desde a seleção dos materiais para a formação do acervo, somando-se ao trabalho técnico (classificação, catalogação e indexação), com ênfase para o serviço de referência. Este conquista destaque ao permitir ao público localizar as informações demandadas face à interveniência dos usuários, o que eleva os estudos de comunidades e de usuários ao *status* de instrumentos úteis e imprescindíveis ao atendimento satisfatório.

A primeira Lei de Ranganathan vai além do equipamento livro e se amplia aos fatores que envolvem informação e serviços. As autoras observam que uma biblioteca deve gerar acessibilidade e, nesse sentido, estão contidos: a localização da biblioteca, horários adequados, ambientes físicos, mobiliários, tratamento técnico do acervo, entre outros.

Como esses aspectos se inserem numa conjuntura em que muitas das bibliotecas públicas do País não contam com a presença de bibliotecários? No município de Tefé, a coordenação da Biblioteca, que está a cargo de um professor com formação superior, resolveu o problema buscando aportes nos conhecimentos técnicos da Biblioteconomia. Após receber orientação da única bibliotecária residente no município (que atua no Instituto Mamirauá), deu início ao tratamento técnico do acervo realizado com base no sistema de Classificação Decimal de Dewey (CDD) e Cutter.

Tefé é um município localizado no estado do Amazonas, distante 525 quilômetros da capital Manaus, possui montante populacional formado por cerca de 62.021 habitantes (IBGE, 2017). A cidade é considerada uma das mais dinâmicas do estado, contudo, com 259 anos de existência somente em agosto de 2013 teve sua biblioteca pública inaugurada com o nome de Biblioteca Pública Municipal Protásio Lopes Pessoa.

Figura 1. Biblioteca Pública Municipal de Tefé



Fonte: Soraia Magalhães e Dijaik Nery de Souza (2017).

A reunião das imagens na Figura 1 oferece uma visão das condições da Biblioteca. Na área externa (funciona no térreo de uma casa de dois andares), conforme se pode observar, a fachada não apresentava em janeiro de 2017 placa de identificação. As demais imagens apresentam registros diversos do ambiente interno e até mesmo uma atividade de extensão. Sobre o prédio próprio, relatórios oficiais apontaram que em 1998 a prefeitura do município recebeu o valor de R\$ 180 mil para a construção de um prédio para a biblioteca por meio de convênio firmado com o Ministério da Cultura.

A Biblioteca possui grupo de leitura que se reúne periodicamente (ver na imagem o grupo com camisa em amarelo), também é possível observar uma atividade de incentivo à leitura (parede verde, atividade de extensão em uma biblioteca de área indígena). Dijaik Nery de Souza é o coordenador da Biblioteca (centro da foto), ele foi um dos finalistas do Prêmio Viva Leitura 2016 pelas ações realizadas na gestão da Biblioteca.

O coordenador desenvolve parceria com a Organização Não Governamental Expedição Vagalume, que implantou oito bibliotecas em comunidades rurais na região de Tefé e atua desde 2011 incentivando a leitura na Amazônia Legal. A Biblioteca Pública de Tefé oferece atividades vinculadas a Clube de Leitura, visitas guiadas para estudantes das redes pública e particular de ensino, sarau literário, consulta local e empréstimos de livros. A Biblioteca está localizada em frente a uma escola da rede pública estadual e funciona em horário das 7h às 11h30 e de 13h às 17h30 de segunda à sexta-feira. Possui mobiliário padronizado oriundo de *kit* de implantação de bibliotecas enviado pelo Ministério da Cultura em 2009. Atuam nas atividades laborais da Biblioteca oito pessoas, incluindo o gestor, que se revezam em dois horários. O espaço não possui computadores e nem sinal de Wi-Fi.

Com base no resultado das investigações, a Biblioteca Pública de Tefé é a que mais se aproxima do fazer no campo da mediação da informação. Almeida Júnior (2015) define essa ação como:

[...] toda ação de interferência – realizada em um processo, por um profissional da informação e na ambiência de equipamentos informacionais –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; visando a apropriação de informação que satisfaça, parcialmente e de maneira momentânea, uma necessidade informacional, gerando conflitos e novas necessidades informacionais. (ALMEIDA JÚNIOR, 2015, [s.p.]).

Apesar da biblioteca não contar com a presença de um bibliotecário, segue procedimentos que visam promover a ideia de que os livros, a biblioteca e a cultura são para usufruto da população.

3.2 Para cada leitor o seu livro, Biblioteca Pública de Benjamin Constant (AM)

A segunda Lei trata de acessibilidade, numa perspectiva de que a biblioteca ofereça as condições para que a busca informacional seja solucionada. Souza e Targino (2016, p. 18) orientam que:

O segundo princípio – a cada leitor seu livro – sugere que a biblioteca tenha conhecimento da comunidade que atende, observe para qual público se destina, selecione as informações de acordo com o perfil do público em potencial e atenda a critérios específicos para a aquisição de materiais para compor o acervo.

Compreendendo que a segunda Lei de Ranganathan tenha relação direta com as recomendações estabelecidas no “Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas 1994”, no qual salienta que a biblioteca pública é a porta de acesso local ao conhecimento, tendo como premissa “[...] *base na igualdade de acesso a todos, sem distinção de idade, raça, sexo, religião, nacionalidade, língua ou condição social.*” (IFLA; UNESCO, 1994, p. 1).

Diante de uma diversidade de saberes, como atender a cada usuário? Como promover o desenvolvimento de coleções que possam atingir patamares de equidade se estendendo além das demandas tecnológicas e, nesse sentido, pensando em todos os tipos de suportes informacionais? Que investimentos têm sido realizados de forma a dotar as bibliotecas públicas do objetivo de atender a todos os públicos, inclusive as populações indígenas? Aliás, tema pouco explorado por nós, bibliotecários.

A segunda Lei de Ranganathan distingue fortemente dois pontos de atenção: estudos de usuários e formação e desenvolvimento de coleções (afazeres de bibliotecários) ações desconhecidas dos gestores públicos e dos responsáveis por bibliotecas.

Para exemplificar esse tema apresento a situação da Biblioteca Pública Municipal Francisco Soares de Assis, localizada em Benjamin Constant, município distante 1.118 km da cidade de Manaus (em linha reta). Geograficamente, a cidade está inserida no marco da tríplice fronteira entre Brasil, Colômbia e Peru. Seu território concentra considerável contingente populacional indígena, bem como é representativa a imigração peruana na região. O acesso ao município ocorre somente por meio aéreo e fluvial.

A Biblioteca Pública de Benjamin Constant possui prédio próprio inaugurado em 2005. Conta com uma estrutura que vai além de sala de leitura, pois o prédio dispõe, inclusive, de auditório com capacidade para receber mais de cem pessoas. A biblioteca, porém, não oferece ambiente agradável, o mobiliário é pouco expressivo, ao invés de mesas, há diversas carteiras do tipo que se utiliza em sala de aula, além das estantes com livros. Atualmente não dispõe de espaço reservado para o público infantil, apesar de ter possuído uma sala para essa finalidade, que passou a ser utilizada como espaço administrativo da Secretaria de Cultura do município.

O acervo é desatualizado (e não possui material específico para atender as populações indígenas e imigrantes), tampouco computadores com acesso à internet. Dispõe de muitos livros didáticos. De positivo, tem excelente localização, na área central da cidade, muito próxima ao Museu Magüta (considerado o primeiro museu indígena brasileiro), espaço criado pelo povo Ticuna, que, inclusive, dispõe de uma biblioteca especializada.

Figura 2. Biblioteca Pública Municipal de Benjamin Constant



Fonte: Soraia Magalhães (2017).

As imagens da Figura 2 oferecem uma visão das condições da Biblioteca (repare que não apresenta na fachada nome em destaque). No detalhe, a placa de inauguração, o caderno de controle de empréstimos domiciliares, uma visão das estantes e, ao fundo, as carteiras para assento. Não há bibliotecários atuando na Biblioteca Pública de Benjamin Constant, não foram realizados estudos de usuários, tampouco adquiridos equipamentos e acervos bibliográficos voltados para todos os tipos de usuários, assim sendo, como pensar a segunda Lei que aponta a cada leitor seu livro?

Diante da estrutura apresentada, a biblioteca pública de Benjamin Constant dispõe de potencialidades, uma boa atuação bibliotecária, além de recursos e planejamento poderia fazer toda a diferença.

3.3 *Para cada livro seu leitor, Biblioteca Pública de Urucurituba (AM)*

Sobre a terceira Lei de Ranganathan, Souza e Targino (2016) apontam ser um complemento da segunda Lei e salientam:

[...] mais ainda, a relevância de tornar os recursos informacionais conhecidos dos usuários o mais rápido possível. É a ênfase ao sistema de livre acesso, ao arranjo bem definido da estanteria, a um catálogo organizado de fácil acesso e de uso flexível, aliados a um serviço de referência especializado.

Para ajudar a refletir sobre a terceira Lei, apresento as condições da Biblioteca Pública de Urucurituba, que tem atuação pouco representativa. O município, localizado cerca de 218 km da cidade de Manaus, tem montante populacional de 21.640 mil habitantes (IBGE, 2016).

A Biblioteca Pública de Urucurituba foi criada no final dos anos 1990. Está instalada em uma casa que acolhe concomitantemente a Secretaria de Educação, localizada na via principal da cidade, muito próxima à sede da prefeitura. Disponibilizando apenas consulta local, curiosamente abre suas portas das 8h às 21h, com o revezamento de seis funcionárias.

Com acervo desatualizado e ambiente em condições muito precários em termos de umidade e limpeza, quase não recebe usuários e as pessoas que atuam no local sequer dispõem minimamente de um caderno para controle de visitas. O espaço, na parte superior, está dividido em duas salas. Na área da frente, está a sala da biblioteca e, aos fundos, outra onde funcionou um pequeno museu com peças arqueológicas organizadas por José Alberto Neves, professor aposentado do município que o transferiu para sua própria residência. As estantes que antes guardavam peças da exposição continuam nesta sala, empoeiradas, sem uso.

A biblioteca não oferece recursos informacionais atraentes, não dispõe de computadores, tampouco WiFi, não há livros infantis, não permite acesso livre às estantes e sem empréstimo domiciliar, sem catálogo e sem atividade de referência qualificada, unicamente disponibiliza o uso do espaço para estudos.

Figura 3. Biblioteca Pública Municipal de Urucurituba



Fonte: Soraia Magalhães (2017).

É possível observar na reunião das imagens a fachada da Biblioteca, que apresenta na pequena placa, o nome “Biblioteca Pública”. Funciona no piso superior, item que torna dificultosa a acessibilidade. Em uma única sala, a biblioteca conta com ampla mesa e algumas cadeiras. Os móveis em madeira apresentam bom aspecto. O acervo está atrás de um balcão. Os cartazes apresentam a seguinte informação “*Não trabalhamos com empréstimos de livros. Agradecemos a compreensão*”. Outros cartazes apontavam problemas relacionados à falta de água e a impossibilidade do uso do banheiro.

A Biblioteca não se adequa a nenhuma das propostas contidas nas Cinco Leis de Ranganathan e são evidentes a falta de investimentos da prefeitura e de qualificação das funcionárias. Em entrevista com moradores sobre a presença da biblioteca na cidade, alguns afirmaram ser desnecessária nos dias atuais. O fato de estar posicionada em área privilegiada, sem oferecer serviços e dispondo de tão pouco, serve bem mais para criar prejuízos sobre a imagem da instituição biblioteca pública. Também por estar aberta por muitas horas (inclusive horário noturno) cria questionamentos daqueles que observam que as pessoas que atuam nesse ambiente ganham salários sem desenvolver nenhum trabalho.

3.4 Poupe o tempo do leitor, Biblioteca Pública de São Sebastião do Uatumã (AM)

O enunciado da quarta Lei remete a uma etapa aparentemente simples do trabalho desenvolvido em bibliotecas, mas que depende de mecanismos que visam favorecer com eficiência acesso à informação. Souza e Targino (2016) orientam, porém, que esse princípio só se efetiva nas bibliotecas:

[...] à medida que certos requisitos são cumpridos com rigor. Exemplificando: sinalização bem planejada e bem detalhada ao longo das estanterias; elaboração e divulgação de listas bibliográficas de acordo com as necessidades da comunidade; sistema de empréstimo flexível; *staff* em consonância com o planejamento global da biblioteca como subsistema da instituição a qual está vinculada. Dizendo de outra forma, para cumprir a intenção subjacente ao enunciado da Lei, é imprescindível que a biblioteca disponha de ferramentas e recursos adequados, além de pôr à disposição tipos diversificados de acervos, considerando as quase inesgotáveis potencialidades das inovações tecnológicas. (SOUZA; TARGINO, 2016, p. 21).

As condições listadas, contudo, não fazem parte da realidade da maioria das bibliotecas no Amazonas, são inúmeros problemas observados, entretanto, diante do exposto, acrescento que, além desses aspectos, faz-se necessário que o espaço destinado à biblioteca seja de conhecimento da comunidade. Aqui voltamos para um elemento da primeira Lei: localização e acessibilidade. Sobre a questão, Souza e Targino (2016, p. 15) observam que “Refere-se ao prédio / às instalações da biblioteca e, portanto, é, em sua essência, uma questão de lógica e coerência. Se as coleções existem para ser utilizadas, devem estar acessíveis em ambientes que permitam seu uso.” Nos municípios de São Sebastião do Uatumã e Autazes, as dificuldades na localização dos espaços destinados às bibliotecas foram significativas.

O desconhecimento de moradores sobre possíveis lugares de biblioteca e ações desenvolvidas criam má impressão sobre a atuação. Numa perspectiva que requer outras análises pode ser vista como indício de que as Leis de Ranganathan não vêm sendo seguidas.

Tratemos de São Sebastião do Uatumã, que é um município com montante populacional formado por 13.421 mil habitantes (IBGE, 2017). A cidade, que tem economia voltada para agricultura, pecuária, comércio e pequenas indústrias, possui uma biblioteca pública que foi criada em 2006, todavia, sem realizar serviços, é pouco conhecida da população.

Ao visitar o município em 2014, indagando de moradores e até mesmo de funcionários da prefeitura sobre a existência de uma biblioteca pública não houve quem soubesse informar sobre o espaço, fator que fez com que se concluísse que o município não possuía esse equipamento cultural, porém, em nova visita realizada em 2017, constatou-se que a Biblioteca Pública de São Sebastião do Uatumã estava alocada em uma sala de uma antiga escola e que atendia no horário das 7h às 17h, de segunda à sexta-feira, sob os cuidados de três funcionárias.

Figura 4. Biblioteca Pública Municipal de São Sebastião do Uatumã



Fonte: Soraia Magalhães (2017).

Em São Sebastião do Uatumã, uma medida simples que poderia criar aproximação do público com o espaço da biblioteca seria a adoção de uma placa de sinalização. Atualmente está escrito “sala de biblioteca”, fator que faz com que o lugar seja visto como qualquer biblioteca, talvez uma biblioteca escolar.

A Biblioteca Pública de São Sebastião do Uatumã não se apresenta como ambiente vivo, ativo, mas cumpre a função de guardadora de livros e equipamentos (*kits* enviados pelo Ministério da Cultura). Em ambiente restrito, dispendo de lâmpadas queimadas e teto com goteiras, o espaço é desestimulante. Quanto ao acervo, as estantes estavam ordenadas junto à parede e os livros aparentavam pouco uso. Havia caixas do *Programa Mania de Ler*, material enviado pela Secretaria de Cultura do Estado. De eletrônico, apenas uma televisão com má qualidade de imagem. Na sala ao lado (que não faz parte da biblioteca) computadores (quase em desuso) haviam sido utilizados para oferecer cursos para a população.

3.5 *Uma biblioteca é um organismo em crescimento*, Biblioteca Pública de Autazes, AM

A quinta Lei de Ranganathan se volta para o acompanhamento, controle e gestão de acervos e também espaços numa perspectiva que instiga atenção para a dinâmica e as necessidades da comunidade em que a biblioteca está inserida. Souza e Targino, sobre a quinta Lei, refletem que:

[...] atua como fundamento à gestão organizacional das bibliotecas como organismos sociais. Não restam dúvidas de que a biblioteca, na condição precípua de entidade em flagrante e incessante crescimento, demanda planejamento estratégico de suas ações frente ao incremento do universo de usuários, de tal forma que não pode ser percebida apenas como local para armazenar e preservar publicações. (SOUZA; TARGINO, 2016, p. 15).

Bibliotecas dependem de espaços, além de gestão e compreensão das necessidades de seu público. O crescimento de uma biblioteca, quando acompanhado e avaliado diante da existência de recursos e políticas públicas, pode demandar a abertura de sucursais para atender demandas. Não é o caso da maioria das cidades do País que, em alguns casos, esses espaços têm fechado portas. Rizzi (2016, p. 36), ao refletir sobre as Leis de Ranganathan e as dificuldades que envolvem bibliotecas públicas e escolares, destacou que “[...] no Brasil, provavelmente todos conhecem ao menos um caso de biblioteca fechada e livros mantidos fora de alcance dos leitores.” É o exemplo de uma dessas bibliotecas públicas fechadas, precisamente da cidade de Autazes, que será utilizada para finalizar essa análise.

Distante cerca de 108 km da cidade de Manaus, Autazes tem posição geográfica relativamente facilitada, apesar de depender dos meios fluvial e terrestre para o ir e vir. A cidade tem economia que se destaca pela produção agropecuária, sendo a maior produtora de leite de búfala na região. De acordo com as listas do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), a cidade possui uma biblioteca pública, contudo, em visita realizada em 2012 foi possível constatar que o espaço, apesar de identificado como Biblioteca Municipal Maria Isabel Soares Stone estava desativado, não dispo de nenhum material, apesar da vizinhança afirmar que estava em funcionamento. Observe as fotos referentes ao ano de 2012, onde há uma placa identificando uma pequena casa como biblioteca. Ela estava fechada e as imagens internas foram feitas por meio de uma janela (basculante). Não haviam livros, apenas as estantes e mesas.

Figura 5. Biblioteca Pública Municipal de Autazes



Fonte: Soraia Magalhães (2017).

Em nova visita ao município, realizada em janeiro de 2017, constatou-se que a casa localizada no centro da cidade (propriedade da prefeitura) havia sido negociada. Atualmente, há uma loja e uma agência do Banco do Brasil no local e, segundo informações, a prefeitura trocou a área por um terreno em um bairro distante, sendo a biblioteca alocada fora da área de circulação da maioria dos moradores. Material e acervos estão acondicionados em uma sala da Secretaria de Educação (observe em que condições na foto referente ao ano 2017), sem oferecer serviços, sem dispor de um espaço adequado, sem profissional capacitado, sem usuários. Na imagem é possível observar que há livros, armários, estantes, mesas, mas a condição não prima para o entendimento do que pregoa as cinco Leis de Ranganathan.

É fácil compreender que Ranganathan nos instiga a dar atenção ao controle bibliográfico, melhorias em termos tecnológicos, aos serviços oferecidos, aos recursos humanos e até mesmo a expansão de espaços. A quinta Lei reforça tudo isso.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivou-se aqui trazer à tona três abordagens: informações básicas sobre o tema *blog*; influências e atualidades das Leis de Ranganathan e, por fim, apontamentos de investigações sobre bibliotecas do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas.

No tocante à ferramenta *blog*, não poderia deixar de destacar que considero excelente instrumento de comunicação, de registro e de estreitamento de laços; e em se tratando de questões que envolvem esse livro, ou seja, inovação, observo ser uma ferramenta que pode ser utilizada por qualquer tipologia de biblioteca não só para interação com públicos, também como marco de memória.

O trabalho realizado com o Caçadores de Bibliotecas ao longo de oito anos tem me possibilitado conhecer muitos ambientes físicos, alguns em estado de excelência, outros de desolação, também bibliotecárias e bibliotecários e responsáveis por espaços de bibliotecas. O trabalho favorece um olhar sobre a intimidade das bibliotecas. Foi por isso que, quando das primeiras visitas realizadas em bibliotecas em prol do Caçadores de Bibliotecas, pude perceber que os conhecimentos sobre as Leis de Ranganathan geravam facilidades sobre o entendimento diante das condições de ambientes, serviços, graus de comprometimentos, entre outros. Claro que cada visita não pode ser vista como uma pesquisa aprofundada, pois duram em torno de 60 a 120 minutos, mas possibilitam emitir algum tipo de opinião.

A compreensão sobre as Leis de Ranganathan nos levam a perceber que inúmeros ambientes chamados de bibliotecas (públicas e escolares) não deveriam receber tal nomenclatura. A situação é desconfortável porque existe irrealidade nos dados oficiais. O SNBP computa informações sobre a existência de bibliotecas (a partir de dados enviados pelas prefeituras) sem levar em consideração ações efetivas e permanências. O Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas se baseia nos dados do Sistema Nacional, não realizando acompanhamento ou avaliações que auxiliem no fortalecimento das bibliotecas públicas no estado. Efetivamente, um círculo vicioso.

Especificamente em minhas ações com o Caçadores de Bibliotecas, busco denunciar descasos e, por isso, a escolha das cinco imagens que, em conjunto, expõem as condições de bibliotecas públicas no Amazonas. A falta de políticas públicas eficientes, a falta de profissionais qualificados, entre outras coisas, colocam em xeque atuações rotineiras desenvolvidas em bibliotecas e que são o cerne da atenção das cinco Leis de Ranganathan. Um único exemplo disso pode ser observado do ponto de vista das minorias linguísticas e mais precisamente sobre os povos indígenas tão presentes no estado do Amazonas, para eles, não há bibliotecas, não há livros...

Para que uma biblioteca pública se configure como ambiente que tenha representatividade é necessário não só espaço físico, também recursos bibliográficos e tecnológicos para atender a todos os públicos, horários adequados, serviços e pessoal minimamente qualificado. Em alguns casos, a existência de ambientes que apenas reúnem livros, não dispõem de computadores, não realizam empréstimos e não oferecem serviços, pode bem mais prejudicar a visão da sociedade sobre as bibliotecas públicas, do que contribuir para seus avanços no campo social e informacional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo F. de. INFOhome. **Mediação da informação: dimensões**, nov. 2015. Disponível em: <https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=939>. Acesso em: 19 dez. 2017.

BRASIL. Portal da Transparência. **Tefé**. [s.d.]. Disponível em: <<http://transparencia.gov.br/convenios/DetalhaConvenio.asp?CodConvenio=353115&TipoConsulta=1&UF=am&CodMunicipio=281&CodOrgao=42000&Pagina=&Periodo=>>>. Acesso em: 2 fev. 2018.

CAMPOS, Maria Luiza de Almeida. **As cinco leis da Biblioteconomia e o exercício profissional**. 2000. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/211419266/AS-CINCO-LEIS-DA-BIBLITECONOMIA-E-O-EXERCICIO-PROFISSIONAL>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. 2016. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 8 dez. 2017.

_____. **Estudos especiais, o Brasil indígena: língua falada**. 2017. Disponível em: <<https://indigenas.ibge.gov.br/estudos-especiais-3/o-brasil-indigena/lingua-falada>>. Acesso em: 2 fev. 2018.

IFLA – International Federation of Library Associations and Institutions; UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas 1994**. 1994. Disponível em: <<https://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/PL-manifesto/pl-manifesto-pt.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

LUCAS, Elaine Rosângela de Oliveira; CORRÊA, Elisa Cristina Delfine; EGGERT-STEINDEL, Gisela (Org.). **As contribuições de Ranganathan para a Biblioteconomia: reflexões e desafios**. São Paulo: FEBAB, 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/As_contribuicoes_de_Ranganathan.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

MAGALHÃES, Soraia. O Blog Caçadores de Bibliotecas e a construção de conteúdos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 11, p. 333-348, maio 2016. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/515>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

ORDUÑA, Otavio I. Rojas et al. (Org.). **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PRADO, Jorge Moisés Kroll do. Aproximações entre Ranganathan e o marketing para bibliotecas. In: LUCAS, Elaine Rosângela de Oliveira; CORRÊA, Elisa Cristina Delfine; EGGERT-STEINDEL, Gisela (Org.). **As contribuições de Ranganathan para a Biblioteconomia: reflexões e desafios**. São Paulo: FEBAB, 2016. p. 166-176.

Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/As_contribuicoes_de_Ranganathan.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

RIZZI, Iuri Rocio Franco. As cinco leis da Biblioteconomia no Brasil. In: LUCAS, Elaine Rosangela de Oliveira; CORRÊA, Elisa Cristina Delfine; EGGERT-STEINDEL, Gisela (Org.). **As contribuições de Ranganathan para a Biblioteconomia: reflexões e desafios**. São Paulo: FEBAB, 2016. p. 30-42. Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/As_contribuicoes_de_Ranganathan.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

SOUZA, Maria Eliziana Pereira de; TARGINO, Maria das Graças. Cinco leis da Biblioteconomia, cinco Leis de Ranganathan: resistindo bravamente ao tempo. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 3, n. 1, p. 11-29, jan./abr. 2016. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/2334/1840>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

Capítulo – AS CINCO LEIS DE RANGANATHAN, SUAS INFLUÊNCIAS NA COMPOSIÇÃO DE POSTS NO BLOG CAÇADORES DE BIBLIOTECAS, ALGUNS EXEMPLOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS NO AMAZONAS, BRASIL

RESUMO EM PORTUGUÊS

Apresenta o blog Caçadores de Bibliotecas, ambiente virtual que reúne dados sobre bibliotecas e espaços culturais em diferentes cidades do Brasil e outros países, além de destacar exemplos de conexões metodológicas utilizadas a partir das cinco Leis de Ranganathan. Evidencia em registros fotográficos cinco bibliotecas públicas no estado do Amazonas e reflete brevemente sobre suas condições diante das cinco Leis.

Chapter – THE FIVE RANGANATHAN LAWS, ITS INFLUENCES IN THE COMPOSITION OF POSTS IN THE BLOG “LIBRARIAN HUNTERS”, SOME EXAMPLES OF PUBLIC LIBRARIES IN AMAZONAS, BRAZIL.

ABSTRACT

The blog Caçadores de Bibliotecas (that is “Library Hunters”) presents a virtual environment that gathers data about libraries and cultural spaces in different cities of Brazil and other countries, as well as highlighting examples of methodological connections used from the 5 Laws of Ranganathan. Evidence in photographic records of five public libraries in the state of Amazonas and briefly reflects on their conditions before the 5 Laws.

BRANDING PARA A CONSTRUÇÃO DE MARCAS EM BIBLIOTECAS

Jorge Moisés Kroll do Prado

Adilson Luiz Pinto

INTRODUÇÃO

Em 2016, a BBC traz uma matéria sobre o fechamento, no período de seis anos, de 343 bibliotecas responsáveis por oito mil empregos e 15,5 mil oportunidades de voluntariado no Reino Unido (LIBRARIES..., 2016). O jornal The Guardian, um ano depois, noticia o fechamento de 28 das 36 bibliotecas no condado de Northamptonshire (FLOOD, 2017). Em ambos os casos, a justificativa é um misto do impacto da tecnologia e motivos financeiros para mantê-las.

Em algum momento já ouvimos sobre a luta dos bibliotecários em manter relevantes os seus principais espaços de atuação, que são as bibliotecas. Os serviços e produtos de informação que buscam acompanhar as necessidades da comunidade que é atendida e edifícios atrativos para chamar a atenção cada vez mais estão na pauta de nosso trabalho.

Há também um grande esforço em conseguir aliar tecnologias de informação e de comunicação a serviços tradicionais (como circulação de materiais, serviço de referência) e outros mais inovadores (realidades aumentada e virtual, sistemas de geolocalização, internet das coisas, *makerspaces*). No entanto, se não houver um efetivo trabalho de planejamento e de *marketing*, o retorno sobre o uso dessas novas propostas pode ir contra o anseio do bibliotecário.

Este contexto nos evidencia a importância de se trabalhar com *marketing* nas bibliotecas, mas não com a divulgação por si mesma, e sim todo o processo envolvido. Há vários conceitos presentes na literatura sobre o que é o termo, sendo um dos mais aceitos e disseminados o da American Marketing Association (AMA, 2013, [s.p.]): “[...] a atividade, conjunto de instituições e processos para criação, comunicação, entrega e ofertas de troca que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade como um todo.”

Por muitos anos existiu entre os administradores uma grande confusão conceitual sobre o que *marketing* seria, até mesmo em virtude de seu rápido crescimento e interdisciplinaridade com outras áreas e profissões (BARTELS, 1974, 1976). Hoje essa barreira está praticamente ultrapassada com os grandes departamentos de *marketing* que se estabeleceram nas empresas, com o número de publicações (científicas e comerciais) e com a oferta de cursos em todos os níveis.

Já na Biblioteconomia, ainda se percebe, a partir de uma consulta nas mais recentes publicações da área, que o *marketing* está atrelado exclusivamente a ações de divulgação dos serviços e produtos da biblioteca. Ainda falta, por parte dos bibliotecários, um entendimento maior deste conceito como o processo que ele é, envolvendo outras etapas que vão além da divulgação e que são, inclusive, importantes na tomada de decisão para alocação de recursos, avaliação da satisfação, planejamento estratégico, entre outros.

Um dos elementos do *marketing* pouco explorados na Biblioteconomia é o da criação de uma marca da biblioteca. Logo, a proposta deste capítulo é apresentar a importância das marcas no mundo corporativo e em algumas bibliotecas do exterior, qual o processo que se leva para a criação de uma e como ele se caracteriza para o universo das bibliotecas.

1 UMA BREVE HISTÓRIA DA MARCA

Uma marca “[...] é um conjunto de imagens – em geral, um nome, um logotipo e um slogan – que distingue a oferta do produto ou serviço de uma empresa das ofertas de seus concorrentes.” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p. 65). A marca é mais do que a representação gráfica, mas um símbolo ou mensagem que expresse valores que estão atrelados a três componentes: de produto, linguísticos e emocionais (TAVARES, 2003).

Muitas marcas são mais valiosas que toda a lucratividade de seus próprios produtos (caso da Coca-Cola), pois, conforme Kotler (1999, p. 86), elas também são “um campo de associações que [dão] um valor mitológico e também ideológico”. As pessoas enxergam naquele símbolo as mensagens e a identidade da empresa.

A origem das marcas está relacionada com a sociedade do consumo. Pinho (1996) afirma que ainda na Grécia Antiga a chegada de navios era anunciada em viva voz e os romanos emitiam mensagens escritas destacando onde encontrar os melhores vinhos. “Os açougues em Roma exibiam a figura de uma parte traseira de boi [...] para comunicar o ponto-de-venda.” (TAVARES, 2003, p. 56). Já Freitas (2017) acredita que as primeiras marcas têm origem com as civilizações do antigo Mediterrâneo que, ao fabricar seus utensílios de barro, os marcavam com algum símbolo com a finalidade de identificar sua procedência.

A marca só entrou como um elemento de diferenciação e de competitividade de mercado na Escócia, em 1835, para designar uma linha de uísque que no seu processo de produção passava por uma destilação especial, o que o diferenciava dos demais (TAVARES, 2003). É deste período também que países como Estados Unidos, Inglaterra e Alemanha começam a se preocupar com o valor que suas marcas podem ter. Os produtos individuais se proliferam nos setores industrial e comercial e “[...] novos mercados precisavam ser conquistados e assim apareceram os primeiros cartazes publicitários e catálogos de compra, onde figuravam algumas marcas.” (PINHO, 1996, p. 13).

Há um impacto financeiro proveniente da marca que Oliveira e Luce (2011, p. 503) nos elucidam:

Os financistas veem que as marcas são ativos financeiros e estratégicos, haja vista seu poder de influenciar consumidores, parceiros, colaboradores e de interferir nos canais de vendas, distribuição e nas condições e termos de fornecimento. Além disso, a marca mobiliza interesse dos investidores e pode transformar o desempenho da organização e o seu resultado financeiro.

Pereira (2008), quando observa a marca como objeto de análise, a coloca em três planos: a) o da realidade, a partir de contextualização gráfica com desenhos, símbolos e outros elementos; b) o da ideação, que acaba induzindo um indivíduo a uma ação, geralmente a da compra, estimulando seus desejos; e c) o da linguagem, com a palavra que a designa.

Estes três elementos são alcançados mediante estudos que levem em consideração o conhecimento da empresa com o seu público, mas também com a sua própria essência. O resultado disso precisa se dar num artefato que comunique, que transmita alguma mensagem, que traga recordações e que dê um destaque memorável.

As bibliotecas podem, e devem, se apropriar da atividade de construção de suas próprias marcas a fim de também se posicionar estrategicamente e estreitar as relações com a comunidade que atendem. A literatura da área de *marketing*, ao trazer em evidência seus conceitos, costuma, ainda, relacionar alguns termos como “compra” e “venda”, que não se adequam especificamente ao universo das bibliotecas. Este fator pode intimidar ou afastar o verdadeiro trabalho com *marketing*, logo com a construção de marcas, pelos bibliotecários. Ao longo dos próximos parágrafos demonstraremos como uma marca é desenvolvida a partir do *branding* e, em seguida, este processo para as bibliotecas, independente de sua tipologia (se escolar, pública, universitária, comunitária ou especializada).

2 **BRANDING: PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE MARCAS**

Há vários modelos de *branding* disponíveis na literatura científica de *marketing*. Apresenta-se aqui a proposta de Aaker (2012), que, além de ser um reconhecido autor desta área, elucida todo o processo de identidade da marca que se resume em três passos.

O primeiro deles é criar um conjunto com o maior número de associações desejadas pela empresa, a partir do que se sabe sobre os clientes, concorrentes e as estratégias de negócios. Estas associações nada mais são do que palavras-chave que poderiam identificar a empresa, onde ela quer chegar, qual sua maneira de trabalhar.

Para o segundo passo, o foco do desenvolvimento da identidade da marca deve priorizar alguns dos elementos anteriormente identificados que sejam os mais importantes e impactantes, ou seja, os que são a essência da marca. A escolha destes elementos é norteadada por quatro critérios, conforme o Quadro 1:

Quadro 1. Critérios de desenvolvimento de identidade essencial da marca

CRITÉRIO	SIGNIFICADO
Repercutir junto ao mercado-alvo	O mercado dita o sucesso e, assim, a identidade deve repercutir junto aos clientes. É válido pensar sobre como os clientes se relacionam com a marca ao longo do tempo em vez de simplesmente pensar o que impulsiona suas decisões de compra. Além disso, é interessante considerar benefícios emocionais e autoexpressivos, além dos funcionais.
Diferenciar-se dos concorrentes	A diferenciação é sempre a chave para vencer. Deve haver alguns pontos de diferenciação na identidade da marca para que haja sempre uma resposta para a questão sobre como a marca é diferente.
Conquistar a paridade	Nem sempre é necessário ser diferente ou melhor em todas as dimensões. Pode haver algumas dimensões em que o objetivo é simplesmente tão próximo que a dimensão não é mais a razão para não comprar a marca.
Refletir a cultura e a estratégia do negócio	A marca precisa permitir e apoiar a estratégia do negócio. Especialmente quando a estratégia representa uma mudança do <i>status quo</i> e requer uma mudança na imagem da marca, e a identidade da marca precisa refletir essa nova estratégia.

Fonte: Aaker (2012, p. 206-207).

Por último vem a essência da marca, algo que captura o que há de mais interno. Seu foco deve ser delimitado naquilo que ela é e o que ela faz para os clientes (AAKER, 2012).

Uma vez que a marca esteja criada, é necessário que se pense em serviços e produtos que entreguem o que ela promete para a sua clientela. Isso requer planejamento estratégico e estudo de comunidade, a fim de evitar desperdícios de recursos humanos e financeiros e de posicionamento da empresa. Sampaio (2002) argumenta que a conexão com fornecedores, a pesquisa de mercado e a *network* de interesses são alguns dos suportes das marcas, em que elas estarão sob constantes interpretações (positivas e negativas) do seu público. Keller e Machado (2006) afirmam que a marca é julgada sob diferentes opiniões e avaliações que se enquadram em quatro tipos: qualidade, credibilidade, consideração e superioridade.

A qualidade da marca estará mais relacionada com os atributos e benefícios que ela traz e suas respectivas associações. Os clientes só terão atitudes referentes à marca mediante estas associações, como uma rede de supermercados vender produtos orgânicos, logo, percebe-se um quesito de qualidade referente a produtos naturais, seu manejo e cultivo.

Já a credibilidade pode transcender estes atributos e “[...] considerar questões mais amplas relacionadas à organização que está fabricando o produto ou oferecendo o serviço associado com a marca.” (KELLER; MACHADO, 2006, p. 54). Ou seja, aqui são as percepções que os clientes possuem da empresa que influenciarão a compra ou o consumo de algo que tenha a sua marca.

A consideração sobre a marca alcança outro patamar, que está relacionado com a decisão de ter o produto ou serviço como resultado de uma série de escolhas, opções alternativas e avaliações. “O nível de consideração de uma marca depende [...] de até que ponto podem ser criadas associações de marcas fortes e favoráveis como parte da imagem de marca.” (KELLER; MACHADO, 2006, p. 55).

E, por fim, a superioridade da marca é o último tipo de julgamento. É a relação que os clientes fazem de entendê-la como algo exclusivo, superior e com mais vantagens em detrimento de outros produtos e serviços.

3 *BRANDING* PARA BIBLIOTECAS

Quantas bibliotecas no Brasil podem ser reconhecidas a partir de suas marcas? Responder a esta pergunta pode levar certo período de tempo que vai contra o que se idealiza no processo de *branding*. É possível encontrar algumas logomarcas de bibliotecas, mas isso não condiz com o conjunto da marca como um todo, conforme fundamentado previamente. Uma boa marca é memorável, nos traz uma série de sensações, emoções e lembranças que geralmente estão associadas a um *slogan*, a exclusividade de um produto ou serviço ou da maneira como se relaciona com seu público-alvo e prospecta novos. Podemos apresentar duas breves hipóteses a este fator.

A primeira delas é que o universo das bibliotecas, diferente do das empresas, dentro da história do *marketing*, não tem uma relação significativa estabelecida com a competitividade de mercado. A competição é algo saudável, que gera inovação, traz novas oportunidades e se adequa melhor aos interesses e necessidades dos clientes. Este contexto não tem muita afinidade com as bibliotecas, que, por muitos anos, se detêm às mesmas atividades e que por trabalhar com informação (intangível, com relações de valor e consumo diferentes) pressupõem que a divulgação seja o seu trabalho de marketing.

A segunda hipótese vem de encontro com as últimas palavras do parágrafo anterior. Há uma limitação de trabalho e de interpretação, evidenciada em muitas publicações da área, de entender que *marketing* de bibliotecas seja a divulgação de seus produtos e serviços. Percebem-se equívocos quando se deixa de ter a visão sistêmica de todo o processo, limitando-o às ações de promoção. Com as tecnologias da informação e comunicação, principalmente com as mídias sociais, esta visão ficou ainda mais premente.

Alguns autores acreditam que a imagem que ainda persiste das bibliotecas como espaços que armazenam livros possa ser um problema de marca (THORHAUGE, 2007; COOKE, 2009; HARIFF; ROWLEY, 2011). Isso é decorrente também dos próprios bibliotecários que sentem que a identidade das bibliotecas está muito difusa perante as novas funções que lhe são atribuídas, com muitos serviços e produtos pautados em tecnologia (HOOD; HENDERSON, 2005).

Para encerrar este capítulo, apresentamos nesta seção uma proposta de desenvolvimento de marca com enfoque para bibliotecas a partir do *branding*, tema que pressupomos que traz uma abordagem que contribuirá para a discussão sobre inovação na Biblioteconomia a que se pretende esta obra.

Utilizaremos do percurso metodológico apresentado por Aaker (2012) aqui neste texto. Adotaremos uma biblioteca pública fictícia com o intuito de facilitar o processo de *branding*. As características desta biblioteca são: localizada no centro de uma cidade com quarenta mil habitantes, que possui poucas atrações culturais e oportunidades de lazer e com um acervo que é pouco atualizado, já que não tem uma verba fixa para investimento.

Na etapa de apresentar as associações desejadas por esta biblioteca, foram identificados 24 itens, elencados no Quadro 2.

Quadro 2. Associações desejadas pela marca

Cultura	Empatia	Segura	Participativa
Economia criativa	Flexível	Atraente	Movimentada
<i>Coworking</i>	Criativa	Despojada	Rentável
Lazer	Atualizada	Alegre	Comunicativa
Entretenimento	Leve	Tecnológica	Cidadã
Educacional	Bem arquitetada	Ponto de encontro	Parceira

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Estas associações ilustram o intuito da biblioteca em se atualizar perante as novas tendências internacionais no que concerne às suas possibilidades de atuação. São características que buscam repaginar sua imagem e, conseqüentemente, ampliar seus produtos, seus serviços, ter uma melhor avaliação e aceite da comunidade local.

Há alguns aspectos destas associações que estão aliados ao fato da biblioteca situar-se estrategicamente no centro da cidade, na principal rua de acesso a escolas, comércio, órgãos públicos, museu e, em alguns períodos do ano (como Páscoa e Natal), certos pontos próximos tornam-se turísticos.

Diante desse contexto, das 24 associações desejadas, pode-se identificar para a etapa de definição da identidade da marca, que contempla os elementos mais importantes e impactantes, as seguintes: “despojada”, “atualizada”, “comunicativa”, “bem arquitetada” e “educacional”. Seguindo os critérios de desenvolvimento desta identidade (Quadro 1), podemos fazer algumas relações.

No que concerne ao critério “Repercutir junto ao mercado-alvo”, uma biblioteca que seja despojada (no sentido de elaborar produtos e serviços alinhados com as necessidades da comunidade local, além de contrária à tradicional imagem das bibliotecas) e bem arquitetada tem grandes chances de fidelizar o público que atende e de ampliar seu público potencial.

Quanto a “Diferenciar-se dos concorrentes”, a cidade possui somente uma biblioteca pública. Logo, esse critério, nesse contexto especificamente, não tem grande relevância. Se ampliarmos para o universo de bibliotecas como um todo, a biblioteca pública pode se diferenciar das demais da região no sentido de como ela oferta seus serviços, produtos e ações. E justamente essa diferenciação pode ser uma aliada com as bibliotecas escolares da região que não possuem perspectiva semelhante com a da marca em desenvolvimento.

No critério de “Conquistar a paridade”, no qual Aaker (2012) afirma que não é necessário ser diferente em tudo em relação ao concorrente, temos de trazer um contraponto ao autor ao nos referirmos a bibliotecas. Como relatado na fundamentação deste capítulo, muitas bibliotecas fecharam em virtude de uma série de fatores, sendo um deles a falta de inovação e de acompanhamento das necessidades da comunidade que atende (como o caso no Reino Unido). Logo, para o universo das bibliotecas, este critério deveria ser remodelado para “Conquistar a disparidade”, para que o maior número de diferenças fosse incentivado. Assim, as associações

“*coworking*”, “economia criativa” e “rentável” entram neste quesito, já que tornam a biblioteca mais que somente um espaço de livros e de outros tipos de fontes de informação.

Quanto ao último item, o de “Refletir a cultura e a estratégia do negócio”, a marca precisa estar alinhada com a proposta estratégica da biblioteca. Caso não possua seus próprios alinhamentos de Visão, Missão e Valores, uma perspectiva macro pode ser adotada. Como estamos trabalhando com uma biblioteca pública, seria o caso da própria prefeitura ou da secretaria a qual ela estivesse vinculada.

Estes quatro critérios estabelecidos constituem, então, a identidade da marca, que servirá como “padrão primário que determinará os rumos dos programas de construção da marca” (AAKER, 2012, p. 206). Em seguida, desenvolve-se a essência da marca a partir da sua identidade. É o princípio norteador, que reflete o seu propósito interna e externamente a partir do que a biblioteca é e o que ela faz. Não há um método próprio para isso, pois se exige da equipe discutir quais seus rumos, a forma que quer percorrê-los, quais seus novos objetivos (geralmente uma marca nova traz embutida novos objetivos e metas).

4 PRÓXIMOS PASSOS

Singh e Ovsak (2013), após identificarem na literatura da área que há poucos estudos sobre o desenvolvimento de marcas em bibliotecas, apontam a importância de se estudar mais sobre o tema a fim de que a comunidade entenda melhor o papel e a função das bibliotecas. Os estudos da OCLC, realizados em 2005, 2008 e 2010, apontam que as pessoas percebem o livro como a marca da biblioteca e isso demonstra a necessidade de trabalharmos melhor o *marketing* de nossos outros produtos, serviços e possibilidades de atuação.

Assim, entendemos que há uma retroalimentação que se relaciona à gestão da marca com a necessidade de inovar dentro das bibliotecas. Uma vez que na identidade da marca temos produtos e serviços delineados de modo a representá-la e fortalecê-la, a inovação também é engajada, já que é tida como um elemento de associação de grande relevância do processo de *branding*. Percebe-se isso nesses exemplos:

- a) em bibliotecas escolares, um programa de leitura envolvendo narrativas transmídias é inovador e dá à marca desta biblioteca a característica de ter a capacidade de trabalhar uma mesma história por diferentes mídias;
- b) numa biblioteca universitária, sua marca pode ter a associação empreendedora à medida que ofereça serviços especializados a empreendedores, como uma incubadora tecnológica ou uma seleção de fontes de informação adequadas estrategicamente a este público;
- c) já na biblioteca pública ou comunitária, com uma comunidade participe da gestão, produtora de conteúdo e sustentável a partir de iniciativas locais, pode trazer à marca uma característica de participação, confiável e transparente.

O que propusemos neste capítulo é a primeira etapa do processo de *branding*, um dos fundamentais, que é a identidade e a essência da marca. Já seria um grande passo e uma inovação para a biblioteca ter estes elementos definidos. Entretanto, queremos indicar que há, ainda, outras tarefas que enriqueceriam e

fortaleceriam a marca da biblioteca e que podem motivar futuros estudos: memória da marca, construção do *slogan*, ética e sustentabilidade, novas experiências em *marketing* e a gestão contínua da marca.

Keller e Machado (2006), por exemplo, afirmam que uma marca é fortalecida a partir da lembrança e da imagem que as pessoas possuem dela. Isso requer, inclusive, a contribuição de outras áreas do conhecimento, como *Design* e Psicologia (com foco no consumidor).

O *slogan* tem papel primordial para a marca, pois ele colabora com a sua significância e atratividade. É constituído pelo nome, elementos gráficos, compatibilidade com a internet e, em alguns casos, até *jingles* (KELLER; MACHADO, 2006). Ele também traduz a essência da marca, que é o elemento que a caracteriza dentro e fora da biblioteca.

As empresas estão cada vez mais se tornando transparentes em sua gestão e os termos “ética” e “sustentabilidade” surgem em destaque nesta iniciativa. As bibliotecas devem seguir o mesmo caminho, principalmente quanto à questão de que o acesso é livre a uma informação que seja fidedigna e atualizada. Já pela sustentabilidade, prêmios como o IFLA Green Library têm reconhecido bibliotecas que estejam atentas a este contexto em suas atividades.

Precisamos ir além da compreensão de *marketing* exclusivamente como divulgação e entendê-lo por completo. As últimas tendências nesta área têm aliado a experiência (em acesso, em consumo, em relacionamento), a inteligência, a cultura da participação, a curadoria e a produção de conteúdo, indo além de divulgar somente seus produtos e serviços. O intuito é o de humanizar a marca, trazer cada pessoa individualmente e estreitar laços (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

Por fim, a atividade de *branding* (como já destaca o sufixo do inglês, *-ing*, que determina uma ação em movimento) requer uma gestão de acompanhamento contínuo da marca. Estar atento a novas oportunidades que poderão trazer novas extensões com outros produtos e serviços, estipular as melhores formas e canais de comunicação com suas respectivas e adequadas linguagens, atualizar suas associações com a finalidade de alavancagem, dentre outros aspectos.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

AMA – American Marketing Association. **Marketing**. 2013. Disponível em: <<http://www.marketing-dictionary.org/Marketing>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

BARTELS, Robert. The identity crisis in Marketing. **Journal of Marketing**, v. 38, n. 4, p. 73-76, Fall 1974.

_____. **The history of marketing thought**. Columbus, OH: Grid, 1976.

COOKE, Rachel. Time to go into battle to save our world of books. **Observer Review**, 23 mar. 2009. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2009/mar/22/saving-british-libraries>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

FLOOD, Alison. Northamptonshire may close up to 28 of its 36 libraries. **The Guardian**, 28 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2017/nov/28/northamptonshire-may-close-up-to-28-of-its-36-libraries>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

FREITAS, Renata de. **A história da marca: um fenômeno em evolução**. 18 jan. 2017. Disponível em: <<http://www.ideiademarketing.com.br/2017/01/18/historia-da-marca-um-fenomeno-em-evolucao/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

HARIFE, Subnum; ROWLEY, Jennifer. Branding of UK public libraries. **Library Management**, v. 32, n. 4, 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/01435121111132338>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

HOOD, David; HENDERSON, Kay. Branding in the United Kingdom public library service. **New Library World**, v. 106, n. 1, 2005. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/03074800510575320>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

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

_____; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LIBRARIES lose a quarter of staff as hundreds close. **BBC News**, 29 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/uk-england-35707956>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

OCLC – Online Computer Library Center. **From awareness to funding: a study of library support in America**. 2008. Disponível em: <<https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/funding/fullreport.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

_____. **Perceptions of libraries and information resources**. 2005. Disponível em: <https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/pdfs/Percept_all.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2018.

_____. **Perceptions of libraries, 2010: context and community**. 2010. Disponível em: <https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/2010perceptions/2010perceptions_all.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2018.

OLIVEIRA, Marta Olivia Rovedder de; LUCE, Fernando Bins. O valor da marca: conceitos, abordagens e estudos no Brasil. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/38535/24756>>. Acesso em: 16 jan. 2018.

PEREIRA, Marco Antonio Marcondes. A elaboração do conceito de marca. **THESIS**, São Paulo, ano 5, v. 9, p. 1-16, 2008. Disponível em: <http://www.cantareira.br/thesis2/ed_9/01_marco.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2018.

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.

SAMPAIO, Rafael. **Marcas de A a Z: como construir e manter marcas de sucesso: um guia para fazer da sua marca a principal força do seu negócio**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

SINGH, Rajesh; OVSAK, Amber. Library experience matters! Touchpoints to community engagement. **Journal of Library Administration**, v. 53, p. 344-358, 2013. Disponível em: <doi: 10.1080/01930826.2013.876826>. Acesso em: 24 jan. 2018.

TAVARES, Fred. **Gestão da marca: estratégia e marketing**. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

THORHAUGE, Jens. Branding the library. **Scandinavian Public Library Quarterly**, v. 40, n. 4, 2007. Disponível em: <<http://slq.nu/?article=branding-the-library>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

Capítulo – BRANDING PARA A CONSTRUÇÃO DE MARCAS EM BIBLIOTECAS

RESUMO EM PORTUGUÊS

As marcas são elementos que representam e expressam as organizações com seus produtos e serviços, podendo torná-las memoráveis e estrategicamente posicionadas dentro de um determinado mercado. Entendendo que este contexto também pode se estender às bibliotecas, este capítulo apresenta os passos para a construção de identidade da marca a partir do modelo proposto por Aaker (2012). Também se destaca a importância do branding, processo organizacional responsável pela gestão e desenvolvimento da marca e qual a sua aplicabilidade para os bibliotecários, para elucidar, desenvolve-se um exemplo de construção de marca de uma biblioteca pública. Por fim, apresentam-se os próximos passos para a gestão de marcas em bibliotecas e a sua relação direta na inovação destes espaços.

Chapter – BRANDING TO BUILD THE LIBRARY BRAND

ABSTRACT

Brands are elements that represent and express organizations with their products and services, making them memorable and strategically positioned within a given market. Understanding that this context can also be extended to libraries, this chapter presents the steps for the construction of brand identity from the model proposed by Aaker (2012). It also highlights the importance of branding, the organizational process responsible for the brand management and development and its applicability to librarians, where, to elucidate, it develops an example of brand building for a public library. Finally, this chapter presents the next steps for brand management in libraries and their direct relationship in the innovation of these environments.

INOVAÇÃO EM BIBLIOTECAS: CASOS DE SUCESSO COM O USO DE TECNOLOGIAS

Ketry Gorete Farias dos Passos

Pedro Ivo Silveira Andretta

Gregório Jean Varvakis

INTRODUÇÃO

É notável nos últimos anos, e particularmente no Brasil, que a expressão “inovação” vem ganhando espaço e se tornando bastante popular nos mais diversos campos. Na política pública, este termo passou a ser discutido a exemplo da Lei n. 10.973, de 2 de dezembro de 2004, e, posteriormente, incorporou-se a um dos Ministérios, como o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) em 2011 – atualmente Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Já na Ciência da Informação, vem emplacando e aparecendo nos títulos das publicações e de periódicos, e como área de concentração de Programas de Pós-Graduação no Brasil e no mundo.

Para Cezar, Gomes e Persegona (2011, p. 221), o “[...] papel da inovação nas suas dimensões tecnológica, organizacional, institucional e social é visto como elemento chave de sobrevivência e competitividade para empresas e organizações [...]”, e, no contexto das bibliotecas, a realidade não tem sido diferente. Em consonância com nossa pesquisa anterior (PASSOS et al., 2016), em que levantamos dados referentes à produção científica sobre inovação e bibliotecas, mais especificamente, sobre serviços de informação, podemos constatar que em âmbito global o interesse por esse tema surgiu ainda nos anos de 1970 e veio frequentemente associado a temas como gestão, política, tecnologia e profissionais de biblioteca.

Longe de abranger todas as frentes, optamos como objetivo desta breve exposição abordar estudos de casos recentes de inovação em bibliotecas públicas, escolares e universitárias que desenvolveram ações inovadoras por meio do emprego de Tecnologias. Nesse sentido, inspiramo-nos nas seguintes questões de pesquisa: “Diferentes tipos de bibliotecas têm assumido posturas e propostas semelhantes quando se trata em inovação por meio das tecnologias? E em decorrência disso, como é possível inovar?”

Para respondê-la, dividimos o texto em três frentes. Primeiro, nivelamos e limitamos alguns dos entendimentos na seção “Compreendendo conceitos: inovação, bibliotecas e tecnologias”; em seguida,

apresentamos em os “Estudos de caso de em bibliotecas Escolares, Públicas e Universitárias”, as bibliotecas que se colocam como inovadoras por meio de recursos tecnológicos. Posteriormente, na seção “O que é preciso para inovar em bibliotecas com o uso de tecnologias?” procuramos responder às inquietações da comunidade bibliotecária sobre “como” inovar. Por fim, em nossas “Considerações Finais” revisamos nossas aprendizagens neste percurso e lançamos questões e propostas para a comunidade bibliotecária e pesquisadora em Ciência da Informação e Biblioteconomia.

1 COMPREENDENDO CONCEITOS: INOVAÇÃO, BIBLIOTECAS E TECNOLOGIAS

De início é preciso a compreensão de alguns conceitos, ainda que esses não estejam plenamente cristalizados pela literatura da área. Contudo, a falta de um entendimento comum, ou ainda, o excedente de sentidos para uma mesma expressão, não parece ser um grande problema para a Biblioteconomia e a Ciência da Informação, uma vez que essas áreas estão sempre rediscutindo significados, a exemplo de termos como “informação”, “fluxo de informação”, “gestão da informação” e “gestão do conhecimento”.

Se começarmos pela expressão “inovação”, Tidd, Bessant e Pavitt (2008, p. 86) colocam-nos que esta “[...] vem do termo em latim *innovare*, que significa ‘fazer algo novo’. Trata-se do processo de tornar uma oportunidade em uma nova ideia e colocá-la em prática.” Já Quandt (2009, p. 143) considera que a inovação se refere à “[...] transformação efetiva do conhecimento em valor, a partir da introdução no mercado de novos produtos, processos ou sistemas.” Dessa maneira, podemos observar que os conceitos se entrelaçam, mas é fato que, como recordam Guilhem, Torino e Tavares (2013), a inovação desempenha um papel primordial na competitividade e sobrevivência das organizações (e as Bibliotecas são também consideradas organizações!).

A discussão das bibliotecas enquanto organizações, na literatura da Ciência da Informação, ocorre há bastante tempo. Sobre isso, Tarapanoff (1984, p. 4) indica-nos que as “bibliotecas não são organizações independentes”, existindo em função de organizações maiores, como escolas, municípios, instituições de ensino superior, empresas etc. Na procura por uma conceituação, podemos ainda recorrer à compreensão de Romani e Borszcz (2006), que, ao tratar sobre as categorias de Unidades de Informação, definem as bibliotecas como:

Coleção pública ou privada de livros e documentos congêneres, organizados para estudo, leitura ou consulta. Os profissionais inseridos nesse tipo de instituição (bibliotecários e auxiliares) desenvolvem atividades relacionadas à organização do acervo, atendimento aos seus usuários com a finalidade de tratar, disponibilizar e disseminar informação, buscando dar e/ou levar a informação certa para a pessoa certa. Classificam-se em bibliotecas públicas, bibliotecas especializadas, bibliotecas escolares e bibliotecas universitárias. (ROMANI; BORSZCZ, 2006, p. 14).

Quanto à Tecnologia, parece-nos relevante a distinção entre o conceito de “Tecnologia” e “Tecnologia da Informação e Comunicação” (TIC), já que frequentemente são tomados como sinônimos, quando na realidade

expressam conceitos distintos. Nesse sentido, após um extenso trabalho de mapeamento de definições, Veraszto e colaboradores (2008, p. 79) concluem que “[...] a tecnologia abrange um conjunto organizado e sistematizado de diferentes conhecimentos, científicos, empíricos e intuitivos [...]”, lançando a possibilidade de entendermos a existência de tantas tecnologias específicas quanto problemas a serem resolvidos, e até mais que isso, na medida em que para cada problema pode haver mais de uma solução possível, podendo, desse modo, pensarmos em tecnologias sociais, políticas, ambientais etc.

Assim sendo, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são as tecnologias criadas para a solução de problemas relacionados à produção, ao tratamento, à organização, ao armazenamento, ao uso e a transferência de informação ou comunicação. Outros termos frequentemente empregados como sinônimos são: “Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação” (TDIC), ou ainda, “Novas Tecnologias da Informação e Comunicação”¹. Para fins didáticos, podemos compreender TICs e TDICs, no contexto da Biblioteconomia, com a seguinte analogia; consideramos as bases de dados de acesso local (disponíveis em CD-ROM) como exemplos de TICs, enquanto as bases de dados *on-line* são exemplos de TDICs.

Para Guilhem, Torino e Tavares (2013), pensar a inovação em bibliotecas é uma necessidade tanto das instituições públicas quanto privadas, entretanto, muitas vezes é esquecida em função de atividades rotineiras. Sob a égide da carência de recursos financeiros e humanos, a proposição de novas soluções, processos, produtos e serviços são menosprezadas, quando na realidade a inovação é uma alternativa para superar as limitações das bibliotecas. Saeteren (2005, p. 2) defende que “[...] as bibliotecas devem ter uma mudança global de estratégia e inovação, treinamento de pessoal e organização para que possam lidar com a mudança e agir criativamente em situações extremas”, sendo também que elas próprias devem assumir a inovação, porque, se não o fizerem, ninguém fará isso por elas.

Assim, a inovação, quando pensada em ações na biblioteca, na prática, envolve o elemento da criatividade, mas devem-se considerar também outros fatores. Sobre isso, Gallo-León (2008) indica-nos que

[...] a inovação também pode ser conseguida por meio da comparação entre os pares, da assimilação de boas práticas e de transposição de inovações em outros campos. Deve-se, portanto, ter a capacidade de ver, perguntar e aplicar. Estar atentos a qualquer novidade ou serviços que se vê, tanto em outras bibliotecas como em outros tipos de serviços. Deve-se ser capaz de perguntar como surgiu a ideia? Quem está desenvolvendo? Onde surgiu? Bem como ter a ideia das possíveis aplicações e as necessárias adaptações para a realidade. (GALLO-LEÓN, 2008, p. 149, tradução nossa).

É importante elucidar também que, no que diz respeito à inovação em produtos (bens e/ou serviços) de bibliotecas, não se pode desvincular-se do conceito de “inovação tecnológica”, uma vez que o principal insumo das bibliotecas é a informação e o conhecimento, disponibilizados constantemente por meio de recursos da *web*

1 Sobre essa distinção, recomendamos a leitura de Giacometti-Rocha, Falcão e Mill (2013).

e de suportes tecnológicos. Dessa maneira, acredita-se que a introdução desses componentes pelas bibliotecas torna-se necessário, visto que atuam dentro do universo do ensino e da pesquisa. Portanto, para Guilhem, Torino e Tavares (2012), a inovação é primordial para a evolução das unidades de informação, pois é o meio que as possibilita aproximar-se de seu público usuário. Essa aproximação se dá, frequentemente, através do uso das novas mídias de comunicação.

Como exemplos de inovação por meio de tecnologias, já bastante consolidados nas bibliotecas, podemos citar a promoção e o compartilhamento de informações por meio de produtos (bens e ou serviços) em rede, que vão desde portais de conteúdo, *wikis*, *blogs*, redes sociais, bibliotecas digitais, repositórios digitais, portal de periódicos, entre outros. Esses propiciam o rápido acesso às informações aos usuários, além de interação entre a comunidade da biblioteca, de maneira simples e com poucos recursos. Nesse sentido, Palmira Juceviciene e Gintare Tautkeviciene (2003) ressaltam o uso de TICs nas bibliotecas com o objetivo de torná-las espaços de aprendizagens:

As modernas tecnologias de informação e comunicação (TIC) ajudam a biblioteca a tornar-se não só um espaço de aprendizagem, tradicionalmente visto como um espaço físico, mas também um espaço virtual de aprendizagem. As possibilidades de tal espaço virtual [...] expandem a flexibilidade [...] de aprendizagem, porque permite escolher onde e quando estudar. (JUCEVICIENE; TAUTKEVICIENE, 2003, [s.p.], tradução nossa).

Nessa perspectiva, Jerônimo (2015) realizou um estudo sobre práticas inovadoras no contexto de atuação profissional e ações de bibliotecários criativos. Nesse trabalho, a autora apresenta uma lista de iniciativas de bibliotecas ao redor do mundo que estão inovando de modo a transformar o conceito tradicional de bibliotecas e de atuação dos bibliotecários. O Quadro 1 apresenta a relação dos tipos de bibliotecas, local de origem, ação inovadora e página de acesso com dados sobre as unidades de informação listadas.

Quadro 1. Iniciativas inovadoras em bibliotecas universitárias pelo mundo

Tipo de biblioteca e local	Ação inovadora	Web page
Biblioteca Universitária de Harvard Library Lab (EUA): Projeto Library Innovation Podcasts	Série de entrevistas em áudio com bibliotecários inovadores	http://bit.ly/1S7DsGG
Vancouver Public Library's (Canadá): projeto Inspiration Lab	Laboratório de inovação	http://bit.ly/1byAafT
The Fashion Library (Amsterdã)	Empréstimo de vestuário	http://bit.ly/1dsVlB7
Projeto Ateliê Vivo (SP)	Biblioteca pública de modelagens de roupas	http://bit.ly/1NfsxHd
Cambridge University Library (Inglaterra): projeto Library Collections	Coleções da própria comunidade	http://bit.ly/1l9bGiN
Human Library Organization (Diversos países)	Projeto de aprendizado por meio das histórias de pessoas	http://on.fb.me/1Q6Mia7
Biblioteca Pública de Kista (Estocolmo)	Vencedora do prêmio de 2015 de biblioteca pública mais inovadora	http://bit.ly/1NP2ifX
Biblioteca com arquitetura inovadora (China)	Edifício sustentável	http://glo.bo/1Wyo6BQ
Biblioteca das Coisas (EUA)	Empréstimo de objetos para a comunidade, economia compartilhada	http://bit.ly/1KZdRub
Biblioteca Pública Municipal Barreiros Filho (Brasil)	Projetos comunitários	http://on.fb.me/20T5Mmk

Fonte: Adaptado de Jerônimo (2015).

Assim, acreditamos que ações inovadoras podem trazer benefícios significativos para as bibliotecas e, conseqüentemente, aos seus usuários, criando novos serviços que permitam sua formação continuada, especialmente com o uso de tecnologias. Desta forma, ampliamos as possibilidades de inclusão social e mesmo de recuperação da empregabilidade e da posição social daqueles que estão excluídos devido ao rápido e constante desenvolvimento do conhecimento. Logo, defendemos, juntamente com Gallo-León (2008), que o uso das tecnologias pode trazer diversos benefícios à comunidade, por exemplo, a aproximação de todas as camadas populacionais, a realização de extensão cultural, incluindo a promoção da leitura. Estas, entre outras ações, formam o instrumento de integração para o melhoramento da qualidade de vida dos usuários e da imagem da biblioteca.

Considerando a importância dos benefícios da inovação para o contexto das bibliotecas, na próxima seção, apresentaremos estudos de caso de sucesso de ações inovadoras com o uso de tecnologias divulgados em publicações recentes nos âmbitos das bibliotecas escolares, públicas e universitárias no Brasil e no mundo.

2 ESTUDOS DE CASO DE INOVAÇÃO EM BIBLIOTECAS

Nesta seção apresentaremos alguns casos de inovações em bibliotecas escolares, públicas e universitárias. O levantamento desses estudos sobre ações inovadoras dentro do ambiente das bibliotecas trazem exemplos acerca da criação de valor e qualidade nos serviços prestados por elas através de recursos tecnológicos, beneficiando, conseqüentemente, os usuários que se valem de serviços mais inovadores e eficientes. É importante salientar nosso conhecimento e reconhecimento sobre outros casos, prestigiados ou não, pelo registro em publicações na área. Nossa opção, neste trabalho, se deu por casos apresentados, procurando mostrar diferentes aplicações, envolvendo diferentes níveis de recursos e criatividade.

2.1 Inovações em bibliotecas escolares

No que diz respeito ao contexto das bibliotecas escolares, podemos citar quatro estudos de caso com ações inovadoras por meio de tecnologias: i) o uso de dispositivos móveis, na Escola de Ensino Médio de Boston, Estados Unidos; ii) a criação de *blogs*, páginas da *web*, lista de *e-mail* ou de discussão nas bibliotecas escolares da Galícia, Espanha; iv) o *Design thinking* e *makerspaces*, na Escola de idiomas Cultural Londrina, Paraná, Brasil.

i) Uso de dispositivos móveis

Zickuhr (2013) apresenta uma série de iniciativas inovadoras que ocorreram em bibliotecas nos Estados Unidos, entre elas, destacam-se a Escola de Ensino Médio de Boston (Boston College High School) que adotou a política do uso do aparelho celular pelos alunos para fins de pesquisa na biblioteca. O objetivo dessa implantação consiste em auxiliar os alunos a dominarem as novas tendências tecnológicas, como *e-books*, bases de dados online e outras ferramentas digitais de aprendizagem.

Além disso, a escola oferece *iPads* para todos os docentes, bem como para estudantes da sétima série do ensino fundamental até o primeiro ano do ensino médio. A iniciativa visa ainda promover uma compreensão de como as ferramentas digitais de aprendizagem podem melhorar as experiências de alfabetização informacional dos alunos.

ii) Criação de *blogs* e páginas da *web*

Na Espanha, ressaltamos o caso das bibliotecas escolares da Galícia que optam pela criação de *blogs* e páginas da *web* como estratégias para a interação dos alunos com as bibliotecas escolares (NOVOA; SAMPEDRO, 2011). Desde 2003, com a criação do Conselho de Bibliotecas Escolares, houve a promoção dos serviços e incentivo às práticas de uso integrado das TIC tanto na gestão técnica da coleção e dos serviços básicos quanto na criação de *blogs* e páginas da *web* das bibliotecas.

Os autores afirmam que, por meio das atividades de formação, foram ampliadas as expectativas dos professores acerca das possibilidades que uma biblioteca escolar pode oferecer, avançando na consolidação dessas como centros de recursos de informação, espaços educativos de apoio aos processos de ensino e aprendizagem.

iii) Lista de *e-mail* ou de discussão

Novoa e Sampredo (2011) destacam também a criação de um grupo de *e-mail* ou lista de discussão nas bibliotecas escolares da Galícia. De acordo com os autores, o grupo de *e-mail* e/ou lista de discussão permitem conectar os responsáveis das bibliotecas incluídas no programa (entre si e com o conselho) em uma rede de participação e reflexão, intercâmbio de informação, experiências, propostas e materiais. Atualmente, nota-se que as bibliotecas incorporaram, por exemplo, os grupos e as comunidades em outros meios digitais, como *Whatsapp* e *Facebook*.

 iv) *Makerspace*

Diversas são as vantagens associadas ao *makerspace* no contexto das bibliotecas escolares, como evidenciam Santos Neto e Zaninelli (2017). Os autores apresentam um caso de sucesso implantado na biblioteca da escola de idiomas Cultural Londrina, no Paraná, Brasil, em que, dentre as atividades realizadas no espaço *maker*, destacam-se a impressão 3D, robótica, arduinos, *digital literacy* (montar vídeos e imagens), *Design thinking* e realidade aumentada.

Nesse estudo, Santos Neto e Zaninelli (2017) apresentam um relato da bibliotecária acerca da quantidade significativa de atividades realizadas com base nos conceitos do *Design thinking*. Dessa maneira, a criação do espaço *maker* não apenas atraiu mais usuários para o espaço da biblioteca, como tornou-se “[...] um centro de socialização de convívio dos usuários e da comunidade. Um espaço para conversar com os alunos” (SANTOS NETO; ZANINELLI, 2017, p. 2635).

Diante desse cenário, os autores afirmam que a disponibilização de ambientes inovadores e convidativos, tal como os espaços *makers* para os usuários, incentivam a construção de futuros empreendedores criativos, sejam adultos ou crianças, posto que estes espaços auxiliam no desenvolvimento de projetos criativos e inovadores. Além disso, Santos Neto e Zaninelli (2017) ressaltam o desafio na internalização da cultura *maker* tanto para as bibliotecas quanto para os bibliotecários, pois essa cultura motiva o desenvolvimento de inovações em produtos e serviços de informação.

2.2 Inovações em bibliotecas públicas

Considerando as bibliotecas públicas são apresentados três casos de inovações por meio de tecnologias: i) o aplicativo de Disseminação Seletiva da Informação desenvolvido para a Biblioteca Pública de Santa Catarina, Brasil; ii) o Mecanismo de Recomendação de Leitura da Biblioteca Pública de Scottsdale, Arizona, Estados Unidos; e iii) o Serviço de Referência Virtual por SMS, Biblioteca Pública de Nova York, Manhattan, Estados Unidos.

i) Disseminação seletiva da informação

Em seu trabalho, Luca et al. (2017) relatam a experiência com a criação do protótipo de um aplicativo para *smartphones* com informações referentes às obras literárias exigidas nos vestibulares das universidades do estado de Santa Catarina. Este aplicativo objetiva auxiliar os vestibulandos a buscar informações sobre os livros de leitura obrigatória desses vestibulares. Dentre suas funcionalidades, os autores apontam: “[...] informações

sobre o livro (resumo, narrativa, personagens); onde encontrar (bibliotecas, livrarias, sebos); informações sobre os autores (biografias, outras obras); estilo (gênero, período); vídeos, links e comentários.” (LUCA et al., 2017, p. 603, grifos no original).

Os dispositivos móveis são uma realidade nos dias de hoje, visto que grande parte da população está optando pelo uso de aplicativos para diferentes finalidades, como informação, lazer, entretenimento e demais saberes, que facilitam o cotidiano das pessoas (LUCA et al., 2017, p. 603). Acredita-se, também, que o uso de tecnologias e a criação de aplicativos podem atrair um número maior de usuários para o consumo de serviços das bibliotecas, especialmente nas públicas, de modo a cumprir o objetivo de satisfazer as necessidades informacionais dos cidadãos.

ii) Sugestão de leitura

Dentre os vários serviços de sugestão de leitura aos usuários, Zickuhr (2013) nos indica o projeto “Gimme Engine”, da Biblioteca Pública de Scottsdale (Scottsdale Public Library). O projeto consiste em um mecanismo que sugere recomendações de leituras personalizadas para seus usuários, combinando o catálogo da biblioteca com dados MARC, imagens dos conteúdos e a descrição dos produtos. A iniciativa foi criada para atender a uma necessidade declarada tanto pelos usuários da biblioteca quanto pelos não usuários, que almejavam recomendações de livros promovidas pelos próprios funcionários da biblioteca (ZICKUHR, 2013).

iii) Referência *on-line*

De acordo com a American Library Association (ALA), 70% das bibliotecas públicas norte-americanas oferecem serviços de referência digitais ou virtuais. Na Biblioteca Estadual de Ohio, Estados Unidos, os bibliotecários estão disponíveis para responder perguntas de referência e para ajudar na busca por informações, como *sites* de credibilidade e recursos de banco de dados *on-line*.

Outro exemplo inovador é o da Biblioteca Pública de Nova Iorque (New York Public Library), Estados Unidos, em que o serviço de mensagens de texto por SMS chamado “Peça a um bibliotecário” (Ask to the librarian) permite aos usuários apresentarem questões de pesquisa para especialistas em informação treinados via telefone, *chat*, *e-mail* ou texto (ZICKUHR, 2013).

2.3 Inovações em bibliotecas universitárias

No que diz respeito aos estudos de caso de inovações aplicadas por meio de tecnologias no ambiente das bibliotecas universitárias, destacamos quatro estudos: i) o uso da impressão 3D na biblioteca da Universidade de Nevada, Estados Unidos; ii) a capacitação de usuários na modalidade EaD por meio de conteúdo audiovisual, na Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil; iii) o uso de *Design Thinking*, na biblioteca Tecnológica de Monterrey, Guadalajara, México; e iv) uso de ferramentas da Web 2.0 disponibilizados pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Brasil.

i) Impressão 3D

Em sua pesquisa, Letnikova e Xu (2017) apresentam projetos com o uso de serviços de impressão 3D em bibliotecas universitárias nos Estados Unidos. Segundo os autores, os bibliotecários da Universidade de Nevada acreditavam que o movimento estratégico para novos serviços apoiaria a criação do conhecimento em todos os departamentos e os transformariam em atividades de apoio à produção do conhecimento, de modo a resultar em uma mudança de paradigma, modificando sua função de ensino para o foco principal na aprendizagem. Rapidamente, outras bibliotecas universitárias seguiram o exemplo e tornaram-se locais nos quais estudantes e professores poderiam se reunir, explorar a impressão 3D e criar objetos tridimensionais.

De acordo com a American Library Association, “[...] mais de 420 bibliotecas oferecem serviços de impressão 3D nos Estados Unidos, um ano atrás esse número era de apenas 250.” (WAPNER, 2015, p. 13). A impressão 3D possui forte tendência de manter-se presente e ativa, tanto nas bibliotecas universitárias quanto escolares, públicas e especializadas, aguçando a criatividade dos alunos, professores e da comunidade, e incentivando a construção do conhecimento de forma colaborativa.

ii) Capacitação em Ensino a Distância (EaD)

Hübner, Kroth e Teixeira (2014), em sua pesquisa, descrevem a experiência realizada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade de Caxias do Sul (UCS) com o uso de tutoriais em formato de vídeo disponibilizados no YouTube. A principal vantagem da tecnologia diz respeito à autonomia no treinamento e na capacitação dos usuários da biblioteca, bem como a melhoria de sua imagem junto à comunidade acadêmica.

Os autores consideram que a disponibilização de tutoriais em vídeo, via ferramenta Web 2.0, permite aos usuários maior interatividade para utilizar, compartilhar e sugerir melhorias de serviço. Como resultado da ação inovadora, eles acreditam que, ao avaliar os tutoriais mais visualizados pelo YouTube, os bibliotecários têm informações para focar em quais tutoriais atendem às reais necessidades dos seus usuários e, assim, reformularem os conteúdos ministrados nas oficinas, tornando-as mais dinâmicas e criativas (HÜBNER; KROTH; TEIXEIRA, 2014). Além disso, os pesquisadores observaram que a partir da disponibilização dos tutoriais em vídeo o número de reservas e renovações no sistema de automação da biblioteca subiu significativamente, diferentemente do cenário anterior, em que havia uma queda constante nos empréstimos (HÜBNER; ANDRETTA, 2016).

iii) *Design Thinking*

Como alternativa para a condução do processo de inovação, Zaninelli e colaboradores (2017) apresentam o *Design Thinking*, implantado na biblioteca Tecnológica de Monterrey localizada no *campus* de Guadalajara, México. Para os autores, o *Design Thinking* tem se tornado uma poderosa ferramenta de melhoria dos serviços:

Isso se justifica, porque a abordagem proposta pelo Design Thinking foca para além da mudança de percepção de valor de um produto ou de um serviço pelo fornecedor do mesmo, e coloca no centro do processo de inovação os desejos e as necessidades dos usuários. (ZANINELLI et al., 2017, p. 478).

Conforme Zaninelli et al. (2017), a biblioteca em questão apresenta uma estrutura organizacional inovadora direcionada aos usuários. Essa estrutura possibilita conquistar mais usuários e, por conseguinte, promover a criação de ambientes inovadores voltados para o compartilhamento do conhecimento.

iv) Web 2.0

Muriel-Torrado e colaboradores (2017) analisaram os serviços *on-line* oferecidos nos *sites* de cinquenta bibliotecas das universidades brasileiras melhor posicionadas no *ranking* internacional Webometrics. Dentre os serviços que podem ser úteis aos usuários, destaca-se a Wiki.

Um exemplo de utilização da Wiki é a Rede Sirius da UERJ e da PUCRS, que oferece “[...] informação sobre algumas curiosidades, como obras recentes adquiridas, que podem ser acompanhadas mediante RSS e oferece ainda aos seus usuários, acesso ao software pago de gestão de referências EndNote.” (MURIEL-TORRADO et al., 2017, p. 16).

Em relação ao uso das redes sociais pelas bibliotecas universitárias analisadas, os autores observam uma baixa utilização dessas ferramentas, em que o emprego não se valendo de diferentes formatos de texto, tais como vídeos ou fotos e tampouco as apresentações parecem ter sucesso dentro da amostra analisada (MURIEL-TORRADO et al., 2017).

Os autores sugerem, portanto, que as bibliotecas universitárias adotem e utilizem extensivamente tecnologias e ferramentas da Web 2.0, uma vez que estas não demandam grandes investimentos e podem aumentar o conjunto de serviços *on-line* oferecidos, além de incrementar a interação com os usuários.

3 INOVAÇÃO NA PRÁTICA COM O USO DE TECNOLOGIAS EM BIBLIOTECAS

Anteriormente, através da revisão de literatura, apresentamos alguns casos de inovação em bibliotecas por meio da adoção de tecnologias, entretanto, bibliotecários e o pessoal que atua em bibliotecas podem se questionar: como desenvolver ações inovadoras na biblioteca em que atua? Bastaria “copiar” os casos apresentados ou é preciso algo a mais? Se as tecnologias e demandas do público usuário estão em constante mudança, qual a fórmula para gerar constantemente inovações nas bibliotecas?

Visando responder a essas inquietações, Farkas (2010) aponta algumas sugestões para auxiliar a equipe da biblioteca a construir serviços inovadores de forma bem-sucedida:

- a) incentive a equipe a aprender a utilizar as novas tecnologias. Tendências tecnológicas devem ser absorvidas por todos os membros da equipe da biblioteca; deixe um tempo disponível dentro do expediente de trabalho para a equipe desenvolver novas ideias;
- b) quando o pessoal tem tempo para o pensamento criativo, não é de se admirar que soluções criativas surjam. A empresa Google destina 20% do tempo do trabalho dos seus empregados para buscarem soluções criativas;

- c) mantenha a mente dos funcionários aberta. Em um projeto os gerentes devem criar um ambiente onde os funcionários se sintam confortáveis para compartilhar novas ideias, independentemente de sua posição no quadro organizacional;
- d) a biblioteca não será capaz de inovar se a administração não está disposta em investir tempo em pesquisa e desenvolvimento. Se você quiser criar novos serviços é preciso dedicar tempo do pessoal para desenvolver novos serviços;
- e) dar tempo ao pessoal para experimentar novas tecnologias. Muitas empresas inovadoras dedicam algum tempo do expediente de trabalho de seus funcionários para projetar novas ideias. Portanto, é necessário desenvolver uma cultura tolerante. (FARKAS, 2010, p. 2, tradução nossa).

No que concerne ao desenvolvimento de inovações em serviços de informação, julga-se como um critério relevante a criação de uma cultura tolerante. De acordo com Farkas (2010, p. 3, tradução nossa), “[...] a inovação é um processo que envolve riscos e os gestores precisam estar dispostos a deixar seu pessoal experimentar novas tecnologias e aprender com algumas falhas.”

O autor complementa que é por meio das falhas que surgem os *insights* para melhorar os serviços, derrubando quaisquer barreiras impeditivas da inovação. Dessa forma, a mudança da cultura organizacional não é uma tarefa simples, mas as consequências de ficarmos estagnados poderiam ser muito mais complicadas (FARKAS, 2010).

Wasserman (1985) provocava a comunidade bibliotecária pela falta de inovação em produtos e serviços de informação na área da Biblioteconomia. Para o autor, o problema iniciou a partir da sistematização excessiva dos processos de trabalho, quando a profissão se formalizou com a execução de normas rígidas, os profissionais da informação se dedicaram menos à invenção de novos sistemas e métodos. O autor explica também que na atuação bibliotecária existem tipos únicos de conhecimentos substantivos e estruturais para a sociedade, mas é preciso que a causa da Biblioteconomia seja redefinida para abarcar a responsabilidade de criar e planejar ativamente novos produtos e serviços, mais do que apenas fornecer informação baseada no que for encontrado nos levantamentos (WASSERMAN, 1985).

As diretrizes para a inovação em produtos e serviços de informação de Wasserman (1985, p. 14-15) compõem-se de:

1) Mecanismos para a identificação de necessidades e lacunas:

- (a) experiência pessoal, observação, necessidade;
- (b) estudo do processo de pergunta e resposta;
- (c) entrevista com o pessoal da informação;
- (d) inventário dos produtos ultrapassados e obsoletos;
- (e) estudo dos limites da estrutura informacional de uma área ou de um campo de conhecimento;
- (f) extensão dos produtos locais a uma audiência mais ampla;
- (g) análise das questões não respondidas.

2) Quem deve inventar e projetar novos produtos e sobre quais prognósticos? Prós e contras das alternativas:

- (a) indivíduo;
- (b) grupo;
- (c) organizações ou associações;
- (d) bibliotecas ou centros de informação;
- (e) editoras.

3) Quando fazer isto? Como fazer? E se fizer: A. Considerações; B. Considerações econômicas e de mercado:

- (a) tempo requerido;
- (b) financiamento;
- (c) incentivos;
- (d) pessoal;
- (e) preço;
- (a) audiência;
- (b) métodos de divulgação;
- (c) mídia de revisão;
- (d) testemunhos.

Outras diretrizes são propostas pelo autor, as quais devem ser criteriosamente analisadas para o desenvolvimento de inovações em serviços de informação. Independentemente disso, consideramos que, para inovar, é necessário que os bibliotecários desenvolvam produtos (bens e/ou serviços) de informação em um formato atrativo para os usuários e que acompanhem suas mudanças de perfil e de comportamento. Para tanto, o bibliotecário precisa conhecer as características de cada tecnologia, suas funcionalidades e suas limitações.

Sobre isso, é relevante ressaltar que mais importante do que conhecer as tecnologias, isto é, “como” e “quando” usá-las, faz-se necessário compreender o perfil da biblioteca e da comunidade usuária. Muitas tecnologias se tornaram de domínio público, ou ainda, possuem uma versão gratuita para teste e utilização, por essa razão enfatizamos a utilidade do conhecimento das funcionalidades de cada tecnologia para que possamos selecionar qual está de acordo com as necessidades dos usuários da informação e dos objetivos da organização mantenedora.

Outra sugestão é a consulta de fontes de informação que apresentam tendências tecnológicas. Dentre elas, destacamos os relatórios *Horizon* e *Hype Cycle*, que podem auxiliar no processo de criação de criatividade e no conhecimento de novas tecnologias.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo abordamos a inovação em bibliotecas por meio do uso de tecnologias em seguimento a alguns estudos relacionados a trabalhos anteriores (PASSOS et al., 2016; PASSOS; VARVAKIS, 2017). Desse modo, o objetivo desta exposição foi trazer alguns casos publicizados pela literatura em Biblioteconomia e Ciência da Informação sobre a Inovação nos diferentes tipos de bibliotecas, de modo a verificar se bibliotecas escolares, públicas e universitárias têm assumido posturas e propostas iguais ou semelhantes, e como é possível inovar.

Para tanto, neste percurso, abordamos primeiramente alguns conceitos, tais como: “Inovação”, “Bibliotecas” e “Tecnologias”, na expectativa de alicerçar nossa discussão e, sobretudo, compatibilizar entendimentos, uma vez que essas expressões possuem diferentes significados, inclusive, na Biblioteconomia e Ciência da Informação. Em seguida, seguimos para os casos de sucesso na implantação de inovações com o uso de tecnologias em bibliotecas escolares, públicas e universitárias. Finalizamos nossa discussão com algumas características e condições para a inovação por meio das tecnologias em bibliotecas.

Conforme verificamos, cada tipo de biblioteca tem adotado diferentes propostas e empregos de tecnologias. Entretanto, trabalhando-se com criatividade é possível levar as propostas de um tipo de biblioteca a outra e isso já acontece. Não é raro, por exemplo, o empréstimo de *tablets*, e até mesmo de *notebooks* e equipamentos de gravação nas bibliotecas universitárias brasileiras; ou ainda o uso de grupos de WhatsApp e comunidades no Facebook em bibliotecas públicas; e a utilização de serviços de sugestões de leitura e disseminação seletiva em bibliotecas escolares.

Dessa forma, percebemos, a partir dos exemplos citados, que desenvolver serviços inovadores em bibliotecas, na maioria das vezes, não requer um volume significativo de recursos, haja vista que nos exemplos citados os recursos tecnológicos disponibilizados não eram onerosos. Os novos serviços são, particularmente, resultados de criatividade colocada em ação (i.e., inovação). A criatividade reside na maneira de disponibilização aos usuários e a forma de distribuição da informação, dependendo da iniciativa e da motivação dos bibliotecários envolvidos no processo inovativo.

Consideramos a predisposição à mudança como elemento essencial para a inovação de maneira que estamos cientes de que, para inovar, os bibliotecários não requerem, necessariamente, de tecnologias, porém, em nossa concepção, ela é elemento ignitor para melhoria de processos e produtos (bens e ou serviços). Portanto, acreditamos que a tecnologia pode ser utilizada para aperfeiçoar o atendimento das necessidades dos usuários da informação, ou seja, é necessária a compreensão de que todas as ações devem possuir um foco constante no usuário, assimilando seu comportamento e suas necessidades.

Assim sendo, defendemos que a tecnologia pode trazer inúmeros benefícios aos processos de trabalho nas bibliotecas, como aumentar os meios de integração social por intermédio das redes sociais, ampliar as formas de acesso à informação encurtando as barreiras do tempo, distância e o custo. Mas, para que iniciativas criativas obtenham sucesso, é necessário conhecer detalhadamente as características, vantagens, desvantagens e aplicabilidade de cada tecnologia.

Muitas iniciativas de inovação, às vezes, geram insucesso pela falta de conhecimento da tecnologia por parte da equipe e dos gestores das bibliotecas. Atentamos ao fato de que para inovar por meio de recursos tecnológicos precisamos conhecer qual o sentido da implantação, quando, onde e como a tecnologia será utilizada.

Por fim, reconhecemos como essencial e urgente uma série de competências ao bibliotecário para gestão de unidades de informação, independentemente do tipo de unidade, seja ela escolar, seja ela pública ou universitária. Um aspecto fundamental do bibliotecário é o domínio de um conjunto de conhecimentos básicos que incluem não apenas elementos da gestão da informação, gestão de serviços e gestão da qualidade, mas outras competências, tais como criatividade, proatividade, conhecimento das novas tecnologias e interesse por formas de interação social com o público usuário. Ademais, são imprescindíveis estudos que investiguem o contexto tecnológico das bibliotecas, sumarizando as barreiras, os agentes facilitadores e competências dos bibliotecários inovadores, no sentido de propor diretrizes para promover o desenvolvimento tecnológico dessas.

REFERÊNCIAS

CEZAR, K. G.; GOMES, C. B.; PERSEGONA, M. F. M. A inovação como dimensão socioeconômica do conhecimento. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 209-224, 2011. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1927/pdf_10>. Acesso em: 5 fev. 2018.

FARKAS, M. G. Technology in Practice. Nurturing Innovation: Tips for Managers and Administrators. **American Libraries**, v. 41, n. 10, p. 29-31, 2010.

GALLO-LEÓN, J.-P. Innovación en los servicios de bibliotecas públicas orientadas al usuario: El caso de la Biblioteca Regional de Murcia. **El Profesional de la Información**, v. 17, n. 2, p. 144-154, 2008. Disponível em: <<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2008.mar.03>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

GIACOMETTI-ROCHA, E.; FALCÃO, P. M.; MILL, D. Análise terminológica para “Novas Tecnologias de Informação e Comunicação”: contribuição CTS às pesquisas em Educação. In: HOFFMANN, W. A. M.; MIOTELLO, V. (Org.). **Diálogos em Ciência, Tecnologia e Sociedade**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

GUILHEM, C. B.; TORINO, L. P.; TAVARES, H. Um olhar sobre inovação em bibliotecas universitárias: desafios e possibilidades. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013. **Anais...** São Paulo: FEBAB, 2013. p. 5207-5218. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1645/1646>>. Acesso em: 5 fev. 2018.

HÜBNER, M. L. F.; ANDRETTA, P. I. S. A relação entre sucesso acadêmico e biblioteca universitária: uma análise a partir dos empréstimos domiciliares em uma universidade brasileira. **Información, cultura y sociedad**, Buenos Aires, n. 34, p. 45-62, jun. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17402016000100004&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 29 jan. 2015.

_____; KROTH, D. F.; TEIXEIRA, M. V. Serviços da Biblioteca na Web 2.0: um estudo de caso dos Tutoriais em vídeos da Universidade de Caxias do Sul no Site YouTube.com. **Ponto de Acesso**, v. 8, n. 1, p. 39-55, 2014. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/6932/8174>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

JERÔNIMO, V. **Bibliotecários Criativos**: práticas inovadoras no contexto da atuação profissional. 2015. 115 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/158496/TCC_Criatividade e Inovacao_Viviane Jeronimo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/158496/TCC_Criatividade_e_Inovacao_Viviane_Jeronimo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 5 fev. 2018.

JUCEVICIENE, P.; TAUTKEVICIENE, G. Academic library as a learning environment: how do students perceive it? Paper presented at the European Conference on Educational Research, University of Hamburg. **Proceedings...** Hamburg: European Educational Research Association, September 2003. p. 17-20. Disponível em: <<http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/00003274.htm>>. Acesso em: 11 set. 2011.

LETNIKOVA, G.; XU, N. Academic library innovation through 3D printing services. **Library Management**, v. 38, n. 4/5, p. 208-218, 2017. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/LM-12-2016-0094>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

LUCA, H. M. et al. Inovação em bibliotecas: relato de experiência sobre a criação do aplicativo vestbook SC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 596-610, ago./nov. 2017. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/87530>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

MURIEL-TORRADO, E. et al. Serviços on-line das bibliotecas universitárias brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2017. p. 1-9. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/52202>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

NOVOA, C.; SAMPEDRO, P. Las bibliotecas escolares, motor de innovación. **Cuadernos de Pedagogía**, n. 423, p. 33-36, 2011.

OCDE – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: Diretrizes para a Coleta e Interpretação de dados sobre Inovação Tecnológica. Paris: OCDE, 1997.

PASSOS, K. G. F et al. Inovação em serviços de informação: uma análise bibliométrica da produção científica. **Biblios**, Lima, v. 1, p. 28-43, 2016. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16146347003>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

PASSOS, K. G. F.; VARVAKIS, G. J. O futuro da biblioteca universitária: tendências da revisão de literatura. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília. **Anais...** Marília: UNESP, 2017. p. 1-9. Disponível em: <<http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/xviiienancib/ENANCIB/paper/view/426/386>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

QUANDT, C. O. Inovação tecnológica. In: SILVA JUNIOR, R. G. (Org.). **Empreendedorismo tecnológico**. Curitiba: IEP, 2009. p. 71-99.

ROMANI, C.; BORSZCZ, I. (Org.). **Unidades de informação: conceitos e competências**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006. 133 p.

SAETEREN, L. Innovación en los servicios de biblioteca pública: el ejemplo de la Deichmanske Bibliotek, la Biblioteca Pública de Oslo. In: JORNADES BIBLIOTECA PÚBLICA I LECTURES, 2005, Barcelona. **Anales...** Barcelona, 2005. Disponível em: <http://bd.ub.es/jbpl/saeteren_spa.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2015.

SANTOS NETO, J. O. A.; ZANINELLI, T. B. Biblioteca escolar com makerspace: um estudo de caso na Biblioteca Abraham Lincoln. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, n. Spe., 2017. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/42026>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

TARAPANOFF, K. Biblioteca integrada e sociedade: referencial teórico. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 13, n. 2, p. 3-9, 1984.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VERASZTO, E. V. et al. Tecnologia: buscando uma definição para o conceito. **Prisma.com**, v. 1, p. 60-85, 2008. Disponível em: <<http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/2078/1913>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

WAPNER, C. **Toward A More Printed Union: Library 3D Printing Democratizes Creation**. 2015.

WASSERMAN, P. Innovation and design of information products and services. **Infomediary**, v. 1, n. 1, p. 11-16, 1985.

ZANINELLI, T. B.; SANTOS, C.; FERREIRA, D. de S. Inovação em bibliotecas: foco na abordagem do design thinking. In: SEMINÁRIO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 7., Londrina. **Anais...** Londrina: SECIN, 2017. p. 471-485.

ZICKUHR, K. **Innovative library services “in the wild”**. 2013. Disponível em: <<http://libraries.pewinternet.org/2013/01/29/innovative-library-services-in-the-wild/>>. Acesso em: 5 fev. 2018.

Capítulo – INOVAÇÃO EM BIBLIOTECAS: CASOS DE SUCESSO COM O USO DE TECNOLOGIAS

RESUMO EM PORTUGUÊS

O objetivo dessa exposição é indicar estudos de casos recentes de inovações em bibliotecas e algumas características e condições para inovações nesses espaços. Para tanto, selecionamos exemplos de casos de sucesso no trato de inovações em bibliotecas escolares, públicas e universitárias a partir do uso de tecnologias que apareceram em publicações recentes na área da Biblioteconomia, tanto em âmbito nacional quanto internacional. Como resultado, indicamos que cada tipo de biblioteca tem promovido ações inovadoras com empregos de diferentes tecnologias, em geral de baixo custo e que podem ser adaptadas; e que o conhecimento das novas tecnologias, a criatividade e a motivação dos bibliotecários são imprescindíveis para a geração de produtos (bens e/ou serviços) inovadores, que devem sempre levar em consideração o perfil de sua biblioteca e do público usuário. Por fim, ressaltamos os benefícios do uso das tecnologias nas bibliotecas com vista às melhorias de processos, na promoção da integração social, no encurtamento de barreiras e na redução de custos; e que o bibliotecário deve conhecer os recursos tecnológicos à sua disposição, possuir iniciativa e motivação e usar da criatividade para inovar. Ao final, propomos que novas pesquisas abordem o contexto tecnológico das bibliotecas, as barreiras e facilitadores da inovação tecnológica e as competências requeridas dos bibliotecários para inovação.

Palavras-chave: Inovação. Bibliotecas. Tecnologia. Estudo de Caso. Bibliotecário.

Chapter – INNOVATION IN LIBRARIES: CASES OF SUCCESS WITH THE USE OF TECHNOLOGIES

ABSTRACT

The objective of this exhibition is to indicate recent case studies of library innovations and some characteristics and conditions for innovations in these spaces. In order to do so, we have selected examples of successful cases in the treatment of innovations in school, public and university libraries, based on the use of technologies that have appeared in recent publications in the area of Librarianship, both nationally and internationally. As a result, we indicate that each type of library has promoted innovative actions with jobs of different technologies, generally of low cost, and that can be adapted; and that knowledge of new technologies, creativity and motivation of librarians are essential for the generation of innovative products (goods and / or services), which should always take into account the profile of its library and the public user. Finally, we highlight the benefits of using library technologies to improve processes, promote social integration, reduce barriers and reduce costs; and that the librarian must know the technological resources at his disposal, have initiative and motivation and use creativity to innovate. In the end, we propose that new research should address the technological context of libraries, the barriers and facilitators of technological innovation, and the skills required of librarians for innovation.

Keywords: Innovation. Libraries. Technology. Case study. Librarian.

INFORMAÇÃO PARA *STARTUPS*

Priscila Machado Borges Sena

Ursula Blattmann

INTRODUÇÃO

As constantes e intensas transformações sociais e econômicas requerem seres humanos mais dinâmicos e flexíveis quanto ao modo de agir diante da intensa produção de informações e conhecimentos. Como consequência, empreender e inovar se difundem como maneiras de se destacar social e economicamente na sociedade da informação.

Nesse contexto, as *startups* tornam-se uma alternativa de empreendimento rápido e com baixos custos iniciais, uma vez que, segundo Soares (2016), tratam-se de empresas baseadas em inovações tecnológicas que nascem pequenas, mas estruturadas para crescerem rapidamente. Deste modo, presume-se que as *startups* necessitam de informação e conhecimento pertinentes, relevantes e atualizados para serem mantidas, com perspectiva de crescimento e repetibilidade.

Com o objetivo de indicar fontes de informação pertinentes às *startups*, estabelece-se neste capítulo um paralelo entre as sete fontes de inovação de Druker (1987) com os tipos de inovação que ocorrem nas *startups* de Ries (2011), e as fontes de informação primárias de Cunha (2016).

Para tal, realiza-se um estudo exploratório descritivo com vistas a apresentar separadamente as sete fontes de inovação, os tipos de inovação que ocorrem nas *startups* e as fontes de informação, para que a relação explicitada possa ser compreendida em seu cerne.

Por conseguinte, discorre-se neste capítulo sobre as seções: 1 Por que *startups*?, com a gênese, estrutura e contexto brasileiro das *startups*; 2 Fontes de informação para repetir e escalar, com os tipos de fontes de informação e as fontes para inovação; 3 Informações pertinentes às *startups*, com a indicação das fontes de informação relevantes para as *startups* e; 4 Considerações finais, com as reflexões sobre a necessidade das *startups* requerem pessoas atentas aos processos de mudanças e competentes na escolha de fontes de informação significativas, relevantes, e pertinentes conforme os modelos de ação desse tipo de empresa.

1 POR QUE *STARTUPS*?

O termo *startup* é utilizado para novas empresas, até mesmo embrionárias ou ainda em fase de formação, que contam com projetos promissores ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras com baixos custos iniciais, sendo altamente escaláveis, com expectativa de crescimento quando obtêm sucesso.

Para compreender o porquê dessas empresas serem denominadas *startups*, apresenta-se nesta seção uma linha do tempo a partir de quando o uso do termo se tornou mais frequente até ficar comum no âmbito prático e teórico.

1.1 Gênese das *startups*

Gihaty (2016) afirma que o termo surgiu durante a época chamada de “bolha da internet”, entre 1996 e 2001, em que ocorreu uma explosão de empresas “pontocom”. Assim, define uma *startup* como um modelo de negócios replicável e escalável, criado por pessoas para trabalharem em condições de extrema incerteza (GIHATY, 2016). Nesse período, empreendedores com ideias promissoras e inovadoras, associadas à tecnologia, conquistaram financiamentos para seus projetos, desde que mostrassem que eram sustentáveis e lucrativos.

Nessa mesma época, empresas como a AOL, Yahoo e Google, consideradas *startups*, ganharam visibilidade e colocaram o Vale do Silício (Silicon Valley), na região da Califórnia, Estados Unidos, em destaque, tornando-o local propício para germinar negócios grandiosos pautados em inovação tecnológica (BLANK, 2007).

O porquê dessas *startups* poderem ser consideradas de sucesso está no fato de suas estruturas se basearem em empresas ou instituições humanas que se constroem nos mais diversos ramos, de forma espontânea, no risco e incerteza e tendo em sua essência a inovação para criar produtos e serviços os quais pretendem revolucionar o mercado (RIES, 2011).

Sobre isso, Steve Blank, pesquisador responsável por um dos conceitos de *startup*, aborda *startup* como empresa em busca de um modelo de negócios viável, repetível e escalável (BLANK, 2007). Por viável, entende-se um modelo de negócios possível de aplicar, por repetível que pode ser reproduzido, e por escalável que tem prospecção de crescimento incrementando nos produtos e serviços gerados ou gerando outros novos.

É válido elucidar que, embora o uso do termo *startup* tenha se tornado frequente a partir da primeira “bolha da internet”, conforme apresentado, empresas do mesmo porte já existem na literatura como “*new ventures*”, com dois tipos de constituição: fundadas a partir de outras empresas, conhecidas como iniciativa de corporação; e fundadas a partir de ideias em comum de um ou mais empreendedores, como iniciativa independente (PINHEIRO, 2016). Pinheiro (2016) e Shrader e Simon (1997) abordam que ambos os tipos de constituição somente se diferenciam no que tange à constituição inicial de formato.

Assim, segundo Pinheiro (2016) e Lemos (2008), se a empresa for fundada a partir do primeiro tipo de constituição caracterizam-se por *spin-off*, pois são geradas a partir de outra corporação, grupo de pesquisa ou universidade. Neste caso, a formação acadêmica faz-se importante, pois integra conhecimento teórico e prático.

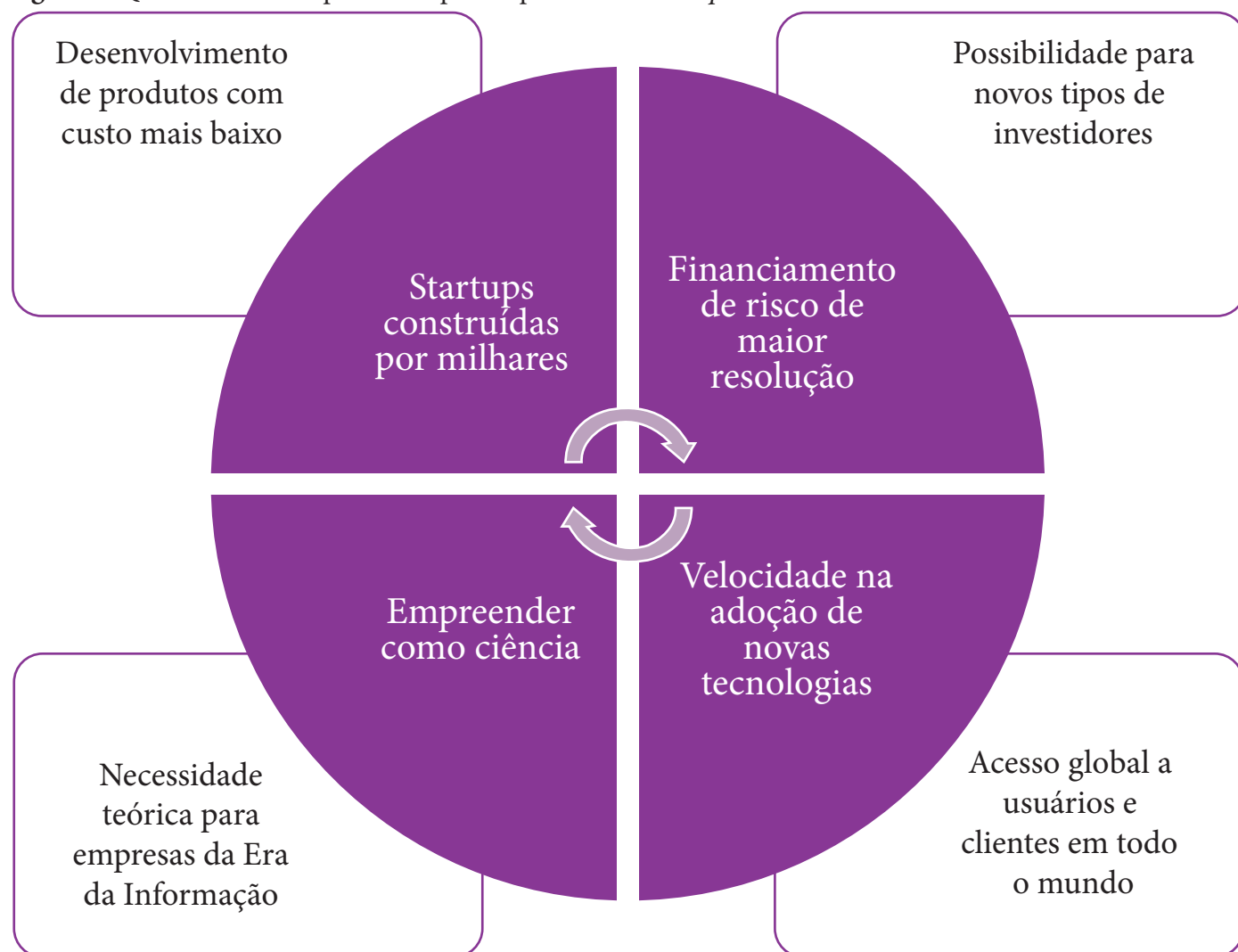
Em contrapartida, se a empresa se estruturar a partir do segundo tipo de constituição apresentará as características de uma *startup*, com limitação de recursos, múltiplas influências de competidores, imaturidade de mercados e tecnologias dinâmicas (PINHEIRO, 2016).

1.2 Estrutura das *startups*

Embora muito próximo do conceito de pequenas empresas, as *startups* apresentam estrutura diferenciada, principalmente no que tange a sua base se fixar essencialmente em inovações tecnológicas. Nesse sentido, essas empresas acabam por penetrar em quase todas as áreas da sociedade (COMPASS.CO, 2015).

De acordo com o *Ranking* 2015 do Global Startup Ecosystem (COMPASS.CO, 2015), a explosão das *startups* se deve a quatro fatores fundamentais expostos na Figura 1:

Figura 1. Quatro fatores responsáveis pela explosão das *startups*



Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado no *Ranking* 2015 do Global Startup Ecosystem (COMPASS.CO, 2015).

O primeiro fator refere-se à facilidade de desenvolvimento de novas tecnologias a partir de trechos de códigos que ficam disponíveis, a *freelancers* com menor custo, ferramentas *plug & play*.

O segundo fator tem relação com os novos tipos de investidores: anjos, aceleradoras e micro-VCs. Os investimentos são menores, no entanto, oferecem mais possibilidades para que os investidores apostem em uma quantidade maior de propostas.

O terceiro fator diz respeito à preocupação em se embasar na teoria os novos modelos de empresas da Era da Informação, a partir de estudos de pesquisadores como Steve Blank e Eric Ries.

O quarto fator concerne à associação do acesso global a usuários e clientes em todo o mundo somado à crescente velocidade de adoção a inovações tecnológicas.

Na sociedade, as *startups* representam uma consequência direta da era da informação, que faz com que, enquanto se fala, empreendedores em várias partes do planeta criem inovações tecnológicas a serem incorporadas e utilizadas no dia a dia dos seres humanos (COMPASS.CO, 2015).

De forma geral, esse tipo de empresa apresenta estrutura organizacional constituída de um CEO (*Chief Executive Officer* – em português Diretor Executivo), que, em grande parte dos casos, é responsável pela ideia que germina a inovação e fundador da *startup*, e de membros responsáveis, segundo Blank (2012), pelo gerenciamento de produtos, vendas, *marketing*, desenvolvimento de negócios etc. No entanto, sua estrutura pode se diferenciar conforme a especificidade de seus produtos e serviços, bem como o público que atende.

No Brasil, a popularização das *startups*, embora recente, tem se destacado como fonte de inspiração para diversas iniciativas de criação e desenvolvimento desse tipo de empresa em várias cidades.

1.3 Contexto brasileiro

A popularização das *startups* no Brasil é verificável pela existência, por exemplo, de uma associação específica, a Associação Brasileira de Startups (ABStartups), fundada em 2011 com o objetivo de “promover e representar as *startups* brasileiras”, e com a missão de “[...] tornar o Brasil uma das cinco maiores potências em inovação e empreendedorismo tecnológico.” (ABSTARTUPS, 2017, [s.p.]).

Segundo Gustavo Caetano, seu fundador, a associação “hoje é a maior organização latino-americana de *startups*, com quatro mil afiliadas” (FONTE, 2016, p. 10). A ABStartups conta com três subdivisões de programas de incentivo ao desenvolvimento desse tipo de empresa, o primeiro voltado para as *startups*, o segundo para *corporate* e o terceiro para o investidor.

Os Programas para *Startups* totalizam-se em dez: ABStalks, Blog, Café com Associados, CASE, Comitês, Papo com Investidor, Pitch Corporate, Pitch Training, Portal de Benefícios e Programa de Internacionalização. Os Programas para Corporate são dois, o Mantenedor de Comitê e o Pitch Corporate. Os Programas para Investidor possui o Papo com Investidor. Nota-se que o maior número de programas se volta especificamente para as *startups*, e que dois dos programas voltados para elas direcionam-se também para o *corporate* e para os investidores, o que denota uma preocupação com a promoção de integração entre os atores envolvidos (ABSTARTUPS, 2017).

Somada à criação da ABStartups em 2011, em 2016 o Congresso Nacional aprovou o novo marco legal da inovação por meio do decreto e sanção da Lei n. 13.243, de 11 de janeiro de 2016, que dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Conhecida como Código da Ciência, Tecnologia e Inovação (C.T&I), a lei é resultante de cinco anos de discussões entre os atores do Sistema Nacional de Inovação (SNI), nas esferas das Comissões de Ciência e Tecnologia da Câmara e do Senado (RAUEN, 2016).

O decreto e sanção da Lei n. 13.243 permite que os estados e municípios brasileiros impulsionem suas ações de promoção da inovação. Tais incentivos legais federais, somados a incentivos estaduais, podem, direta e indiretamente, influenciar no fato de municípios como São Paulo, Florianópolis, Vitória, Curitiba e Joinville ocuparem posições de destaque no cenário nacional, e até mundial, conforme se verifica no Índice de Cidades Empreendedoras 2017 da Endeavor (2017).

Todo esse contexto de ações emergentes da legislação, associação, instituições, empreendedores e investidores favorecem de alguma forma o fomento dos ecossistemas de *startups*.

De acordo com Lemos (2012) e Moore (2006), os ecossistemas que envolvem as *startups* podem ser considerados como comunidades de organizações e indivíduos (empreendedores, investidores, incubadoras, por exemplo) e outros grupos de interesse, que realizam atividades de negócios e econômicos.

Como ambientes dinâmicos, os ecossistemas, embora com a mesma estrutura no que concerne ao desenvolvimento das *startups*, podem variar em sua constituição de acordo com cada região, posto que dependem de atores que possuem características peculiares a cada localidade.

Fato que explica, por exemplo, algumas cidades e países se destacarem mais que outros em quesitos como inovação, empreendedorismo, sustentabilidade, entre outros. Estados como São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina possuem notoriedade quanto ao empreendedorismo e inovação (ENDEAVOR, 2016, 2017).

Posto isso, torna-se perceptível a necessidade de conhecimento além dos grupos relacionados aos atores que interagem em um Ecossistema de *Startups*, pois, a partir do momento que se entende que a informação é a principal matéria-prima deste ecossistema, faz-se relevante identificar quais as fontes mais pertinentes para as *startups* que o compõem.

2 FONTES DE INFORMAÇÃO PARA REPETIR E ESCALAR

Por se tratarem de empresas baseadas em inovação e tecnologia, é possível inferir que as *startups* são fundamentadas em conhecimento atualizado. Castells (1999) ressalta que a principal característica da revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses para a geração de novos conhecimentos.

Dessa forma, as Fontes de Informação tornam-se pertinentes para uma base de conhecimentos que garanta o desenvolvimento sistemático das inovações que nelas ocorrem.

Por meio da associação das fontes de informação às necessidades informacionais dos atores de um ambiente, faz-se possível e facilitada a gestão estratégica da informação, pois a análise destas fontes pode constituir, conforme Beal (2008), um referencial estratégico para administração de recursos informacionais.

De acordo com Rodrigues e Blattmann (2014, p. 10), as fontes de informação podem ser definidas “como tudo o que gera ou veicula informação”. Podem ser detalhadas como todo meio que atenda a uma necessidade de informação, abrangendo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014).

A seguir são abordados os tipos de Fontes de Informação e sua relação com as Fontes de Inovação relevantes para o processo inovador das *startups*.

2.1 Tipos de Fontes de Informação

Para ser transferível uma informação necessita de um meio para transportá-la. “As fontes de informação designam dessa forma, todos os tipos de meios (suportes) que contêm informações comunicáveis.” (MANUAL..., 1997, p. 135). Isto é, de acordo com Pereira (2006), remetem à origem ou procedência de determinada informação com o objetivo de explicar algum fato ou informar sobre alguma coisa ou pessoa.

Cunha (2016) defende que o uso contínuo e efetivo das fontes adequadas são os fundamentos para se conquistar o sucesso na pesquisa, desenvolvimento e inovação, bem como em quaisquer atividades ligadas à ciência e à tecnologia. Assim, as fontes de informações tornam-se primordiais em segmentos baseados em inovações tecnológicas, como no caso das *startups*.

Por serem estruturadas em inovação e tecnologia, as *startups* dependem, para o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores, de informações atualizadas que sintetizem o conhecimento global e intrínseco de cada ator que compõem o ecossistema.

Deste modo, torna-se pertinente ter conhecimento dos tipos de fontes de informações que são utilizadas nesse tipo de ambiente. Já que, segundo Cunha (2016), a informação científica e tecnológica pode funcionar como uma preciosa fonte de inspiração e serendipidade para o profissional, pesquisador, professor ou estudante. O que significa que as fontes de informações podem potencializar o processo inovador das organizações à medida que sejam organizadas de acordo com as necessidades destas.

Ademais, Cunha (2016) aponta que o acesso à informação distingue os países desenvolvidos dos emergentes. De acordo com o relatório do Banco Mundial (2016), há a constatação que os desafios habituais ao desenvolvimento estão dificultando a revolução digital de concretizar seu potencial de modificação. Para muitos, o atual aumento do acesso a tecnologias digitais proporciona mais escolhas e maior conveniência. Por intermédio da inclusão, eficiência e inovação, o acesso oferta oportunidades antes fora do alcance dos pobres e desfavorecidos.

Posto que os países desenvolvidos investem continuamente em pesquisa científica e tecnológica (CUNHA, 2016), enquanto os subdesenvolvidos sofrem para obter investimentos. Exemplo recente é o Brasil, que em julho de 2017 teve 45% menos bolsas de mestrado e doutorado em relação a 2015 (JUNTA, 2017).

Nota-se que há a necessidade além da disponibilidade da informação para o desenvolvimento de uma região ou país, no que concerne à sistematização das informações disponíveis, com objetivos estratégicos de crescimento. Nesse sentido, a junção de informações científicas e tecnológicas torna-se essencial para o crescimento inovador de um local.

A ciência geralmente corresponde à disseminação de pesquisadores científicos ou a um conjunto de ideias resultantes de uma pesquisa (ROCHE, 1980; JANNUZZI, 2002). Nessa mesma lógica, Japiassu (1979) aborda ciência como um conjunto de cognições intelectuais. Jannuzzi (2002), ao fazer a leitura desses conceitos, inferiu que ciência sempre está relacionada à investigação, intelecto, ideias e resultados.

Sobre tecnologia, o conceito, de acordo com Roche (1980) e Jannuzzi (2002), pode ser visto sob dois aspectos: tecnologia comum, que possui algo em comum com a ciência, e tecnologias novas, que apenas partilham com a ciência o seu método, como pesquisa operacional e a informática.

De acordo Cunha (2016), as fontes de informação científica e tecnológica possuem características comuns. As principais referem-se a:

a) formatos: emergem em formatos diferentes, como periódicos, relatórios técnicos, manuais e patentes (mais comuns nas áreas tecnológicas);

b) universalidade: característica que faz com que cientistas e engenheiros, espalhados pelas inúmeras regiões do mundo utilizem em seus trabalhos as mesmas fórmulas, tabelas e medidas. O que contribui para que o método e os resultados de determinada pesquisa sejam assimilados por especialistas de todos os países;

c) acumulação dos conhecimentos: refere-se à utilização de uma informação básica que já se encontra disponível nas diversas fontes de informação.

Por serem dispostas em diversos suportes, as fontes de informação podem ser informais, compostas por comunidades orais, contatos pessoais e mensagens eletrônicas ou formais, comprovadas por meio de estudos. As fontes de informação formais são classificadas, de acordo com Grogan (1992), em primárias, secundárias e terciárias.

Primárias quando possuem informações originais, não submetidas à interpretação ou condensação. Exemplos: livros, periódicos, relatórios técnicos, teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso, normas técnicas, entre outros.

Secundárias quando facilitam o acesso às fontes primárias, devido a se tratarem de dados ou informações organizados segundo esquemas determinados. Exemplos: enciclopédias, dicionários, revisões.

Terciárias quando guiam o pesquisador da informação para as fontes primárias e secundárias. Exemplos: listas de referências e catálogos.

Entendendo essas distinções faz-se pertinente detalharmos um pouco melhor sobre cada uma dessas classificações relacionando-as com o contexto das *startups*, em que a criatividade, inovação e empreendedorismo se fazem presentes.

2.2 Fontes para inovação

Segundo o *Manual de Oslo* (OCDE, 2005), a inovação pode ser compreendida como a “[...] introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne às suas características ou usos previstos.” Isso vai ao encontro de Tidd, Bessant e Pavitt (2008, p. 35), quando afirmam “[...] que a inovação é uma questão de conhecimento – criar novas possibilidades por meio da combinação de diferentes conjuntos de conhecimentos.”

Nota-se que o contexto dos processos de inovação tecnológica é dinâmico em relação a sua matéria-prima, a informação. E essa afirmação é possível a partir da interpretação do que torna possível a combinação de distintos grupos de conhecimento, o registro.

Gleick (2013), em seu livro *A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*, ao apresentar a historicidade da informação, destaca as inúmeras tecnologias que foram utilizadas com intuito de transmitir o conhecimento ao longo da história da humanidade. E elucida que foi a partir da palavra escrita que “a informação foi dissociada do indivíduo, dissociada da vivência do falante” (GLEICK, 2013, p. 32).

Essa dissociação permite que o conhecimento seja, de certa forma, transferido de uma geração para a outra. No entanto, requer, por consequência, organização, o que já se fazia visível nas características estabelecidas na Teoria da Informação, de Claude Shannon, que definiu informação como incerteza, surpresa, dificuldade e entropia (SHANNON, 1949).

Diante das definições que emergiram, baseadas em sua maioria na Teoria da Informação, McGarry (1999) abordou que a informação é imposta mediante ordenação. Imposição que torna os contextos de uso da informação dinâmicos diante das inúmeras e distintas necessidades informacionais.

É na característica de dinamismo que se faz possível enxergar a relação direta entre informação e inovação, pois a inovação, de acordo com o que foi visto até aqui, concretiza-se com a transmutação de uma gama de conhecimentos em produtos, serviços e processos. Fato que evidencia a necessidade das organizações obterem informações estratégicas para seus usos.

Nessa perspectiva, os contextos de inovação apresentam fontes de inovação importantes para a concretização de suas inovações tecnológicas. Drucker (1987) caracteriza sete fontes de oportunidade inovadora ou, em síntese, sete fontes de inovação: as internas à organização – o inesperado, a incongruência, inovação baseada na necessidade de processo e mudanças no setor industrial ou na estrutura de mercado; e as externas à organização – mudanças demográficas, mudanças de percepção, disposição e significado e conhecimento novo.

Sobre as fontes internas de inovação, Drucker (1987) aborda o inesperado como sendo sucessos e fracassos, aos quais os empresários não dão atenção, negligenciando ou até mesmo insultando. A incongruência remete

a uma oportunidade encontrada em uma falha e, desta forma, ocorre de forma qualitativa. A necessidade de processo consiste em um elo fraco com o que falta, definição de objetivo, especificações claramente definidas e alta receptividade por parte da organização e/ou setor. As mudanças no setor industrial ou de mercado referem-se à sensibilidade de se antecipar as mudanças que estão fora da organização, mas que impactam a forma de trabalho dentro da organização.

Acerca das fontes externas de inovação, Drucker (1987) apresenta as mudanças demográficas como sendo as mais confiáveis, pois abrangem as distinções de população, grandeza, estrutura, faixa etária, educação e renda. As mudanças de percepção remetem às diferentes perspectivas para os acontecimentos, permitindo o sucesso. O conhecimento novo baseia-se na convergência de diversos tipos de conhecimento, nem todos científicos e tecnológicos.

No entanto, para que essas fontes de inovação representem vantagem competitiva é necessário que se transformem em fontes de informação. A partir dessa transformação, as fontes de informação quando utilizadas, segundo Cunha (2016), com a devida paciência, energia e perspicácia proporcionam vantagem sobre aqueles que não possuem competências necessárias ou que têm preguiça de utilizá-las. Desse modo, embora o uso da informação em ciência e tecnologia não seja fácil, geralmente fornece benefícios palpáveis para quem se esforça por utilizá-la em sua plenitude.

Sobre isso, Carvalho e Araújo Junior (2014) abordam que as organizações que percebem desde cedo a importância da informação e passam a fazer investimentos para que esta seja organizada e seu acesso facilitado, certamente terão mais subsídios para as tomadas de decisão.

As fontes de informação voltadas para a organização podem ser classificadas em quatro categorias: externas e pessoais, externas e impessoais, internas e pessoais, e internas e impessoais. A informação está presente intrinsecamente em praticamente todas as ações desempenhadas em uma organização (CHOO, 1994, 2006).

Dessa forma, para atender as demandas informacionais de uma organização, as fontes de informação devem corresponder às necessidades e aos usos de seus atores. Esse processo é contínuo e infinito, resultando em outras necessidades como a de gestão da informação no que concerne, segundo Cândido (2017), à informação estratégica e informação secundária, de acordo, por exemplo, com as fases do processo inovador em uma *startup*.

De acordo com Ries (2011), as *startups* usam tipos variados de inovação que vão desde o emprego de novas descobertas científicas, à reutilização de uma tecnologia existente para um novo uso, criação de um novo modelo de negócios que desbloqueia o valor que foi escondido ou simplesmente traz um produto ou serviço para um novo local ou um grupo de clientes anteriormente desatendidos. A inovação em todos esses casos é o cerne do sucesso da empresa.

Posto isso, as informações provenientes das fontes de informação, a partir das fontes de inovação, tornam-se pertinentes à criação, sustentabilidade e crescimento das *startups*, conforme discorre-se na próxima seção.

3 INFORMAÇÕES PERTINENTES ÀS *STARTUPS*

De acordo com o objetivo proposto neste capítulo é apresentado no Quadro 1 o paralelo entre fontes de inovação, fontes de informação e tipos de inovação para *startups*.

Quadro 1. Indicação de fontes de informação para *startups*

Fontes de Inovação		Fontes de Informação	Tipos de Inovação
Internas	Inesperado	Relatórios Técnicos Atas Manuais	Emprego de novas descobertas científicas.
	Incongruência	Relatórios Técnicos Atas Manuais	Reutilização de uma tecnologia existente para um novo uso.
	Necessidade de processo	Manuais Políticas Organizacionais Circulares	Criação de um novo modelo de negócios para um novo produto ou serviço.
	Mudanças no setor industrial ou de mercado	Congressos e conferências Eventos específicos Periódicos Projetos e Pesquisas em andamento Teses e dissertações Traduções	Criação de um novo modelo de negócios para um novo local.
	Mudanças de percepção	Congressos e conferências Eventos específicos Periódicos Projetos e Pesquisas em andamento Teses e dissertações	Emprego de novas descobertas científicas
Externas	Conhecimento novo	Congressos e conferências Eventos específicos Periódicos Projetos e Pesquisas em andamento Teses e dissertações	

Fonte: Baseado em Drucker (1987), Ries (2011) e Cunha (2016).

O paralelo exposto no Quadro 1 deixa visível que as fontes de informação para *startups* se originam de suas fontes de inovação e permitem a geração novos produtos e serviços. Dessa forma, há indicação apenas de fontes de informação primária, pois se acredita que as fontes secundárias e terciárias são consequências da primeira.

Nota-se que as fontes de informação que remetem a informações mais atualizadas são as que podem, inclusive, agregar mais valor a esse tipo de empresa. Contudo, para que essa relação seja possível fazem-se necessárias a gestão de documentos, de informações (cabe aqui a gestão estratégica da informação) e a gestão do conhecimento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indicação das fontes de informação pertinentes às *startups* traz à luz a relevância de fontes já existentes, porém, com suas utilizações voltadas para os envolvidos nesses ambientes. Isso foi possível a partir da reflexão sobre a gênese das fontes de informação, a informação bruta provenientes de distintas fontes de inovação.

Essa perspectiva permite a inferência de se olhar para ambientes como os das *startups* como profissionais da informação além dos limites de centros de documentação, bibliotecas, arquivos e museus, mas como profissionais dotados de competências, habilidades e atitudes para o trabalho com informação para e com o outro.

Fato que elucida o estudo realizado por Sena, Blattmann e Teixeira (2017), quando elencaram as possibilidades para os profissionais da Biblioteconomia à luz das Competências para Profissionais da Informação da Special Libraries Association (SLA), no Ecosistema de *Startups* de Florianópolis. Neste estudo, as autoras elencaram a necessidade de “[...] gestão da documentação, gestão da informação, análise de informação, gestão do conhecimento, curadoria, consultoria no que concerne a elaboração de projetos, mapeamento de fontes de informação pertinentes, disseminação seletiva da informação.” (SENA; BLATTMANN; TEIXEIRA, 2017, p. 2584).

Ao observar as informações que se podem extrair das fontes de inovação para a geração de inovação em *startups*, verifica-se a importância de se compreender essas novas estruturas organizacionais que, embora muito próximas em conceitos de estruturas já existentes, diferenciam-se em muitos casos quanto aos seus processos inovadores, no que se refere a tempo e geração de produtos e serviços.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. **Programas para Startups**. [s.d.]. Disponível: <<https://abstartups.com.br/programas-para-startups/>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

ABSTARTUPS. **Sobre a ABStartups**. 2017. Disponível: <<https://abstartups.com.br/sobre-a-abstartups/>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

BLANK, Steve. **Four steps to the epiphany**. 2. ed. [s.l.]: Cafepress, 2007.

_____; DORF, Bob. **The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company**. Uvalde: K&S Ranch, 2012. Disponível em: <<http://ctinnovations.com/images/resources/Startup%20Owners%20Manual%20-%20BlankDorf.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

CÂNDIDO, Ana Clara. Gestão da informação e inovação aberta: oportunidades em ações integradas. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 11, n. 2, 2017.

CARVALHO, Livia Ferreira de; ARAÚJO JÚNIOR, Rogerio Henrique de. Gestão da Informação: estudo comparativo entre quatro modelos. **Biblos**, Curitiba, v. 28, n. 1, p. 71-84, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHOO, Chun Wei. Perception and use of information sources in environmental scanning. **Libray & Information Science Research**, v. 16, n. 1, p. 23-40, 1994.

COMPASS.CO. **About**. 2015. Disponível em: <<https://www.compass.co/>>. Acesso em: 2 nov. 2017.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2016.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

ECONOMIA SC. **Florianópolis adere ao programa Cidade Empreendedora do Sebrae/SC**. 2017. Disponível em: <<http://economiasc.com.br/florianopolis-adere-ao-programa-cidade-empreendedora-do-sebraesc/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de Cidades Empreendedoras (ICE)**. 2016. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/ice2016>>. Acesso em: 2 nov. 2017.

_____. **Índice de Cidades Empreendedoras (ICE)**. 2017. Disponível em: <<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/6588/1512651268AF-REAL-ICE-2017-web.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2018.

FONTE. Belo Horizonte: Prodemge, ano 13, n. 16, dez. 2016. Disponível em: <<https://www.prodemge.gov.br/revista-fonte/Publication/18-As-startups-e-seus-ecossistemas>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

GIHATY, Yuri. O que é uma startup? **Exame**, São Paulo, 3 fev. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 16 dez. 2016.

GLEICK, James. **A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

GROGAN, Denis Joseph. The literature. In: _____. **Science and technology: an introduction to the literature**. 2. ed. London: Clive Bingley, 1992. p. 14-19.

JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa. **Informação Tecnológica e para Negócios no Brasil: conceitos e terminologias**. Campinas: Alínea, 2002.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 3. ed. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979.

JUNTA, Cristiano. CNPq paga 45% menos bolsas de mestrado e doutorado em 2017 comparado com 2015. **ANPG**, 2017. Disponível em: <<http://www.anpg.org.br/cnpq-paga-45-menos-bolsas-de-mestrado-e-doutorado-em-2017-comparado-com-2015/>>. Acesso em: 13 ago. 2017.

LEMONS, Luciano Maia. **Desenvolvimento de spin-offs acadêmicos: estudo a partir do caso da UNICAMP**. 2008. 185 f. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnológica) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

MANUAL de gestão de serviços de informação. Curitiba: TECPAR; Brasília: IBICT, 1997.

McGARRY, Kevin. **O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória**. Tradução de Helena Vilar de Lemos. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MOORE, James F. Business ecosystems and the view from the firm. **The Antitrust Bulletin**, v. 51, n. 1, 2006.

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo: Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica**. 3. ed. Paris: OECD Eurostat FINEP, 2005. Disponível em: <<http://www.oei.es/historico/salactsi/oslo4.htm>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

PEREIRA, Frederico Cesar Mafra. **Uso de fontes de informação: um estudo em micros e pequenas empresas de consultoria de Belo Horizonte**. 2006. 155 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

PINHEIRO, Luiz. Ecosistema de Startups: o caso do Cesar com tecnologia da informação. **Fonte**, Belo Horizonte, ano 13, n. 16, p. 64-68, dez. 2016. Disponível em: <<https://www.prodemge.gov.br/revista-fonte/Publication/18-As-startups-e-seus-ecossistemas>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

RAUEN, Cristiane Vianna. O novo marco legal da inovação no Brasil: o que muda na relação ICT-Empresa. **Radar**, Brasília, v. 43, p. 21-35, fev. 2016. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/export/sites/default/acompanhe/eventos/hotsites/2016/forum_tecnico_startups/documentos/material_de_referencia/02artigo_novo_marco_legal_inovacao_cristiane_rauen.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2017.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. New York: Leya, 2011.

ROCHE, M. Três políticas de desenvolvimento científico. In: BUNGE, Mario. **Epistemologia**: curso de atualização. Tradução por Claudio Navarra. São Paulo: T.A. Queiroz; EDUSP, 1980. Cap. 15, p. 225-235.

RODRIGUES, Charles; BLATTMANN, Ursula. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 4-29, jul./set. 2014. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1515/1451>>. Acesso em: 24 jul. 2016.

RODRIGUES, Mariana. Por que o Brasil é um dos países mais atrativos para fintechs. **StartSe**, 11 maio 2017. Disponível em: <<https://conteudo.startse.com.br/startups/mariana-rodrigues/porque-o-brasil-e-um-dos-paises-mais-atrativos-para-fintechs/>>. Acesso em: 24 jul. 2016.

SENA, Priscila Machado Borges; BLATTMANN, Ursula; TEIXEIRA, Clarissa Stefani. Ecosistema de Startups em Florianópolis: possibilidades para profissionais da Biblioteconomia. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, p. 2571-2588, dez. 2017. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/864/957>>. Acesso em: 29 jan. 2018.

SHANNON, Claude E.; WEAVER, Warren. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SHRADER, Rodney C.; SIMON, Mark. Corporate versus independent new ventures: Resource, strategy, and performance differences. **Journal of Business Venturing**, v. 12, n. 1, p. 47-66, 1997.

STARTUP SC. **Sobre**. 2017. Disponível em: <<http://www.startupsc.com.br/sobre-2/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

TIDD, Joe; BESSANT, Joe; PAVITT, Keith. **Gestão da Inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Capítulo – INFORMAÇÃO PARA STARTUPS

RESUMO EM PORTUGUÊS

Os processos de mudança requerem informação, confiável, pertinente, relevante e atual. No capítulo são apresentados o contexto das startups, com sua gênese, estrutura e contexto brasileiro. Destacam-se as fontes de informação para repetir e escalar, com os tipos de fontes de informação e as fontes para inovação; e a indicação das fontes de informação relevantes para as startups. As reflexões sobre startups requerem pessoas atentas aos processos de mudanças e competentes na escolha de fontes de informação significativas, relevantes e pertinentes, conforme os modelos de ação desse tipo de empresa.

Chapter – INFORMATION FOR STARTUPS

ABSTRACT

Change processes require information, reliable, relevant, relevant, and current. In the chapter we present the context of the startups, with their genesis, structure and Brazilian context. It highlights the sources of information to repeat and scale, with the types of sources of information and the sources for innovation; and the indication of the sources of information relevant to the startups. The reflections on startups require people attentive to the processes of change and competent in the choice of sources of information that are relevant, relevant and pertinent according to the models of action of this type of company.

AMBIENTES DE INOVAÇÃO: DO CONTEXTO DAS REDES COLABORATIVAS À PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES INFORMACIONAIS

Danielly Oliveira Inomata

Gregório Varvakis

INTRODUÇÃO

Neste capítulo reservamos as próximas linhas para evidenciar o contexto das redes colaborativas formadas nos ambientes de inovação e, a partir disso, após compreensão teórica e prática, apresentar diretrizes para os fluxos de informação. Neste movimento, se vai do contexto às ações, antes desenvolvidas a partir da ótica da Ciência da Informação, cujo percurso metodológico traz luz ao *Design Science Research*.

O ambiente de uma organização, com base em Bessant e Tidd (2009, p. 93), é compreendido como “[...] os padrões de comportamento, atitudes e sentimentos que caracterizam a vida dentro de uma organização.” No entanto, sinalizamos que ambiente de inovação é externo e transcendente ao ambiente de uma organização. Diante disso, neste trabalho, ambiente de inovação é compreendido como um espaço sinérgico, com recursos (de conhecimento, de estrutura física e de confiança) para apoiar a inovação. Este ambiente, por sua dinâmica, caracteriza-se como uma rede colaborativa, devido à interação entre diferentes atores (empresas, governo, entidades de apoio e financiamento e centros acadêmicos e tecnológicos) que atuam de forma colaborativa.

Na perspectiva de compreender que redes colaborativas são formadas nesse ambiente de inovação dinâmico, com diferentes atores (empresas incubadas, *startups*, empresas pré-incubadas, centros de inovação, empresas âncoras, laboratórios, escritórios de transferência de tecnologia, entre outros), supõem-se que o tipo de informação e conhecimento que pode ser compartilhado entre estes membros da rede é igualmente diversificado. Ao mesmo tempo, é este tipo de informação e conhecimento trocado entre as organizações que é capaz de apresentar uma estrutura de interação entre os atores, por meio da colaboração.

Foi base a compreensão do pressuposto: um parque tecnológico é um dos atores de um sistema de inovação que transfere conhecimentos para as empresas incubadas, no entanto, existe uma dinâmica maior, em que, ao mesmo tempo que o parque direciona estes recursos para as empresas incubadas, as empresas compartilham conhecimentos entre elas e isso torna a rede ainda mais rica e dinâmica.

Num panorama dos estudos sobre parques tecnológicos, verificou-se que a maioria das pesquisas se volta para o impacto no crescimento econômico e no desenvolvimento regional (RATINHO; HENRIQUES, 2010) e ao fato das empresas localizadas nesses ambientes poderem se beneficiar dos *knowledge spillovers*, decorrentes de pesquisas, ideias e experiências das universidades e centros de investigação (HANSSON, 2007) ou pelo contato com as outras empresas localizadas no parque (DÍEZ-VIAL; FERNÁNDEZ-OLMOS, 2015), mas ainda são poucos os esforços para a questão da informação e do conhecimento, por exemplo,

verificou-se a inexistência de pesquisas sobre gestão da informação e alguns esforços sobre gestão do conhecimento. É nesta lacuna que os resultados aqui apresentados se fazem relevantes e contributivos, uma vez que apresenta direcionadores acerca dos fluxos de informação para os parques tecnológicos, incubadoras e *startups*.

1 PERCURSO METODOLÓGICO

A pesquisa se valeu da análise de múltiplos casos em organizações interagentes de um ambiente de inovação, identificadas no Brasil e Portugal. A metodologia foi baseada no *Design Science Research* (DSR)¹, como paradigma que operacionaliza a construção do conhecimento a partir de ciclos interativos para projetar um artefato sociotécnico.

Os esclarecimentos são breves para explicar que o DSR é um paradigma de pesquisa emergente (HEVNER; CHATTERJEE, 2010; VAISHNAVI; KUECHLER, 2015) e de natureza pragmática, fundamentalmente utilizado para a resolução de problemas (HEVNER et al., 2004; VAN AKEN, 2004), que enfatiza a conexão entre conhecimentos e práticas (BAX, 2013). Portanto, o conhecimento e o entendimento do problema de pesquisa e sua solução são adquiridos na construção e aplicação de um artefato² (HEVNER; CHATTERJEE, 2010) ou na criação de novos artefatos (novos *softwares*, processos e sistemas) desenvolvidos para promover eficiência e eficácia nas organizações.

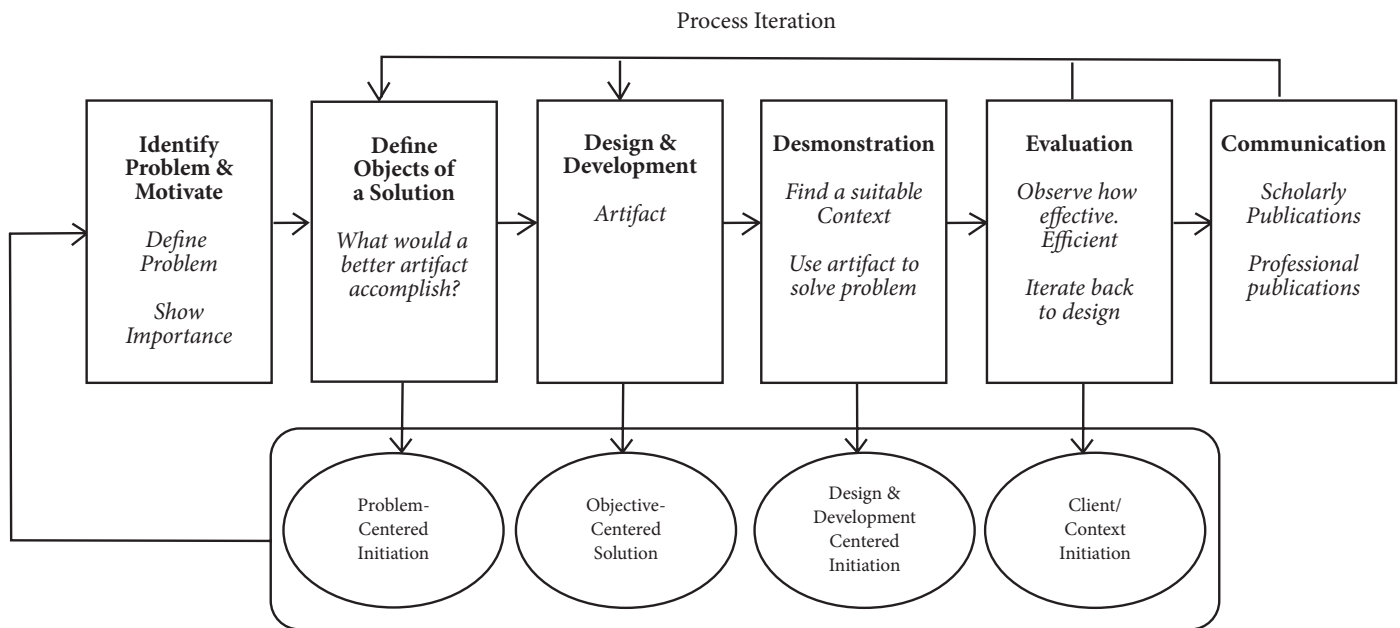
O artefato a ser demonstrado consiste em princípios de *design*, traduzidos em diretrizes para o gerenciamento da informação, em redes colaborativas, constituídas em ambientes de inovação. A construção do artefato foi conduzida a partir de estudos de múltiplos casos, para isso foram analisados cinco estudos de caso, a partir dos quais se recolheu dados de 56 entrevistas com gestores de ambientes de inovação (parques tecnológicos e instituto de pesquisa), incubadora de empresas, pré-incubadas e *startups* incubadas em parques tecnológicos na região Sul do Brasil e na região Norte de Portugal, e um Instituto de pesquisa localizado na região Norte do Brasil. As diretrizes foram propostas com base nos resultados empíricos e delineadas a partir da *CIMO-Logic*, em que essa lógica envolve uma combinação de um **Contexto** problemático, para o qual a proposição de *design* sugere certo tipo de **Intervenção**, para produzir, por meio de **Mecanismos** geradores especificados, o **Resultado** pretendido (DENYER; TRANFIELD; VAN AKEN, 2008).

No que tange à construção do artefato, foram seguidas as etapas do *framework* de *Design Science Research Methodology*, sintetizado por Peffers e colaboradores (2007) e demonstrado na Figura 1.

1 Para o aprofundamento sobre a aplicação do DSR, ler o trabalho: “Diretrizes para o gerenciamento dos fluxos informacionais em redes colaborativas: uma abordagem constituída a partir do Design Science Research”. Disponível em: <<http://enancib.maria.unesp.br/index.php/xviiienancib/ENANCIB/paper/view/550>>.

2 Em DSR, o artefato pode ser classificado como: construtos (entidades e relações), modelos (abstrações e representações), métodos (algoritmos e práticas) e instanciações (implementação de sistemas e protótipos) (MARCH; SMITH, 1995).

Figura 1. Framework metodológico para aplicação da *Design Science Research*



Fonte: Peffers et al. (2007).

Seus passos são:

- Atividade 1: Identificar o problema e motivação – define o problema específico da pesquisa e justifica o valor da solução;
- Atividade 2: Definir o objetivo da solução – inferência dos objetivos de uma solução a partir da definição do problema e conhecimento do que é possível e viável;
- Atividade 3: Projetar e desenvolver o artefato – esta atividade inclui determinar a funcionalidade desejada do artefato e sua arquitetura e, em seguida, criar o artefato real;
- Atividade 4: Demonstrar – demonstração do uso do artefato para resolver uma ou mais instâncias do problema. Pode ser instanciado por experimentação, simulação, estudo de caso, prova ou outra atividade apropriada;
- Atividade 5: Avaliar – observar e mensurar como o artefato suporta a solução do problema, ressaltando-se que a natureza do local de pesquisa pode determinar se tal iteração é viável ou não;
- Atividade 6: Comunicar – comunicação do problema e sua importância, o artefato e sua utilidade e novidade, o rigor do projeto, e sua efetividade para pesquisadores e outros públicos relevantes, como profissionais e especialistas na área.

É importante destacar que se optou por apresentar os passos do *framework* conforme sua característica principal, porém, para saber mais sobre como foi decomposto deve-se consultar Inomata (2017) e Inomata, Varvakis e Soares (2017).

2 CONCEITOS: FORMAÇÃO DE REDES COLABORATIVAS NOS AMBIENTES DE INOVAÇÃO

A colaboração é um termo que descreve as relações mais próximas entre parceiros, ao mesmo tempo, significa trabalhar juntos para conseguir benefícios mútuos, de modo que a eficiência e a eficácia das decisões e atividades dependerão de quão boa é a interação entre os parceiros na rede (PARUNG; BITITCI, 2008). Neste limiar, compreende-se que “[...] uma rede de organizações é uma rede colaborativa de organizações se as relações colaborativas são uma parte importante das relações inter-organizacionais existentes entre essas organizações.” (CARNEIRO et al., 2007).

As redes são fortes motivadores à inovação (CARNEIRO et al., 2007). Nesta perspectiva, as redes ajudam as empresas a atingir maturidade em conhecimentos e também a alcançar mercados maiores, mais diversificados e competitivos, o que não aconteceria se estas empresas estivessem sozinhas e/ou isoladas.

O parque tecnológico é caracterizado por uma configuração física, com prédios, laboratórios, entre outros, combinados com apoio gerencial e com acesso próximo a uma instituição pública de pesquisa (HANSSON, 2007). No entanto, os parques tecnológicos ainda não são bem entendidos e pesquisas sobre isso estão a prosperar (LINK; SCOTT, 2007, 2003; HANSSON, 2007), mas é sabido que a literatura enfatiza a importância de três aspectos ou dimensões: (i) a localização física é próximo de uma instituição de pesquisa; (ii) o conhecimento e a alta tecnologia são considerados o principal negócio; (iii) a função gerencial especializada para ajudar o arranque de novos negócios é oferecido, por meio do processo de incubação (HANSON, 2007).

Este ambiente é considerado, para a inovação, um elemento que pode estratificar e promover oportunidades de integração e desenvolvimento de empreendedores inovadores. Fazem parte desse ambiente: incubadoras de empresas, Instituição de Pesquisa Científica e Tecnológica (ICT), Parques Científicos e Tecnológicos, Sistemas de inovação e outros empreendimentos para geração de inovação.

Os espaços de inovação assumem importante papel como agentes do desenvolvimento econômico local e regional e como participantes do processo de formação de empreendedores que por meio de suas empresas gerarão riqueza, trabalho e renda. (PIETROVSKI et al., 2010, p. 6).

Pietroski e colaboradores (2010) destacam que sistemas e redes são concepções profundas e complexas e a inovação está imbricada em um sistema. A Lei da Inovação define inovação como “[...] introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços.” (BRASIL, 2016, [s.p.]).

A contribuição de Latour para a inovação está focada em aliar a agenda social com a prática tecnológica, mantendo enfoque nos processos tecnológicos como fator crucial para compreender a perspectiva da inovação (ANDRADE, 2006), somada com a experiência técnica, representado por adesão de técnicos, empresas, governos e consumidores, patentes, legislação e incentivos para a inovação (LATOURE, 2012).

Conforme Andrade (2006), um determinado contexto tecnológico somente consegue adquirir coerência e sentido mediante trocas de informação, envolvendo os agentes sociais e a oferta de técnicas e insumos disponíveis.

Como destacado por Tomaél e Marteleto (2006), na rede as informações emergem de práticas profissionais e sociais dos atores que quando entram em interação, nesse movimento, passam de ser singulares para se tornarem coletivas.

As redes têm a capacidade de facilitar a realização de ações conjuntas e a reunião de recursos para alcançar os objetivos comuns de um grupo de organizações (BALESTRIN; VERCHOORE, 2014). A vantagem estratégica resulta da habilidade das organizações dominarem os fluxos de informação, a flexibilidade e a multiplicidade de interações sem um mundo em permanente mudança (BALESTRIN; VERCHOORE, 2008).

3 DINÂMICA DOS FLUXOS INFORMACIONAIS EM PROCESSOS INTENSIVOS EM CONHECIMENTO

Os fluxos de informação são considerados recursos de conhecimento, um instrumental para as atividades de inovação (HENARD; SZYMANKSI, 2001; KYRIAKOPOULOS; RUYTER, 2004). Entende-se que fluxo é sinônimo de movimento, cuja dinâmica consiste no compartilhamento de recursos entre um emissor e um receptor.

A informação, ao circular como fluxo, deve ser percebida como um conjunto de opções (TÁLAMO, 2004). Em redes sociais, as estruturas hierárquicas perdem sua função e os elos informais e as relações são valorizadas (TOMAÉL, 2007b), conforme sustentado pela autora:

O fluxo da informação acompanha o movimento humano, tal como as atividades educacionais e científicas. O contato profissional é essencial para a disseminação do fluxo da informação. O mapeamento do fluxo da informação é um processo que possibilita analisar como a informação é partilhada de um ponto a outro de uma organização. O fluxo e o compartilhamento da informação são intrinsecamente relacionados; podemos até considerar que o fluxo é um elemento do compartilhamento, visto que move a informação em instâncias específicas, o qual pode ser formal ou informal, graças a recursos que medeiam à interação, mesmo no contato face a face. (TOMAÉL, 2005, p. 35).

Sobre os estudos dos fluxos informacionais em redes, alguns apontamentos foram deixados por Sugahara e Vergueiro (2010), quando buscaram compreender como ocorrem os fluxos de informação entre indivíduos e instituições que unem esforços na busca de metas comuns, sustentam que é preciso investigar tanto as ligações e interações quanto as inter-relações com comunidades semelhantes, pois essa versatilidade de contatos com outras redes alteram o fluxo de informação.

Também por Marouf e Doreiam (2010), quando analisaram o fluxo de conhecimento entre cientistas e engenheiros em uma empresa petrolífera, buscando entender que relações sociais facilitam o fluxo de conhecimento nas organizações. Os autores concluem que é preciso saber quando as redes formais e informais podem se complementar mutuamente de forma produtiva.

Assim, destaca-se que os fluxos de informação são facilitadores do processo de inovação, na medida em que ocorre a interação entre os atores da rede (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARI, 2005). Isso se torna coerente, pois a inovação é frequentemente uma atividade intensiva em conhecimento que estão externos às empresas (BALESTRIN; VARGAS; FAYARD, 2005), cuja premissa definida pelos autores sugere que a dinâmica que ocorre em uma rede poderá facilitar os processos de inovação nas empresas.

O que se sugere é que quanto maior o compartilhamento de informação na rede, mais intensos são os fluxos de informação. Esse movimento torna a rede mais dinâmica e, portanto, os facilitadores para a inovação são mais intensos.

A informação em fluxo remete a uma ação dinâmica e complexa que em organizações intensivas em conhecimento é essencial para dar fluidez aos processos. Em redes, o processamento da informação agrega valor a cada nova conexão, pois cada ator social traz consigo uma carga intelectual somatória e esse movimento tem impacto nas atividades das empresas, com destaque ao processo de inovação. A conectividade entre os atores da rede é responsável por estimular o fluxo de informação nas organizações intensivas em conhecimento, que neste trabalho são representadas pelos parques tecnológicos, institutos e/ou centros de pesquisas, as incubadoras de empresas e as empresas incubadas mantidas em ambientes de inovação.

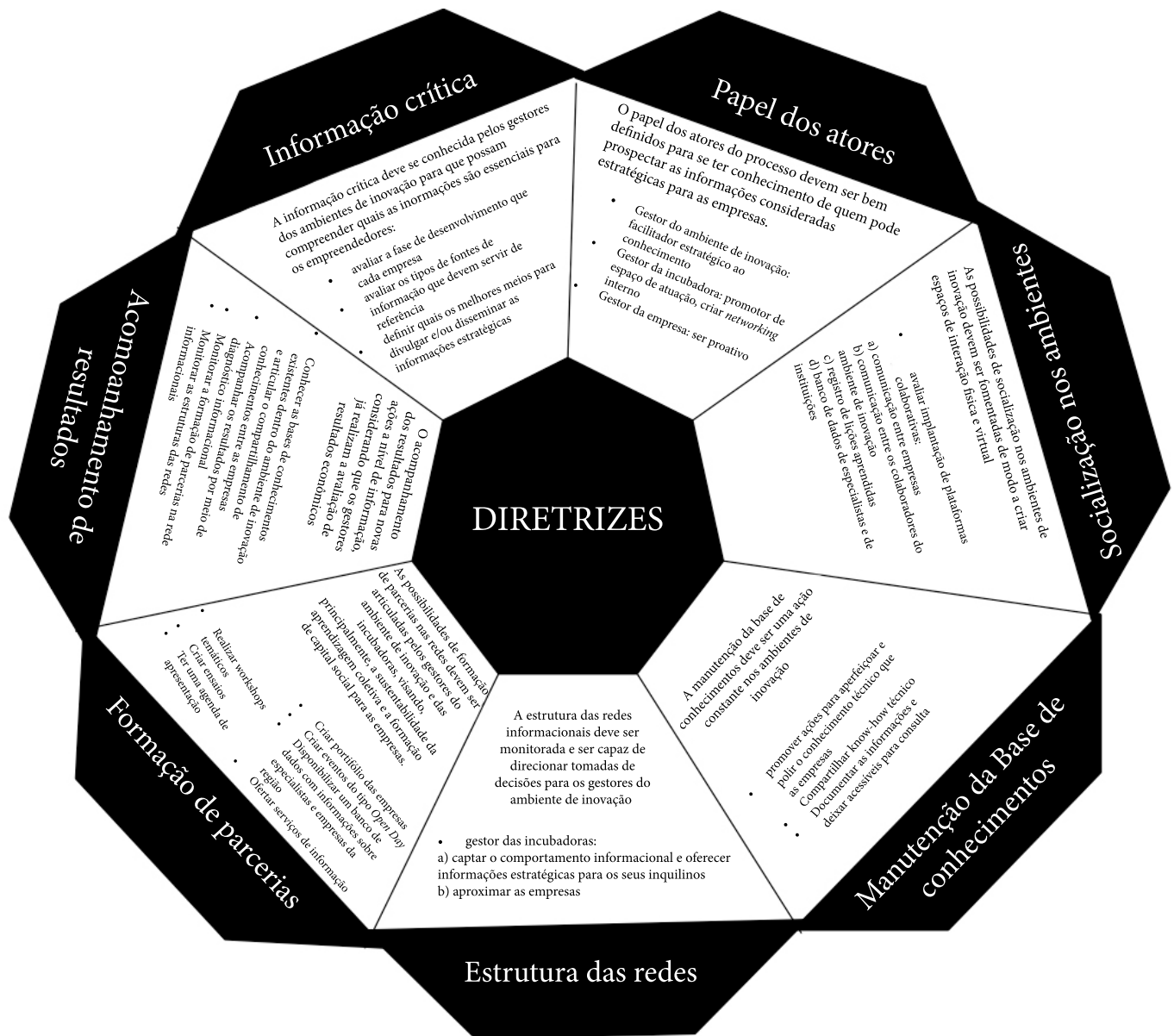
A complexidade e o dinamismo do fluxo de informação em redes constituídas nos ambientes de inovação podem ser vistos como sistemas abertos, cujas inter-relações e trocas de recursos informacionais possibilitam a existência de subsistemas e a composição de meta-redes³.

4 RESULTADOS: DIRETRIZES INFORMACIONAIS COMO AÇÕES ESTRATÉGICAS

As diretrizes englobam: 1) Informação crítica; 2) Papel dos atores do processo; 3) Possibilidades de socialização nos ambientes de inovação; 4) Manutenção da base de conhecimentos; 5) Estrutura das redes informacionais; 6) Possibilidades de formação de parcerias nas redes; 7) Acompanhamento dos resultados da colaboração na rede para novas ações. As quais podem ser observadas na Figura 2.

3 Sistema composto por diversos atores de diferentes organizações e instituições que atuam entre as tramas da rede, de maneira autônoma, compondo redes de redes.

Figura 2. Mandala de diretrizes para gerenciar informações em redes colaborativas



Fonte: Inomata (2017).

Neste sentido, as diretrizes devem:

Informação crítica: deve ser conhecida pelos gestores dos ambientes de inovação para que possam compreender quais informações são essenciais para os empreendedores.

Esta ação pode estar sustentada pelo que a literatura aponta: é crítico saber a quantidade e o tipo de informação que uma organização de setores altamente tecnológicos, inovadores e competitivos precisa (VICK; NAKANO, 2012). São as empresas que estimulam esse fluxo de informação por meio de demandas próprias (KROMBAUER, 2015) e, portanto, as informações devem ser determinadas pelos gestores das empresas (STEFFEN, 2015).

As evidências empíricas mostraram que os empreendedores já chegam ao ambiente de inovação com o domínio técnico, isto é, com informações tecnológicas sobre os produtos que irão desenvolver, sendo suas maiores fragilidades inerentes à obtenção de informação sobre mercado e sobre gestão. No entanto, percebeu-se que, ao longo do processo de desenvolvimento das empresas, havia compartilhamentos de vários tipos de informação (tecnológica, gerencial e mercadológica) e esta ação estava relacionada ao momento de cada empresa, sendo mais ligada ao processo de desenvolvimento do plano de negócio e das interações que ela mantinha na rede do que no tempo de incubação da empresa.

Papel dos atores: devem ser bem definidos para se ter conhecimento de quem pode prospectar as informações que são consideradas estratégicas para as empresas.

O gestor do ambiente de inovação (seja um parque tecnológico, seja um instituto de pesquisa) deve atuar como um facilitador ao conhecimento. É conhecido que a literatura caracteriza o parque como um interlocutor entre a Universidade e a Empresa, no entanto, entende-se que este deve ser um interlocutor com todo o ecossistema de inovação (universidade, empresas do mercado, instituições, pesquisadores, pessoas influentes etc.). Na literatura sobre parques tecnológicos, sustenta-se que estes ambientes de inovação devem incentivar a criação de redes formais e informais de conhecimento entre as empresas e entre as empresas e a universidade (LINDELOF; LOFSTEN, 2004). Evidências encontradas por Inomata (2017) mostraram que o ambiente de inovação é um grande propulsor da interação entre as diferentes organizações instaladas no parque, principalmente por promoverem uma sinergia entre as empresas incubadas.

Socialização nos ambientes de inovação: devem ser fomentadas possibilidades de socialização entre os atores do ambiente, de modo a criar espaços de interação física e virtual.

Os espaços de socialização podem auxiliar no processo de criatividade. Como destacado por Handzic e Chaimungkalanont (2004), a interação informal pode trazer benefícios para as empresas, pois a socialização por meio de uma conversa entre as pessoas pode ser o início do desenvolvimento da confiança, que é um fator crítico para a promoção da criatividade. Além disso, conforme demonstra a interação entre as empresas incubadas, a socialização entre os empreendedores também é um fator promotor do aumento da base de conhecimentos (sobre mercado, sobre tecnologia e sobre negócios).

Manutenção da base de conhecimentos: deve ser uma ação constante nos ambientes de inovação, cujos mecanismos de intervenção devem promover ações para aperfeiçoar o conhecimento técnico que as empresas já possuem e, com isso, garantir a manutenção das bases de conhecimentos. Algumas práticas são apontadas, sendo:

- Compartilhar *know-how* técnico entre os colaboradores das empresas por meio de seções dentro das *startups*. O gestor da empresa pode promover estes eventos e manter uma agenda de acordo com as necessidades informacionais apresentadas. Exemplos de eventos podem ser: almoço de grupo de trabalho, “café do conhecimento”, seção de vídeos para estimular a interação e compartilhamento de conhecimentos entre os colaboradores, seminários internos em que cada colaborador pode apresentar uma tecnologia ou um case de sucesso do concorrente etc.;

- Documentar as informações e deixar acessíveis para consulta quando for necessário. Esta é uma prática que deve ser considerada por todos os gestores de empresa. Observou-se um fato em que os sócios da empresa tiveram problemas com o pedido de patentes, pois não gerenciavam as suas informações e tiveram retrabalho por não terem as informações estratégicas documentadas.

Estrutura das redes: deve ser monitorada e ser capaz de direcionar tomadas de decisões para os gestores do ambiente de inovação;

A literatura aborda que são inconclusivos os resultados sobre a capacidade de formação de redes nos parques tecnológicos, dada a própria heterogeneidade das empresas (FUKUGAWA, 2013). Os casos analisados por Inomata (2017) demonstraram que a dinâmica de interação entre as empresas é capaz de formar redes de informação e conhecimento, que são mais relacionadas ao compartilhamento de informações sobre mercado, gestão e tecnologia. No caso das empresas de base tecnológica incubadas, a formação de redes é evidente para informações do tipo: gestão, mercado e tecnológica. Em cada estágio de desenvolvimento da empresa, pode ser que as estruturas das redes sejam modificadas. Observou-se que em (i) modelos de incubação por tempo, as empresas tendem a ter maior compartilhamento de informação tecnológica, enquanto que em (ii) modelos de incubação que não sejam por tempo de incubação, as empresas tendem a trocar mais informações sobre mercado.

Formação de parcerias: devem ser articuladas pelos gestores do ambiente de inovação e das incubadoras, visando, principalmente, a sustentabilidade da aprendizagem coletiva e a formação de capital social para as empresas.

Os principais benefícios sentidos pelos empreendedores com relação ao fato de estarem vinculados a uma rede colaborativa foi (i) o aumento da aprendizagem por estarem em contato com pessoas com negócios diferentes, pelo apoio da incubadora e acesso a empresas maduras e (ii) o aumento do capital social. Também foi destacada pelos gestores das empresas a questão da visibilidade perante o mercado e a sociedade, o *networking* e a geração de confiança por parte de investidores (INOMATA, 2017).

Recomenda-se que os gestores articulem estratégias para formar parcerias entre as empresas, pois os empreendedores percebem valor pelo fato de aumentarem a capacidade de ultrapassar obstáculos. As estratégias podem considerar:

- Realizar *workshops* temáticos;
- Criar ensaios, de modo que os empreendedores possam treinar apresentações que teriam que fazer a investidores. E com isso receber *feedback* dos mais experientes;
- Ter uma agenda de apresentação sobre o negócio das empresas e para a contação de experiências com investidores, investimentos, desenvolvimento do produto, lançamento do produto e boas práticas de empreendedores mais experientes para os novatos.

Deve-se atentar para o fato de que os processos não podem ser formalizados demasiadamente, pois para as *startups* a questão da informalidade é reconhecida como um processo que não engessa e que deixa os empreendedores mais à vontade para prosperar.

Recomenda-se fortemente que as incubadoras aprimorem a prestação de seus serviços, incluindo atividades e ações tais como:

- Criar portfólio das empresas, contendo informações sobre produtos e tecnologias, tanto para ser apresentado internamente quanto para as empresas de fora do ambiente de inovação, aquelas que compõem o ecossistema de inovação da região;
- Criar eventos do tipo Open Day, visando trazer representantes de grandes empresas, instituições, laboratórios, dentre outras organizações, para que possam conhecer o que as empresas incubadas fazem;
- Disponibilizar um banco de dados com informações sobre especialistas e empresas da região, contendo contatos e localização;
- Ofertar serviços de informação, um tipo de serviço que incubadoras ainda não oferecem, mas que pode ser muito útil para as *startups*.

Resultados: deve-se acompanhar os resultados para que novas ações em nível de informação sejam planejadas. Esta ação deve ser associada à avaliação de resultados econômicos, que já são realizadas pelos gestores das incubadoras. Sobre esta diretriz, sugere-se que cada ambiente de inovação conheça sua sinergia e com base nesses conhecimentos possa tomar as decisões de como ter sustentabilidade informacional para as empresas incubadas.

Neste sentido, devem ser considerados alguns apontamentos:

- O gestor da incubadora pode acompanhar os resultados que englobam os recursos informacionais, considerando que os gestores já realizam a avaliação de resultados econômicos;
- Conhecer as bases de conhecimentos existentes dentro do ambiente de inovação e articular o compartilhamento de conhecimentos entre as empresas. O acompanhamento dos resultados deve considerar o mapeamento das bases de conhecimentos existentes dentro do ambiente de inovação e articular o compartilhamento de conhecimentos entre as empresas;
- Acompanhar os resultados por meio de diagnóstico informacional e monitorar a formação de parcerias na rede para ter insumos para a tomada de decisão, como utilizar ferramentas de análise de redes sociais, metodologias de mapeamento de conhecimentos etc.;
- Monitorar as mudanças estruturais das redes informacionais ao longo do tempo para acompanhar o movimento dos fluxos informacionais.

5 CONCLUSÃO

As sugestões apontadas devem auxiliar os gestores a ter mecanismos que os permitam conhecer as principais demandas de seus inquilinos (Diretriz 1) que pode ser sustentada por oferta de serviços informacionais (Diretriz 6) e pelo monitoramento das empresas em nível de formação das redes, das necessidades informacionais

e das bases de conhecimentos (Diretriz 5 e 7). Inclusive, cabe aos gestores fomentar a manutenção das bases de conhecimentos nos ambientes de inovação (Diretriz 4) que pode, inclusive, ser estimulado por ações de socialização entre as empresas dentro do ambiente de inovação e abertura de suas portas para o ecossistema (Diretriz 3 e Diretriz 6), que são resultados esperados a partir de uma sinergia entre os atores e o cumprimento de seus papéis (Diretriz 2).

Os resultados apresentados neste capítulo foram extraídos de uma pesquisa realizada sob a ótica da Ciência da Informação, mas com um olhar inicial de uma formação primeira em Biblioteconomia. Considerando esse pensar, conclui-se que, especificamente, a oferta de serviços informacionais pode abrir a oportunidade de trabalho para profissionais da informação atuarem em incubadoras de empresas. Por serviço de informação, entende-se:

[...] um ato ou desempenho ofertado, com a exigência de competências especializadas (recurso operante – conhecimentos e habilidades) na produção de recursos informacionais que habilitem a um agente a obter resultados em uma ampla gama de ambientes, com intuito de identificar as necessidades de informação, garantir que a informação relevante esteja disponível para um determinado beneficiário e, continuamente, comunicar aos usuários do sistema dos serviços de informação que são ofertados, e com isso promover o acesso oportuno à informação. (RADOS et al., 2016, p. 25, grifo do autor).

Quanto aos requisitos para a oferta de serviços informacionais, sugerem-se os seguintes procedimentos:

- Solicitação da necessidade informacional por meio de protocolos customizados de acordo com o contexto de cada incubadora. Os empreendedores podem escolher o tipo de formato para a entrega do conteúdo;
- Localização de informações nos bancos de dados de especialistas e instituições. Este requisito é relevante, pois vale muito saber “quem sabe o quê”, ou seja, na ausência de fontes de informações impressas ou eletrônicas, uma pessoa (especialista, profissional do mercado, entre outros) como fonte de informação para o “mundo das *startups*” tem valor agregado;
- Busca em bases de dados científicas e especializadas, portal com dados abertos, *sites* especializados, repositório institucional etc.;
- Elaboração de conteúdo;
- Entrega de resultados em forma de relatório técnico, portfólio ou outro formato, conforme solicitado pelo cliente.

Destacou-se esta diretriz ao final do capítulo para coadunar com a perspectiva que se tem sobre o bibliotecário, desse profissional da informação atuando em espaços de inovação, como são os parques tecnológicos, com demanda para gestão de informação de forma eficiente e eficaz.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, T. N. Aspectos sociais e tecnológicos das atividades de inovação. **Lua Nova**, São Paulo, v. 66, p. 139-166, 2006.

BALESTRIN, A. **A dinâmica da complementaridade de conhecimentos no contexto das redes interorganizacionais**. 2005. 214 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

_____; VERCHOORE, J. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BAX, M. P. Design Science: filosofia da pesquisa em ciência da informação e tecnologia. **Ciência da informação**, Brasília, v. 42, n. 2, p. 298-312, maio/ago. 2013.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo: administração**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BRASIL. **Lei n. 13.243, de 11 de janeiro de 2016**. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Brasília: Congresso Nacional, 2016.

CARNEIRO, L. et al. **Redes Colaborativas de Elevado Desempenho no norte de Portugal**. Porto: INESC TEC, 2007.

DENYER, D.; TRANFIELD, D.; VAN AKEN, J. E. Developing design propositions through research synthesis. **Organization Studies**, v. 29, n. 3, p. 393-413, 2008.

DÍEZ-VIAL, I.; FERNÁNDEZ-OLMOS, M. Knowledge spillovers in science and technology parks: how can firms benefit most? **The Journal of Technology Transfer**, v. 40, n. 1, p. 70-84, 2015.

FUKUGAWA, N. Heterogeneity among science parks with incubators as intermediaries of research collaborations between startups and universities in Japan. **International Journal of Technology Transfer and Commercialisation**, v. 12, n. 4, p. 231-262, 2013.

HANSSON, F. Science parks as knowledge organizations-the “ba” in action? **European Journal of Innovation Management**, v. 10, n. 3, p. 348-366, 2007.

HENARD, D. H.; SZYMANSKI, D. M. Why some new products are more successful than others. **Journal of marketing Research**, v. 38, n. 3, p. 362-375, 2001.

HEVNER, A. R. et al. Design science in information systems research. **MIS Quarterly**, v. 28, n. 1, p. 75-105, 2004.

HEVNER, A. R.; CHATTERJEE, S. **Design science research in information systems**. Springer, 2010.

INOMATA, D. O. **Redes Colaborativas em Ambientes de Inovação**: uma análise dos fluxos de informação. 2017. 421 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

_____; VARVAKIS, G.; SOARES, A. L. Evidências do compartilhamento de conhecimentos críticos na rede colaborativa de um parque tecnológico. In: MENEGASSI, C. H. M. et al. (Org.). **Gestão do conhecimento nas organizações**: Inovação, Gestão, Educação e Tecnologia. São Paulo: Gregory, 2016. p. 179-201.

KRONBAUER, E. R. **Fluxo de conhecimento entre Universidade e Empresa**: uma análise de empresas instaladas no TECNOPUC. 2015. 92 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Negócios) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

KYRIAKOPOULOS, K.; RUYTER, K. Knowledge Stocks and Information Flows in New Product Development. **Journal of Management Studies**, v. 41, n. 8, p. 1469-1498, 2004.

LATOUR, B. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LINK, A. N.; SCOTT, J. T. US science parks: the diffusion of an innovation and its effects on the academic missions of universities. **International Journal of Industrial Organisation**, v. 21, n. 9, p. 1323-1356, 2003.

_____; _____. The economics of university research parks. **Oxford Review of Economic Policy**, v. 23, n. 4, p. 661-674, 2007.

MARCH, S. T.; SMITH, G. F. Design and natural science research on information technology. **Decision Support Systems**, v. 15, n. 4, p. 251-266, 1995.

MAROUF, L.; DOREIAN, P. Understanding Information and Knowledge Flows as Network Processes in an Oil Company. **Journal of Information & Knowledge Management**, v. 9, n. 2, p. 105-118, 2010.

PARUNG, J.; BITITCI, U. S. A metric for collaborative networks. **Business Process Management Journal**, v. 14, n. 5, p. 654-674, 2008.

PEFFERS, K. et al. A design science research methodology for information systems research. **Journal of Management Information Systems**, v. 24, n. 3, p. 45-77, 2007.

- PIETROSKI, E. F. et al. Habitats de inovação tecnológica. In: CONGRESSO DE PESQUISA E INOVAÇÃO DA REDE NORTE DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA, 5., 2010. **Anais...** Maceió: CONNEPI, 2010.
- RADOS, G. J. V. et al. Serviço de informação como fator de vantagem competitiva nas organizações. **Biblios:** Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología, n. 65, p. 1, 2016.
- RATINHO, T.; HENRIQUES, E. The role of science parks and business incubators in converging countries: Evidence from Portugal. **Technovation**, v. 30, n. 4, p. 278-290, 2010.
- STEFFEN, M. O. **Análise do Compartilhamento de Conhecimento entre Empresas em um Parque Tecnológico**. 2015. 89 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Negócios) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.
- SUGAHARA, C. R.; VERGUEIRO, W. Aspectos conceituais e metodológicos de redes sociais e sua influência no estudo de fluxos de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 7, n. 2, p. 102-117, 2010.
- TÁLAMO, M. de F. G. M. A Pesquisa: recepção da informação e produção do conhecimento. **DataGramZero:** Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, 2004.
- TOMAÉL, M. I. Redes de conhecimento: o compartilhamento da informação e do conhecimento em consórcio de exportação do setor moveleiro. **PBCIB**, v. 1, n. 2, 2007a.
- _____. Redes sociais, conhecimento e inovação localizada. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1, Spe., 2007b.
- _____; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, maio/ago. 2005.
- _____; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. **Revista Eletrônica de Biblioteconomia Ciência da Informação**, Florianópolis, n. Spe., p. 75-91, 2006.
- VAISHNAVI, V. K.; KUECHLER, W. J. **Design science research methods and patterns**. [s.l.: s.n.], 2015. v. 1.
- VAN AKEN, J. E. Management research based on the paradigm of the design sciences: The quest for field-tested and grounded technological rules. **Journal of Management Studies**, v. 41, n. 2, p. 219-246, 2004.
- VICK, T. E.; NAKANO, M. S.; Processos dependentes de informação em empresas incubadas e graduadas de base tecnológica: um estudo comparativo de casos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 17, n. 3, p. 67-81, 2012.

Capítulo – AMBIENTES DE INOVAÇÃO: DO CONTEXTO DAS REDES COLABORATIVAS À PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES INFORMACIONAIS

RESUMO EM PORTUGUÊS

Discute o fluxo de informação em redes colaborativas constituídas em um ambiente de inovação e apresenta diretrizes para o gerenciamento da informação. A pesquisa se valeu da análise de múltiplos casos em organizações interagentes de um ambiente de inovação, identificadas no Brasil e Portugal. A metodologia é baseada no Design Science Research, como paradigma que operacionaliza a construção do conhecimento a partir de ciclos interativos para projetar um artefato sociotécnico. As diretrizes foram propostas com base nos resultados empíricos e delineadas a partir da CIMO-Logic. As evidências empíricas e a fundamentação teórico-conceitual possibilitaram a proposição de sete diretrizes que podem auxiliar gestores quanto: informação crítica, papel dos atores, socialização nos ambientes de inovação, manutenção da base de conhecimentos, estrutura das redes, formação de parcerias e acompanhamento de resultados. Conclui que é possível gerenciar fluxos informacionais em ambientes dinâmicos e complexos, tais como os de inovação, desde que considerem ser regidos por mecanismos de intervenção, práticas e melhorias.

Palavras-chave: Fluxos de informação. Redes colaborativas. Inovação. Ambientes de inovação. Colaboração.

Chapter – ENVIRONMENTS OF INNOVATION: FROM THE CONTEXT OF COLLABORATIVE NETWORKS TO THE PROPOSITION OF INFORMATIONAL GUIDELINES

ABSTRACT

It discusses the flow of information in collaborative networks constituted in an innovation environment and presents guidelines for information management. The research was based on the analysis of multiple cases in interacting organizations of an innovation environment, identified in Brazil and Portugal. The methodology is based on Design Science Research, as a paradigm that operationalizes the construction of knowledge from interactive cycles to design a socio- technical artifact. The guidelines were proposed based on the empirical results and delineated from CIMO-Logic. The empirical evidence and the theoretical-conceptual basis made possible the proposal of seven guidelines that can help managers about: critical information, role of actors, socialization in innovation environments, maintenance of knowledge base, network structure, partnership formation and follow-up results. It concludes that it is possible to manage information flows in dynamic and complex environments, such as innovation, as long as it considers being governed by intervention mechanisms, practices and improvements.

Keywords: Information flows. Collaborative networks. Innovation. Innovation environments. Collaboration.

DESMITIFICANDO O USO DO DOCUMENTO DE PATENTE COMO RECURSO INFORMACIONAL

Adriana Stefani Cattivelli

Adilson Luiz Pinto

INTRODUÇÃO

Nem sempre lembrada no momento das pesquisas pelos usuários e profissionais que dão suporte informacional à comunidade em que atendem, as patentes podem oferecer informação estratégica aqueles que souberem fazer uso delas. O documento de patente segue rigorosamente um padrão de apresentação de dados, no qual na folha de rosto constam os dados bibliográficos e, após, encontra-se a descrição da invenção detalhada, para que os técnicos do escritório de patentes possam analisar e reproduzir o objeto que está sendo solicitada a proteção e o público em geral possa ter acesso a essa informação.

Segundo Almeida, Del Monde e Pinheiro (2013, p. 47), a patente é “[...] um documento que descreve determinado processo baseado na invenção, fruto da mente humana e que é suscetível de aplicação industrial em larga escala.” Ou seja, refere-se a um objeto que é produzido a partir de uma ideia ou descoberta, que pode ter sido o resultado final do consumo de informação ou experimentação.

A proteção da invenção pode ser feita tanto no país de origem quanto em vários países simultaneamente. Tudo depende da estratégia do mercado que o proprietário da patente pretende adotar.

Neste contexto, estamos falando de informações que podem ser valiosas, devido ao seu grau de aplicabilidade na vida cotidiana. O acesso aos documentos de patentes se faz via base de dados nos escritórios nacionais ou regionais de patentes. Mas também existem bases de dados de acesso livre e comerciais que buscam reunir patentes de outros países, a fim de disponibilizar em uma única interface o acesso às inovações tecnológicas de uma determinada região ou de quase todo o mundo.

Devido ao grau de detalhamento, os dados contidos no documento de patente possibilitam extrair inúmeras informações estratégicas para a tomada de decisão de pesquisadores e gestores de organizações. Dentre os possíveis objetivos de análise estão:

– Prospecção tecnológica; – Identificação de novas tecnologias aplicadas em determinadas áreas de desenvolvimento; – Percepção de tendências, através do estado da técnica e histórico do invento; – Análise de originalidade das propostas de trabalhos científicos e de pesquisa; – Busca de novos temas para trabalhos; – Busca de nichos de mercado buscando empresas que tenham interesse na tecnologia desenvolvida; – Identificar o nível de exploração tecnológica; – Busca de oportunidades de exploração ou aprimoramento de tecnologias patenteadas ou em domínio público; – Busca de alternativas técnicas para a solução de problemas. (JAGHER, [201?]).

As características de uma base de dados estão atreladas ao tipo do documento que a base de dados indexa. No caso das bases de dados de patentes, podem-se encontrar interfaces e campos de busca bem diferentes das bases que indexam artigos, teses, dissertações e livros. Este fato pode representar uma barreira para os usuários que não conhecem as particularidades do documento de patente, já que as referidas bases, em muitos casos, apresentam um número maior de campos de busca com metadados que exigem um prévio conhecimento.

Partindo dessa perspectiva, o presente estudo busca desmitificar o documento de patente como recurso informacional complexo. Para isso, serão apresentadas as partes que constituem o documento de patente, as principais bases de dados de patente nacionais e internacionais e simulações de busca nas bases com o intuito de extrair informação estratégica.

A justificativa da escolha da temática é resultado da constatação apresentada pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), que mostra que entre 70% e 80% da informação tecnológica no mundo somente pode ser encontrada nos documentos de patentes (ANDRADE; ANTENOR; OLSEN, [201?]). O fato de não estarem presentes em artigos ou livros, que são as fontes mais utilizadas no momento das pesquisas, causa um efeito de necessidade em abordar o documento de patente como fonte de informação estratégica, com o intuito de disseminar seu uso.

1 O DOCUMENTO DE PATENTE

O documento de patente segue a estrutura de apresentação textual determinada pela Lei de Propriedade Industrial n. 9.279 de 1996, Art. 19, e o ato normativo n. 127, de 1997. Na folha de rosto do documento de patente encontram-se os dados bibliográficos que seguem numeração padronizada chamada International Agreed Numbers for the Identification of Data (INID).

1.1 Estrutura do documento de patente

Conforme citado anteriormente, o documento de patente segue um padrão rígido de apresentação de seus dados. Portanto, quando o depositante resolve proteger sua invenção, seu pedido de patente deve conter:

- a) Requerimento – formulário fornecido pelo próprio INPI em sua página da internet;

- b) Relatório descritivo – “[...] descrição detalhada da matéria para a qual se requer a proteção. Juntamente com as reivindicações e os desenhos (se necessários), constitui a ‘essência’ do pedido de patente.” (PARANAGUÁ; REIS, 2009, p. 64);
- c) Reivindicações – “[...] definem e delimitam os direitos do autor do pedido [...] devem ser fundamentadas no relatório descritivo, caracterizando as particularidades do pedido, e definindo de forma clara e precisa a matéria objeto da proteção.” (INPI, 2008, p. 23);
- d) Desenhos – não é obrigatório, utilizado nos casos em que seja necessário expressar em forma de desenho alguma informação adicional referente à invenção;
- e) Resumo - “[...] deve ser uma descrição sucinta da matéria exposta no pedido, ressaltando de forma clara o invento pleiteado.” (INPI, 2008, p. 25);
- f) Comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito – é uma guia de recolhimento elaborada pelo INPI (PARANAGUÁ; REIS, 2009).

A formatação de apresentação da redação do pedido de patente consta no Ato Normativo n. 127/1997, item 15.3. Nesse documento são descritos qual o tamanho da fonte a ser utilizada, forma de redação, apresentação de desenhos, representações gráficas, entre outros.

1.2 Códigos INID

Na folha de rosto do documento de patente se encontram as informações bibliográficas. Cada uma delas recebe um código numérico para que mesmo sem conhecer o idioma seja possível identificar a que campo pertence cada informação. Essa numeração padronizada é o INID, que se organiza em oito categorias representadas pelas dezenas de 10 a 80, que também se subdividem e são apresentadas no documento de patente com dois dígitos entre parênteses. No Quadro 1, a seguir, são apresentados os significados dos campos.

Quadro 1. Campos dos códigos INID

Código	Descrição
(10)	Identificação do documento
(11)	Número do documento
(12)	Designação do tipo de documento (patente de invenção, modelo de utilidade do outro)
(19)	Nome do país ou organização regional ou internacional que publicou o documento de patente
(20)	Dados de pedidos nacionais
(21)	Números designados ao documento quando de seu depósito
(22)	Data de depósito do pedido
(30)	Dados de prioridade (prioridade unionista)
(31)	Número designado ao primeiro depósito
(32)	Data de depósito da primeira solicitação
(33)	Identificação de autoridade (país ou países do primeiro documento)
(40)	Datas de acesso ao público
(41) a (47)	Referem-se a documentos de patentes publicados, examinados ou não, mas que ainda não tem a decisão final (concessão ou não da patente)
(50)	Informação técnica
(51)	Números da Classificação Internacional de Patente
(54)	Título da invenção
(56)	Relação de documentos anteriores citados pelo depositante (pode auxiliar no exame) ou encontrados pelo examinador de patentes durante a busca para exame
(57)	Resumo do conteúdo do documento
(58)	Campo de busca
(60)	Referências a outros documentos de patentes nacionais
(61)	Número e data de depósito de pedidos anteriores
(70)	Identificação das partes relacionadas com o documento de patente
(71)	Nome do depositante
(72)	Nome do inventor
(73)	Nome do titular, beneficiário, cessionário ou proprietários
(74)	Nome do procurador ou agente
(75)	Nome do inventor, quando também for o depositante
(80)	Identificação de dados relacionados a convenções internacionais.

Fonte: WIPO (2008 apud MORAIS, 2014, p. 56).

Para aqueles que não possuem familiaridade com o documento de patente é necessário que alguns dos campos INID sejam explicados. Vamos a eles:

- a) Código 12 – diz respeito à natureza da patente, se ela é de invenção ou modelo de utilidade. A patente de invenção (PI) tem validade de vinte anos, trata-se da “[...] criação de algo até então inexistente, que resulta da capacidade intelectual do seu autor e que representa uma solução nova para um problema existente, visando um efeito técnico em uma determinada área tecnológica.” (INPI, 2008, p. 8). Já a patente de modelo de utilidade (MU) é válida por 15 anos, que pode ser “[...] um instrumento, utensílio, objeto de uso prático, ou parte deste, que apresente nova forma ou disposição que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.” (INPI, 2008, p. 8);
- b) Código 21 – O código segue as recomendações da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) que apresente a seguinte sequência alfanumérica: BR ZZ XXXX YYYYYY- K, sendo “[...] BR é o código do país (Brasil); ZZ é a natureza da proteção (10 a 19 para patentes de invenção e 20 a 29 para modelo de utilidade); XXXX é o ano de entrada no INPI; YYYYYY é a numeração correspondente à ordem do depósito dos pedidos; e K é o dígito verificador.” (WIPO, [2014], p. 50);
- c) Código 51 – é o campo da Classificação Internacional de Patentes (CIP) a qual cada patente é enquadrada conforme seu assunto. A presente classificação consiste em um sistema de classificação documentária, hierarquicamente estruturada em: seções, classes, subclasses, grupos e subgrupos. Cada seção possui um título e uma letra como código específico, sendo: Seção A – Necessidades Humanas; Seção B – Operações de Processamento; Transporte; Seção C – Química e Metalurgia; Seção D – Têxteis e Papel; Seção E – Construções Fixas; Seção F – Eng. Mecânica; Iluminação; Aquecimento; Armas; Explosão; Seção G – Física; e Seção H – Eletricidade;
- d) Códigos 71 a 75 – são as pessoas físicas e jurídicas envolvidas no patenteamento. O autor/inventor/criador é a pessoa física que encontrou a solução do problema por meio do ato criativo. O requerente/depositante/titular da patente é o proprietário da patente, aquele que pode excluir terceiros de sua exploração, que pode ser o próprio inventor, instituição a que o mesmo trabalha, ou um terceiro devidamente qualificado por motivos de herança, sucessão, entre outros (INPI, 2008).

A organização das informações, conforme o código INID, possibilita realizar combinações de pesquisas a fim de otimizar a recuperação da informação desejada. Os campos que merecem maior destaque no momento da busca, a fim de realizar combinações estratégicas, são: (54) título, (71) depositante, (72) inventor, (57) resumo e o (51) Número de Classificação Internacional de Patentes.

2 BASES DE DADOS DE PATENTES

As bases de dados de patentes podem apresentar diferentes características dependendo de sua origem e propósito. Conforme percepções da autora que aqui escreve e de Lourenço e Rodrigues (2009, p. 164), as bases de dados podem ser enquadradas nas seguintes categorias:

Base de dados de escritórios nacionais: é a alternativa de busca mais completa quando se deseja explorar informações de um determinado país. Cobre uma faixa de tempo maior do que as bases informatizadas, que dependem da indexação dos documentos, além de disponibilizarem detalhes dos trâmites legais e demais informações. Geralmente possuem menos recursos de busca e manipulação de dados do que as bases comerciais.

Base de dados comerciais: a cobertura temporal é inferior se comparada à maioria das bases dos escritórios nacionais, no entanto, oferecem interfaces amigáveis, além de maiores possibilidades de busca e recursos de manipulação de grandes volumes de informação, como: maior número de campos podem ser acessados, busca em documentos completos de vários países, mecanismos de busca mais flexíveis, resumos dos documentos reescritos (otimizando a recuperação de documentos através de palavras-chave), capacidade de análise gráfica dos dados, exportação de dados etc. Possuem custo elevado e necessitam de treinamento para que não sejam subutilizadas.

Base de dados de acesso livre que reúnem vários escritórios nacionais: é a opção mais vantajosa (custo/benefício) quando se deseja efetuar buscas em mais de um escritório de patentes de forma gratuita. Assim como as bases comerciais, a atualização dos documentos é menor em relação aos escritórios nacionais. Um dos pontos positivos é que algumas delas disponibilizam análise gráfica e exportação dos dados.

Veja no Quadro 2 as características relacionadas à busca em algumas das principais bases de dados de patentes.

Quadro 2. Características das bases de dados de patentes

	Derwent Innovations Index	Espacenet	INPI	Patentscope	USPTO
Forma de acesso	Paga	Gratuita	Gratuita	Gratuita	Gratuita
Cobertura geográfica	41 organismos emissores de patentes em todo o mundo	Mais de 90 países incluindo Europa e outras regiões	Brasil	Cerca de 184 países (membros do PCT*)	Estados Unidos
Cobertura temporal	Desde 1963	Desde 1836	Documentos com data de publicação a partir de 1992	Desde 1978	Desde 1976 disponibiliza texto completo e a partir de 1790 digitalizados
Atualização	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal
Número de Campos de busca	10	10	14	56	55
Tipos de busca	Básica, avançada e patentes citadas	Inteligente, avançada e por classificação	Básica, avançada, calendário (patentes expiradas)	Básica, avançada, combinação de campos e expansão multilíngue Português, inglês, espanhol e mais 15 idiomas	Básica e avançada
Idioma de busca	Inglês	Alemão, Inglês e Francês	Português	Português, inglês, espanhol e mais 15 idiomas	Inglês
Uso de operadores de pesquisa	Booleanos e truncamento	Booleanos e truncamento	Booleanos e truncamento	Booleanos e truncamento	Booleanos e truncamento
Refinamento de busca	Disponível	Indisponível	Indisponível	Indisponível	Indisponível
Ferramenta de Análise dos dados	Disponível	Indisponível	Indisponível	Disponível	Indisponível
Exportação de dados	Disponível	Disponível	Indisponível	Indisponível	Indisponível

* Tratado de Cooperação de Patentes.

Fonte: Dados de pesquisa (2017).

Na categoria tipos de busca existem diferentes recursos de buscas que as bases oferecem para os usuários mais avançados. Iniciando pela *Derwent* (acesso via Portal de Periódicos da Capes), que disponibiliza a busca por patente citada, no qual o usuário pode investigar se uma determinada patente foi citada por outras patentes. Já a *Espacenet* oferece a busca inteligente, que consiste em inserir termos, como: nomes, números, datas, palavras-chave, inventor, solicitante, entre outros... em qualquer ordem sem precisar especificar o campo de pesquisa para cada termo, pois a lógica *fuzzy* cuida disso (ESPACENET, 2017).

A base do INPI disponibiliza a busca “calendário”, a qual considera apenas as patentes concedidas, cuja vigência expirou ou deverá expirar, de acordo com os prazos estabelecidos na legislação de propriedade

industrial (INPI, 2017). Este recurso é interessante para os pesquisadores e empresas verificarem se existem patentes de seu interesse que podem ser utilizadas sem que tenham que pagar para utilizar a invenção.

Quanto a Patentscope, a busca diferenciada que é disponibilizada é a combinação de campos e expansão multilíngue. A combinação de campos oferece, como o próprio nome já diz, a combinação de 13 campos de busca em 56 tipos diferentes de metadados. Já a expansão multilíngue usa “[...] um avançado sistema estatístico de análise de texto [...] Identifica variantes em vários idiomas para os termos de pesquisa inseridos pelo usuário.” (PATENTSCOPE, 2017, [s.p.]).

Em relação ao refinamento de busca, verifica-se que não é uma característica presente nas bases de dados de patentes dos escritórios, somente a base comercial da Derwent apresenta o recurso.

A categoria exportação de dados obteve somente duas bases com este recurso disponível. No caso da *Derwent*, a exportação é válida para gerenciadores de referência como o *Endnote e RefWorks*, além de formatos de arquivo em html, texto sem formatação e separado por tabulações. Acerca da Espacenet, a exportação está disponível nos formatos “csv” e “xls”.

A utilização das bases de dados de patentes como fonte de informação pode servir para os mais diversos objetivos, dentre eles podemos citar:

Definir o estado da técnica de determinada tecnologia visando o depósito de uma patente; Fundamentar decisões de investimento; Identificar tecnologias emergentes, tendências de mercado e previsão de novos produtos; Definir potenciais rotas para aperfeiçoamentos em produtos e processos existentes; Monitorar as atividades dos concorrentes; Mapear citações em patentes, o que permite o rastreamento de tecnologias; Levantamento das tecnologias em nível mundial por empresa, inventor, assunto; Analisar famílias de patentes – Permite verificar os países onde se busca proteção para uma mesma invenção. (LOURENÇO; RODRIGUES, 2009, p. 147-148).

Neste contexto, Lourenço e Rodrigues mostram que podem existir quatro tipos de buscas para atingir distintos objetivos de necessidades informacionais:

Patenteamento – busca por assunto, em documentação nacional e internacional; Exploração – busca territorial, por assunto ou família de patentes; Oposição/nulidade – por assunto, em documentação nacional e internacional; Prospecção tecnológica – mapeamento da evolução de uma tecnologia, identificação de mercados, rastreamento de capacitação tecnológica, orientação para pesquisas – busca por assunto, inventor, depositante, etc.; territorial ou não, dependendo do objetivo. (LOURENÇO; RODRIGUES, 2009, p. 164).

Verifica-se pelas possibilidades de busca que as referidas bases de dados não se destinam somente aos pesquisadores que patenteiam. Essas fontes de informação podem ser exploradas pelo público em geral que

tenha interesse em entrar em contato com este tipo de informação estratégica, seja para empregar em suas atividades de trabalho, seja para pesquisas acadêmicas, entre outros.

Vale salientar que a principal limitação das buscas dos documentos de patente é o período de sigilo que compreende os 18 meses a partir da data de depósito do documento. O resultado das buscas nas bases retornará somente os documentos que foram publicados. No caso da base do INPI, assim como em outras bases de dados de escritórios nacionais, se tem acesso aos registros de pedido de patentes, porém, nessa fase são disponibilizadas poucas informações sobre o documento.

3 BUSCA NAS BASES DE DADOS DE PATENTES

As buscas simuladas nesta sessão foram eleitas aleatoriamente no que se refere aos assuntos, empresas e bases de dados. O objetivo que se pretende aqui é demonstrar ao usuário das bases de patentes, as possibilidades de busca com diferentes objetivos em distintas bases de dados, para que, após tomar conhecimento dos detalhes que envolvem as bases de dados de patentes, os usuários possam realizar as buscas de seus interesses.

3.1 Busca com o propósito de definir o estado da técnica

A presente busca simula o desejo de encontrar as patentes sobre energia a partir da biomassa. A busca por palavras-chave de uma invenção numa base de dados permite revelar o que foi protegido até o momento sobre aquele assunto que pode servir para o inventor averiguar se sua descoberta já foi patenteada, ou então quais foram as invenções protegidas da área que ele pesquisa, ou ainda, se existem invenções que tiveram a vigência expirada com o intuito de utilizar o invento sem ônus.

Portanto, as palavras-chave eleitas são energia e biomassa, que podem ser digitadas da seguinte forma energia AND biomassa nos campos que recuperem pelo “título” ou “resumo”. Vale salientar que se o termo de busca for digitado no campo resumo o volume de resultados será maior que se pesquisado no campo título, portanto, na simulação que será realizada aqui se optará pela busca no campo título. Vejamos os exemplos da base do INPI e da Derwent.

Figura 1. Busca pelo termo energia AND biomassa na base do INPI no campo título

BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior					
Consulta à Base de Dados do INPI					
[Início Ajuda?]					
» Consultar por: Base Patentes Finalizar Sessão					
RESULTADO DA PESQUISA (22/01/2018 às 10:12:39)					
Pesquisa por:					
Título: ENERGIA AND BIOMASSA					
Foram encontrados 47 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 3 .					
Pedido	Depósito	Título	IPC		
BR 11 2017 015742 0	22/01/2016	MÉTODO E SISTEMA PARA TORREFAÇÃO EFICIENTE DE ENERGIA DA BIOMASSA	C10L 9/08		
BR 11 2017 008216 0	29/10/2015	MÉTODO PARA A CONVERSÃO DE BIOMASSA EM TRANSPORTADORES DE ENERGIA LIQUIDOS E/OU GASOSOS	C10G 1/00		
BR 20 2015 026030 5	14/10/2015	DISPOSIÇÃO CONSTRUTIVA APLICADA EM AQUECEDOR COM FONTE DE ENERGIA A BASE DE BIOMASSA	F24H 1/12		
BR 10 2014 010534 4	30/04/2014	SISTEMA DE USO DE ENERGIA POR BIOMASSA , COMBUSTÃO ESPONTÂNEA E INCINERAÇÃO DE RESÍDUOS	F23G 5/00		
BR 11 2015 019231 9	07/03/2014	BIOMASSA DE PROCESSAMENTO E ENERGIA .	C12P 7/08		
BR 11 2015 019035 9	07/02/2014	MÉTODO E DISPOSITIVO PARA O PRÉ-TRATAMENTO DE BIOMASSA PARA CONVERSÃO EM ENERGIA	C02F 11/18		
BR 11 2015 015596 0	31/12/2013	PROCESSO PARA PRODUZIR AÇÚCARES FERMENTÁVEIS DE BIOMASSA INTEGRAL, PROCESSO PARA PRODUZIR AÇÚCARES FERMENTÁVEIS DE CANA DE AÇÚCAR OU CANA- ENERGIA INTEGRAL E PROCESSO PARA PRODUZIR AÇÚCARES FERMENTÁVEIS DE MILHO INTEGRAL	C12P 19/02		

Fonte: INPI (2018).

Foram recuperados 47 documentos e, caso se deseje resultados mais específicos, será necessário realizar uma nova busca acrescentando em um dos campos da “classificação” o número do International Patent Classification (IPC) ou o termo presente no classificador IPC. No primeiro caso, é necessário verificar qual é a perspectiva tratada de cada classificação, a exemplo, os dois primeiros resultados apresentam no campo IPC a classificação de início C10 que corresponde a “INDÚSTRIAS DO PETRÓLEO, DO GÁS OU DO COQUE; GASES TÉCNICOS CONTENDO MONÓXIDO DE CARBONO; COMBUSTÍVEIS; LUBRIFICANTES; TURFA”. Já o terceiro documento que é exibido na busca diz respeito a “AQUECIMENTO; FOGÕES; VENTILAÇÃO”. No segundo caso, digamos que está se buscando as invenções referentes à forma de combustão para transformar a biomassa em energia, então usaremos no campo “Palavra-chave no classificador IPC” o termo “combustão” e passaremos a ter 25 patentes.

Há também a possibilidade de realizar a busca somente pela classificação da IPC pela forma mais geral ou específica, ou seja, por sua seção e classe (geral) ou que inclua a subclasse e grupo (específica), acompanhe os detalhes na Figura 2. Para isso, é necessário encontrar o campo de busca que corresponda à classificação e digitá-lo.

Figura 2. Estrutura hierárquica da CIP

Seção	[-]	C	SEÇÃO C — QUÍMICA; METALURGICA
Classe	[-]	C10	INDÚSTRIAS DO PETRÓLEO, DO GÁS OU DO COQUE; GASES TÉCNICOS CONTENDO MONÓXIDO DE CARBONO; COMBUSTÍVEIS; LUBRIFICANTES; TURFA
Sub-classe	[-]	C10L	COMBUSTÍVEIS NÃO INCLUÍDOS EM OUTRO LOCAL; GÁS NATURAL; GÁS NATURAL DE SINTÉTICO OBTIDO POR PROCESSOS NÃO ABRANGIDOS PELAS SUBCLASSS C10G ou C10K; GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO; USO DE ADITIVOS EM COMBUSTÍVEIS OU AO FOGO; ACENEDORES DE FOGO [5]
	[-]	C10L 1/00	Combustíveis carbonáceos líquidos [2006.01]



Grupo e Sub-grupo

Fonte: WIPO (2018).

Ao utilizar a CIP é necessário estar ciente de que um invento pode receber mais de uma classificação, e que essa pode ser indexada de acordo com a função da matéria descrita e/ou de acordo com a aplicação/finalidade dessa matéria (WIPO, [2014]). Quando classificada como função, trata-se do que é o invento, e quando classificada a partir de sua aplicação ou finalidade, diz respeito ao que o invento faz.

Vejamos agora como a busca por energia de biomassa pode ser feita na base *Derwent Innovation Index*. No campo “título” colocou-se o termo biomass AND energy o que resultou em 1.535 documentos. Acompanhe na Figura 3.

Figura 3. Busca pelo termo biomass AND energy na base *Derwent* no campo título

Web of Science | InCites | Journal Citation Reports | Essential Science Indicators | EndNote | Publons | Entrar | Ajuda | Português

Web of Science | Clarivate Analytics

Pesquisa | Minhas ferramentas | Histórico de pesquisa | Lista marcada

Resultados: 1.535
(de *Derwent Innovations Index*)

Você pesquisou por: Título: (biomass AND energy) ...Mais

Criar alerta

Refinar resultados

Procurar nos resultados...

Áreas de conhecimento

- ENGINEERING (1,404)
- INSTRUMENTS INSTRUMENTATION (1,016)
- CHEMISTRY (753)
- ENERGY FUELS (681)
- BIOTECHNOLOGY APPLIED MICROBIOLOGY (213)

mais opções/valores...

Classificar por: Ultima data | Número de citações | Mais

Selecione página | Salvar em EndNote online | Adicionar à Lista marcada | **Analisar resultados**

- CN206787048-U

Biomass hot blast stove, has heat exchanger connected with snake-shaped bent pipe, and air heating furnace shell whose end is provided with clean cold air inlet and side surface is formed with hearth fuel inlet and clean energy outlet

Depositante: ZHENGZHOU XINGUANG MINING MACHINERY MFG
Inventor(es): YU Q.
Número de acesso primário no Derwent: 2017-89621S

Patentes que fizeram a citação: 0
- CN206786764-U

Biomass environmental protective energy saving stove, has lower layer furnace core welded on lower end of middle layer furnace core, where upper end edge of middle layer furnace core is provided with low-high inclined flue structure flue

Depositante: ZHOU C
Inventor(es): ZHOU C.
Número de acesso primário no Derwent: 2017-89628V

Patentes que fizeram a citação: 0
- WO2017216720-A2

Treating and generating energy from biomass, comprises diluting biomass with thinner

Patentes que fizeram a citação: 0

Fonte: Derwent Innovation Index, Janeiro/2018.

A base permite utilizar o refinamento por área do conhecimento, nome do depositante e códigos de classe de assunto feito pela própria Derwent. No entanto, a estratégia de busca utilizada anteriormente na base do INPI também pode ser aplicada aqui, é necessário realizar uma nova busca acrescentando um novo campo e selecionando a opção “Int. Classificação da Patente”, a opção “selecionar lista” aparecerá e os códigos da IPC podem ser selecionados.

A Derwent disponibiliza a ferramenta “analisar resultados” no canto superior direito da tela após serem exibidos os resultados de uma busca. Nessa função é possível verificar por “nome do depositante” quais são as instituições que mais patenteiam na área, em “inventor” quem são os pesquisadores que mais patenteiam, em “código internacional de classificação de patentes” qual o volume de patentes depositadas em cada área da IPC, em “áreas do conhecimento” é possível saber de que áreas as patentes são oriundas. Essas são algumas das principais opções de análise de dados que a referida base disponibiliza.

Quando a busca visa verificar o estado da técnica de um determinado assunto a fim de patentear uma invenção tecnológica é necessário que se pesquise nas principais bases de dados de patentes. Além daquelas mostradas aqui, a pesquisa também deve ser efetuada na USPTO e na Espacenet.

3.2 Monitorar as atividades dos concorrentes

O objetivo deste tipo de busca visa conhecer quais são os inventos tecnológicos que possíveis concorrentes estão desenvolvendo. Para isso, tomar-se-á como exemplo a busca por Rolls-Royce Motor Cars – que é uma empresa automobilística inglesa referência na fabricação de automóveis de custo elevado – na base Espacenet. Caso o concorrente em questão fosse oriundo, por exemplo, dos Estados Unidos, a busca teria que ser feita na base de seu respectivo escritório nacional.

Em busca avançada na base Espacenet se digitará o termo Rolls Royce no campo “applicant(s)”, ou seja, depositante. Não será colocado aspas duplas – para recuperar o termo exato – no termo, pois, após ser feita a busca prévia, verifica-se que o nome da empresa aparece com e sem hífen entre as duas palavras. Veja o resultado da busca na Figura 4.

Figura 4. Busca pelo termo Rolls Royce na base Espacenet no campo applicant(s)

The screenshot shows the Espacenet Patent search interface. At the top, there are logos for the European Patent Office (Espacenet) and language options (Deutsch, English, Français). Below the logos, there are navigation tabs: Search, Result list (selected), My patents list (0), Query history, Settings, and Help. The main content area shows search results for 'Rolls Royce' as the applicant. A red box highlights the 'Select all (0/500)' and 'Export (CSV | XLS)' buttons. A red arrow points to the 'Export (CSV | XLS)' button. The first result is '1. INTEGRATED AIRCRAFT COOLING SYSTEM' with inventor LERG BRYAN H [US] and applicant ROLLS ROYCE NORTH AMERICAN TECH INC.

Fonte: Espacenet (2018).

A base informa que foram encontrados mais de dez mil resultados e que só serão exibidos os quinhentos primeiros que estão ordenados por data mais recente. A exportação de dados se faz somente na primeira página de resultados, portanto, caso se deseje exportar os quinhentos primeiros registros é necessário ir até o final da primeira página de resultados e clicar em “Load more results for export”, cada clique exibirá mais 25 resultados, o que significa que para exportar os quinhentos registros será necessário clicar 19 vezes, feito isso, clique em “Select all” e, em seguida, “Export”, escolhendo o formato CSV ou XLS. Ao abrir o arquivo exportado a manipulação de dados ficará a critério dos interesses do pesquisador.

O acesso ao documento completo, conforme relatado anteriormente, é possível após o período de sigilo que compreende os 18 meses. Quando o documento estiver disponível, o título da patente estará sublinhado, demonstrando que é um *link* para ter acesso a mais informações.

Caso tenha-se interesse em pesquisar algum segmento da empresa em questão, sugere-se utilizar mais campos de busca, como título, resumo e a classificação. Dessa forma, a probabilidade de ter acesso a todos os resultados é maior, pois se reduz o universo de pesquisa.

Quando o nome da instituição também é reconhecido pela sua sigla, como é o caso da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), é necessário que se realize uma estratégia de busca utilizando as duas formas. Exemplos:

- Fiocruz **OR** “Fundação Oswaldo Cruz”;
- Fiocruz **OR** (Fundação **AND** Oswaldo **AND** Cruz).

3.3 Mapear citações em patentes

O mapeamento de citações em patentes permite avaliar as diversas dimensões do valor que uma patente pode apresentar. Quando uma patente é citada ela pode estar contribuindo para uma nova invenção, pois outros inventores estão se baseando em sua tecnologia para criar as suas, este é denominado valor tecnológico (LEE, 2009). Além disso, intui-se que uma patente citada tem valor social, pois a invenção nela contida está contribuindo de alguma forma para o avanço científico ou de algum processo ou produto, ou seja, o invento está sendo aplicado para o bem-estar social de um grupo de pessoas (BARON; DELCAMP, 2012). Quanto ao valor científico, os inventores ou instituição a qual a patente citada pertence são reconhecidos pelos seus pares como detentores de determinado conhecimento.

A base de dados de patentes mais conhecida que permite analisar a citação de patentes é a Derwent Innovation Index. A simulação que será apresentada buscará a patente com maior número de citações da famosa empresa multinacional norte-americana que tem o objetivo de projetar e comercializar produtos eletrônicos, *softwares*, entre outros, chamada Apple Inc. Na base Derwent digitaremos Apple Inc e selecionaremos o campo de busca “Depositante”, após, é necessário ordenar os resultados por “Número de citações”. Veja na Figura 5 o resultado da busca.

Figura 5. Busca pelo termo Apple Inc na base Derwent pelo campo depositante

The screenshot displays the Web of Science search interface. At the top, navigation links include 'Web of Science', 'InCites', 'Journal Citation Reports', 'Essential Science Indicators', 'EndNote', and 'Publons'. The search results section shows 'Resultados: 18.051 (de Derwent Innovations Index)'. The search criteria are 'Nome e Código do Depositante: ("apple inc")'. The results are sorted by 'Número de citações' (Number of citations) in descending order. The top result is a patent with the title 'Proximity sensing device used as an input device for integrating manual print' and 1,931 citations. The second result is 'Touch panel for e.g. tablet personal computer, has transparent capacitive sensing medium that detects touches or near touches occurring at same time and at distinct locations in plane to produce distinct signals' with 1,553 citations. A red arrow points to the 'Número de citações' sorting option, and a red box highlights the citation count '1931' for the top patent.

Fonte: Derwent Innovation Index (2018).

A patente da Apple Inc registrada na Derwent que apresenta o maior número de citações, com 1.931, é intitulada “Dispositivo de sensor de proximidade usado como um dispositivo de entrada para integrar a impressão manual” (tradução livre). Seu uso está descrito como um dispositivo de entrada para integração de impressão manual.

Clicando no documento da patente é possível explorar diversos dados. O campo “Número(s) da patente” “[...] contém todos os números de patente pertencentes a uma mesma família (patente equivalente a uma mesma invenção) [...]” (DERWENT INNOVATION INDEX, 2018, [s.p.]), algumas pertencem a Apple e outras aos demais colaboradores, somando o total de 130 patentes. Isso porque um objeto pode carregar consigo uma série de invenções tecnológicas, que podem ser agregadas a família de patentes ao longo dos anos.

Quanto às citações, a Derwent disponibiliza o recurso de verificar quais as patentes que citaram a patente em questão, patentes que o inventor citou, patentes citadas pelo examinador, artigos citados pelo inventor e artigos citados pelo examinador. Examinadores e inventores realizam citações de patentes e artigos para uma nova tecnologia com a finalidade de

[...] resgatar o estado da técnica de determinada tecnologia. [...] Tendo-se em vista que os fluxos de informação e de conhecimento são invisíveis, pode-se inferir que, por meio das citações que uma patente realiza ou recebe, o conhecimento embutido no documento citado estará sendo incorporado pelo documento citante. (RODRIGUES; TOMAÉL, 2008, p. 17).

3.4 Analisar famílias de patentes

A família de patentes trata do conjunto de patentes arquivadas em vários países que estão relacionadas entre si por um ou vários documentos de prioridade comuns (OECD, 2009). Para Dechezleprêtre, Ménière e Mohnen (2017), esse indicador é utilizado para medir a difusão internacional de tecnologias, além de ser usado para medir o tamanho do mercado da invenção e, portanto, seu valor. Martínez (2011) complementa que os dados da família de patentes são usados para averiguar as estratégias do proprietário, já que o arquivamento de patentes no exterior está associado a custos mais altos (em termos de taxas de escritórios de patentes, contas de advogados de patentes e custos de tradução), o que significa que os proprietários apenas estendem proteção a países estrangeiros se o tempo, o esforço e os custos associados a ele valerem a pena.

A base Espacenet permite que se encontre a família de patentes ao buscar pelo número do documento da patente. Para isso, digitaremos o primeiro número da patente da invenção do exemplo anterior da Apple Inc, já que verificamos que a invenção possui uma grande família de patentes. A busca pode ser feita no “smart search” pelo número da patente WO9938149, após, é necessário clicar no título da patente e em seguida, na lateral esquerda em “INPADOC patent family”. Acompanhe o resultado na Figura 6.

Figura 6. Busca pelo número de patente WO9938149 na Espacenet opção INPADOC patent family

The screenshot displays the Espacenet patent search results for the patent family WO9938149 (A1). The interface includes the Espacenet logo and navigation options. The search results show a family list with 445 applications, and a warning that the system limits have been exceeded. The first application in the family is highlighted: 1. METHOD AND APPARATUS FOR INTEGRATING MANUAL INPUT. The application details include the inventor (WESTERMAN WAYNE [US]), applicant (WESTERMAN WAYNE [US]), CPC codes (G06F2203/04101, G06F2203/04104, G06F2203/04106), IPC codes (G06F3/03, G06F3/041, G06F3/044), publication info (WO9938149 (A1), 1999-07-29), and priority date (1998-01-26).

Inventor:	Applicant:	CPC:	IPC:	Publication info:	Priority date:
WESTERMAN WAYNE [US]	WESTERMAN WAYNE [US]	G06F2203/04101	G06F3/03	WO9938149 (A1)	1998-01-26
ELIAS JOHN G [US]	ELIAS JOHN G [US]	G06F2203/04104	G06F3/041	1999-07-29	
		G06F2203/04106 (+17)	G06F3/044 (+9)	Global Dossier	

Fonte: Espacenet (2018).

Foram recuperados 445 resultados que podem ser analisados utilizando a exportação em CSV ou XLS. Lembrando que para saber em quais países foi solicitada a proteção é necessário estar atento aos dois primeiros dígitos do número da patente, pois estes correspondem à sigla do país, exemplo: BR – Brasil, AT – Áustria, US – Estados Unidos.¹

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca de patentes é um pouco mais complexa que a busca usual que se faz por artigos, teses e livros. Devido à quantidade de metadados que o documento oferece para indexação nas bases, aumenta-se o número de combinações desses campos no momento da busca, o que também é um aspecto positivo na hora de se recuperar a informação desejada.

O documento de patente, além de conter a descrição da invenção, também apresenta o desenho do objeto a ser protegido. Este é geralmente o caso nos campos químico, farmacêutico e eletrônico, em que a informação de núcleo da invenção da patente é representada por meio de uma linha de desenho ao invés de ser explicitamente escrita em formato textual (MOGHARREBI, 2013).

No entanto, as bases de dados de patentes ainda não apresentam a recuperação da informação por imagem. Esta, por sua vez, consegue atingir um número maior de usuários, devido à imagem ser uma linguagem universal, não sendo necessário dominar um determinado idioma. Portanto, constitui-se um campo de pesquisa promissor, para que futuramente as bases de dados de patentes disponibilizem este recurso.

É válido mencionar que, assim como qualquer busca em bases de dados, é necessário utilizar sinônimos, operadores de busca e acessar o *link* “Ajuda” das bases, é neste *link* que se encontrarão detalhes de como a base de dados funciona para execução das pesquisas, assim como exemplos de busca.

Finalizando o capítulo, não existe um padrão de busca em bases de dados, o que se tentou demonstrar aqui é uma série de exemplos que permitirão lançar luz por onde começar quando se deseja alcançar determinados objetivos. Os dois fatores que permitem obter maior êxito em uma busca é o domínio do pesquisador sobre o tema a ser pesquisado e a experiência que o mesmo tem sobre a base. Boas pesquisas!

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D. P.; DEL MONDE, I. G.; PINHEIRO, P. P. (Coord.). **Manual de propriedade intelectual**: versão 2012-2013. [São Paulo]: [s.n], 2013. 132 p. Disponível em: <<http://www.acervodigital.unesp.br/handle/123456789/65864>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

¹ A lista completa das siglas dos países pode ser acessada na página da WIPO no seguinte link: <www.wipo.int/standards/en/pdf/03-03-01.pdf>.

ANDRADE, J.; ANTENOR, M.; OLSEN, V. **Curso Intermediário de Propriedade Intelectual**: Ceará: Funcap, [201?]. 160 slides, color. Disponível em: <<http://www.redenitce.com.br/downloads/edocs/19/Curso%20intermedi%C3%A1rio%20de%20PI%20-%20para%20impress%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2017.

BARON, J.; DELCAMP, H. The private and social value of patents in discrete and cumulative innovation. **Scientometrics**, v. 90, n. 2, p. 581-606, 2012. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-011-0532-5>>. Acesso em: 24 jan. 2017.

DECHEZLEPRÊTRE, A.; MÉNIÈRE, Y.; MOHNEN, M. International patent families: from application strategies to statistical indicators. **Scientometrics**, v. 111, n. 2, p. 793-828, 2017. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-017-2311-4>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

DERWENT INNOVATION INDEX. 2018. Disponível em: <http://apps-webofknowledge.ez372.periodicos.capes.gov.br/DIIDW_GeneralSearch_input.do?product=DIIDW&search_mode=GeneralSearch&SID=5Dn-3JDTGvmKGLOCwnjT&preferencesSaved=>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

ESPACENET. **Smart Search**. 2018. Disponível em: <https://worldwide.espacenet.com/?locale=en_EP>. Acesso em: 19 jan. 2018.

_____. **Espacenet**. 2017. Disponível em: <<https://worldwide.espacenet.com/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

JAGHER, T. **Busca em Banco de Dados de Patentes**. Curitiba: Agência de Inovação; UTFPR. [201?]. Disponível em: <<http://www.utfpr.edu.br/medianeira/estrutura/diretorias/direc/downloads/PROCEDIMENTOPARAPESQUISAUMAPATENTE.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Calendário de Patentes expiradas/a expirar**. [s.d.]. Disponível em: <<https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/patentes/PatenteSearchAniversario.jsp>>. Acesso em: 19 jan. 2018.

_____. **Guia de depósito de patentes**. 2008. 36 p. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/stories/downloads/patentes/pdf/Guia_de_Deposito_de_Patentes.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2018.

_____. **Pesquisa em Propriedade Industrial**. [s.d.]. Disponível em: <<https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/patentes/PatenteSearchAvancado.jsp>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

LEE, Y. G. What affects a patent's value? An analysis of variables that affect technological, direct economic, and indirect economic value: An exploratory conceptual approach. **Scientometrics**, v. 79, n. 3, p. 623-633, 2009. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-007-2020-5>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

LOURENÇO, A.; RODRIGUES, R. **Patentes**. Araraquara: INPI, 2009. 293 slides, color. Disponível em: <http://unesp.br/nit/mostra_arq_multi.php?arquivo=5497>. Acesso em: 23 jan. 2018.

MARTÍNEZ, C. Patent families: When do different definitions really matter? **Scientometrics**, v. 86, n. 1, p. 39-63, 2011. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-010-0251-3>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MOGHARREBI, M. et al. Retrieval System for Patent Images. **Procedia Technology**, v. 11, n. Iceei, p. 912-918, 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212017313004295>>. Acesso em: 26 jan. 2018.

MORAIS, S. M. P. de. **Prospecção tecnológica em documentos de patentes verdes**. 2014. 108 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br/handle/tede/3966?mode=full>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

OECD – Organization for Economic Co-operation and Development. **OECD Patent Statistics Manual**. Paris: OECD, 2009. 162 p. Disponível em: <<http://www.oecd.org/sti/inno/oecdpatentstatisticsmanual.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

PARANAGUÁ, P.; REIS, R. **Patentes e criações industriais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. 150 p. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2755>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

PATENTSCOPE. **Ajuda**> Como pesquisar. [s.p.]. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/patents/434/wipo_pub_l434_07.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.

RODRIGUES, J. L.; TOMAÉL, M. I. Redes de citação em patentes: enfoque em alimentos funcionais. **Revista de Iniciação Científica CESUMAR**, v. 10, n. 1, p. 17-26. Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/download/691/540>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

WIPO – World Intellectual Property Organization. **Classificação Internacional de Patentes**. 2018. Disponível em: <<http://ipc.inpi.gov.br/ipcpub/?notion=scheme&version=20180101&symbol=none&menulanguage=pt&lang=pt&viewmode=f&fipcp=no&showdeleted=yes&indexes=no&headings=yes¬es=yes&direction=o2n&initial=A&cwid=none&tree=no&searchmode=smart>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

_____. **Curso Geral de Propriedade Intelectual à Distância**. Switzerland: WIPO; OMPI; INPI, [2014].

Capítulo – DESMITIFICANDO O USO DO DOCUMENTO DE PATENTE COMO RECURSO INFORMACIONAL

RESUMO EM PORTUGUÊS

O documento de patente nem sempre é lembrado como fonte de informação pelos usuários e bibliotecários que prestam atendimento no setor de referência das unidades de informação. Por ser um documento distinto dos demais e as bases de dados que os indexam serem diferenciadas, muitas vezes acaba por assustar os usuários. No entanto, basta um pouco de familiaridade com o documento de patente para desmitificar seu uso e passar a considerá-lo como fonte de informação estratégica, afinal, estamos falando de inovação tecnológica, que somente é possível recuperar nas bases de dados de patentes. O presente capítulo visa disseminar o uso do documento de patente, para isso, serão abordadas as principais definições da área, a estrutura do documento de patente, as bases de dados de patentes e simulações de busca nas bases de dados com o intuito de recuperar informação estratégica. O domínio sobre a temática pelo bibliotecário permitirá que esse passe a planejar e oferecer serviços que contemplem a informação patentária à comunidade a qual atendem, o que resultará na disseminação dessa informação, transformando o bibliotecário em agente que buscará implantar a cultura do patenteamento no País.

Chapter – DEMISTIFYING THE USE OF THE PATENT DOCUMENT AS AN INFORMATIONAL RESOURCE

ABSTRACT

The patent document is not always remembered as a source of information by the users and librarians who provide care in the reference sector of the information units. Because it is a document distinct from the others and the databases that index them are differentiated, it often ends up scaring the users. However, just a little familiarity with the patent document to demystify its use and to consider it as a source of strategic information, after all, we are talking about technological innovation that can only be recovered in the patent databases. The purpose of this chapter is to disseminate the use of the patent document in order to address the main definitions of the area, the structure of the patent document, the patent databases and search simulations in the databases with the aim of recovering strategic information. The mastery of the subject will allow the librarian to plan and offer services that contemplate the patent information to the community they serve, which will result in the dissemination of this information, transforming the librarian into an agent that will seek to implant the patent culture in the country.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA EMPREENDER NA BIBLIOTECONOMIA

Daniela Spudeit

INTRODUÇÃO

Passados 108 anos da criação do primeiro curso de Biblioteconomia no Brasil, percebe-se que a área cresceu e evoluiu muito, não somente institucionalmente; com a criação de escolas de Biblioteconomias, associações, sindicatos e dos conselhos regionais, mas também instrumentalmente, com a inclusão e adaptação de novas ferramentas, metodologias e programas que contribuíram efetivamente para trazer inovação para a área, ampliando e abrindo novos espaços de atuação para o profissional formado em Biblioteconomia. Será sobre esse último ponto que tratarei neste capítulo, a inovação a partir da ampliação de espaços de trabalho para o bibliotecário e ressignificação de suas competências para atender as demandas do mercado e da sociedade além dos ambientes tradicionais¹.

No Brasil, é interessante perceber que historicamente a atuação do bibliotecário é visível em espaços de bibliotecas (escolares, universitárias, públicas, especializadas etc.), centros de documentação, centros de pesquisa, entre outros ambientes de informação hierarquicamente originados dentro de instituições públicas e privadas, conforme Valentim (2000) e Guimarães (1997) apresentam e defendem, um novo perfil para o “moderno profissional da informação”, visto que existem muitos campos e mercados ainda não ocupados.

Valentim (2000, p. 21) divide em três: “a) mercado informacional tradicional; b) mercado informacional existente não ocupado; c) mercado informacional – tendências”. No caso, a autora aponta inúmeros espaços ainda não ocupados e outros que são tendências para o bibliotecário atuar fora do contexto biblioteca-centros de documentação. A autora cita editoras, livrarias, diversos setores dentro de empresas privadas, provedores de internet (portais de conteúdo ou portais de acesso), bancos de dados, entre outros. A autora chama a atenção sobre isso:

1 No Brasil denomina-se bibliotecário somente o profissional formado em um curso superior de bacharelado em Biblioteconomia de uma instituição reconhecida pelo Ministério da Educação. Após essa etapa, o profissional precisa se cadastrar em um conselho regional de Biblioteconomia para obter o registro que o permite atuar como bibliotecário (Lei n. 4.084, de 30 de junho de 1962).

Tanto no caso dos provedores Internet – quer sejam portais de conteúdo ou portais de acesso –, quanto no caso dos bancos de dados, **o profissional bibliotecário, na sua maioria, desconhece esse mercado. Não sabe como pode atuar e, principalmente, tem medo de ser ele próprio o dono desse negócio. Nestes últimos anos verifica-se um crescimento na atuação do profissional bibliotecário, como consultor, assessor, profissional autônomo, ou mesmo terceirizado. No entanto, sabe-se que é uma minoria.** Neste mercado livre é necessário um profissional bibliotecário mais empreendedor, mais ousado. O profissional da informação deverá ser mais observador, empreendedor, atuante, flexível, dinâmico, ousado, integrador, proativo e principalmente mais voltado para o futuro. A formação, portanto, deve estar voltada para a obtenção de um profissional que atenda essas características. (VALENTIM, 2000, p. 23, grifo nosso).

É interessante perceber a defesa por novos campos de atuação e a relação com minorias de bibliotecários que estão buscando desenvolver competências para atuar em espaços não tradicionais. Ainda persiste a “cultura” dos profissionais recém-formados em buscarem vagas de trabalho em bibliotecas (no caso de escolas, universidades, escritórios privados) ou estudar para concursos. Embora não haja pesquisas sobre isso no Brasil², acredita-se que são poucos os profissionais que se formam e buscam identificar um nicho no mercado para atuar como consultores ou mesmo abrirem suas empresas para prestarem serviços.

Como citado por Valentim (2000) e também por Rosa e colaboradores (2016), existem muitas oportunidades para o bibliotecário atuar com gestão da informação atualmente, porém, é preciso que ele desenvolva competências para gerir seu próprio negócio, principalmente comportamentais, visto a necessidade de se ter um perfil mais proativo, ousado, flexível, dinâmico e com um olhar sistêmico e estratégico sobre as demandas do Mercado e da sociedade.

Alinhado a isso, Marchiori (1996) há mais de vinte anos já alertava sobre as novas possibilidades de atuação (e de mudanças requeridas visto novos paradigmas profissionais) que emergiam no mercado que se descortinava para o século XXI.

O perfil atual apresenta uma grande massa de profissionais institucionalizados, normalmente em bibliotecas, cuja grande maioria [está] no serviço público, poucos nas instituições privadas, e menos ainda [os que são] prestadores de serviços. Queremos chegar ao equilíbrio: não iremos abandonar a biblioteca, queremos abocanhar um pedaço das instituições privadas e também ser prestadores de serviços. Essa seria a proposta de modificação que vai influenciar o currículo, as atitudes etc. (MARCHIORI, 1996, p. 27).

Dentro dessa perspectiva, que será apresentado nesse capítulo reflexões sobre as a inovação a partir da ampliação de espaços de trabalhos para bibliotecários empreenderem além dos ambientes tradicionais. Muitas

2 Atualmente, está sendo realizada uma pesquisa sobre isso no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação na Universidade do Estado de Santa Catarina.

mudanças ocorreram ao longo dos últimos trinta anos no que tange aos campos profissionais de atuação para bibliotecários fora das bibliotecas e centros de documentação, a isso vou chamar de terceira via, ou seja, a atuação em suas próprias empresas como prestadores de serviços na área de gestão da informação.

A gestão da informação é definida como um processo com alto valor estratégico que envolve: “[...] a) identificação de necessidades e requisitos de informação; b) a classificação e armazenamento de informação/tratamento e apresentação da informação; e c) desenvolvimento de produtos e serviços de informação [...]”, de acordo com McGee e Prusak (1994, p. 114). Nesse processo é importante enfatizar o alto rigor inovativo frente ao uso constante de diferentes instrumentos, ferramentas, metodologias e recursos existentes atualmente para promover a gestão da informação nas organizações. Dentro do espectro que envolve a gestão da informação, é premente observar o caráter inovativo que decorre destas ações ao implementar melhorias nos processos supracitados ou mesmo na adaptação de instrumentos, plataformas e códigos que auxiliam no processo de gestão da informação.

No *Manual de Oslo* (OECD, 2006), a inovação pode ocorrer por produto, processo, marketing e organização podendo ser definido como “[...] implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing ou organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.” (OECD, 2006, p. 55).

Levando em consideração o conceito e os tipos de inovação apresentados, percebe-se que houve muitas mudanças no mercado e no fazer profissional dos bibliotecários nos últimos trinta anos, haja vista a inserção e pleno uso das tecnologias da informação e comunicação, bem como melhorias nos produtos de informação, processos para planejamento e elaboração dos produtos e serviços de informação, estratégias de *marketing* e, sobretudo, inovações organizacionais nas práticas laborais dos bibliotecários.

Entretanto, torna-se necessário realizar pesquisas que identifiquem como isso está ocorrendo na prática, principalmente nessas mudanças que envolvem os espaços de atuação e nas formas de prestação de serviços. Não há registros atualizados nos Conselhos Regionais, sindicatos e associações da área sobre quem são esses profissionais que estão empreendendo e buscando novos espaços para atuar. Para isso, foi criado o Portal EmpreendeBiblio³ com esse objetivo de mapear e reunir num ambiente as iniciativas de bibliotecários empreendedores no Brasil, bem como promover a visibilidade desses profissionais que estão criando seus espaços de trabalho.

3 Disponível em: <www.empreendebiblio.com>.

2 PESQUISAS REALIZADAS SOBRE EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA NO BRASIL

Infelizmente, existem poucos arcabouços teóricos e dados sobre empresas, perfil, competências dos bibliotecários que estão empreendendo no Brasil, mais difícil ainda é encontrar dados descritivos sobre tipos de empresas, tipos de serviços prestados, parcerias, valores de cobranças dos serviços, entre outras informações mais detalhadas porque não há ainda pesquisas sobre isso, exceto da mestranda Críchyna Madalena, que está sendo realizada no âmbito do Programa de pós-graduação em Gestão da Informação na Universidade do Estado de Santa Catarina.

Além desse, em nível de pós-graduação no Brasil, teve o trabalho de autoria de Gabriela Marinho dos Santos, resultado de uma dissertação de mestrado realizada no Programa de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), em 2014, intitulado “O potencial do ensino do empreendedorismo na formação do bibliotecário inovador: uma análise da experiência brasileira”.

Além do livro organizado por Spudeit (2016), é possível ver no artigo “Empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação: uma revisão de literatura no âmbito nacional e internacional”, que se encontra no prelo, um breve mapeamento da produção científica sobre empreendedorismo na biblioteconomia e ciência da informação divulgada nos periódicos nacionais e internacionais. Seguem alguns trabalhos que discorrem sobre essa temática:

Quadro 1. Relação de trabalhos sobre empreendedorismo na Biblioteconomia publicados no Brasil

Autores	Objetivo
Dalpian, Fragoso e Rozados (2007)	Foca no empreendedorismo e no perfil empreendedor abordando estes aspectos sob a ótica do bibliotecário e a emergência do crescimento do empreendedorismo no campo da Biblioteconomia.
Conti, Pinto e Davok (2009)	Apresentam o perfil do bibliotecário empreendedor, buscam caracterizar o bibliotecário empreendedor, discorrendo sobre a sua atuação em organizações e como profissional autônomo e empreendedor de seu próprio negócio.
Alves e Davok (2009)	Analisa se as atividades profissionais do bibliotecário refletem empreendedorismo, tendo em vista as competências profissionais que deveriam ser desenvolvidas pelos cursos de Biblioteconomia, como expresso nas diretrizes curriculares.
Spudeit e Romeiro (2015)	Analisaram a formação do bibliotecário empreendedor, de forma apresentar as características, perfil e competências que devem ser desenvolvidas para formar bibliotecários empreendedores, bem como a capacitação para esse profissional.
Bezerra (2015)	Discorre sobre as ações de empreendedorismo na Biblioteconomia, nos ambientes virtuais, exemplificando o caso da marca T-shirts MURAL.
Fevrier (2015)	Busca conhecer quais as competências necessárias para que o bibliotecário possa desempenhar suas atividades de maneira intraempreendedora, tendo como base os bibliotecários do Sistema FIRJAN.
Fonseca e Mota (2016)	Discute acerca da grade curricular do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Alagoas (UFAL).
Madalena e Spudeit (2017)	Apresenta reflexões sobre o comportamento ético do bibliotecário no que tange às atividades empreendedoras ligadas à gestão da informação.

Fonte: Adaptado de Spudeit (2018).

Ao analisar Quadro 1, percebe-se que as pesquisas se relacionam basicamente ao perfil competências e formação do bibliotecário empreendedor, é preciso aprofundar e enriquecer esse debate em relação às oportunidades reais existentes para prestação de serviços na área de gestão da informação, inovação nos serviços empreendidos por bibliotecários, aspectos legais e jurídicos envolvidos na gestão de empresas na área de Biblioteconomia, formas de consultoria, entre outros aspectos relacionados.

No que tange à consultoria na área de Biblioteconomia, Milano e Davok (2009) fizeram um levantamento em sites de empresas de consultoria na área de Biblioteconomia, estabelecidas no mercado nacional, com vistas a identificar as lacunas existentes no rol de serviços oferecidos. O rol de serviços oferecidos pelas empresas foi analisado em relação às áreas e atividades de atuação do bibliotecário, especificadas na Classificação Brasileira de Ocupação (CBO).

Anna e Pereira (2014) discutem aspectos relacionados aos novos campos de atuação do bibliotecário com o advento da sociedade da informação, sobretudo, as novas potencialidades ocasionadas com a consultoria informacional.

Pires e Fernandes (2012) e Pinheiro e Mendes (2013) também abordam sobre consultoria para criação de unidades de informação, a aplicabilidade dos serviços prestados no ramo da consultoria voltado para a Biblioteconomia como um espaço de atuação para o bibliotecário.

Por fim, Valls (2017) delimita como o bibliotecário pode atuar como consultor, e principalmente diferencia alguns tipos de atuação correlatos, como a prestação de serviços terceirizados, que, muitas vezes, é confundida com consultoria.

Em relação a isso, Valls (2017) destaca que a consultoria pode ser feito por um único profissional (consultor) ou mesmo por uma empresa especializada com diferentes profissionais mediante o estabelecimento de um contrato de trabalho entre as partes envolvidas para prestação de um serviço com tempo determinado. A contratação de um profissional pode ser via assinatura de carteira profissional pautada na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) ou pela prestação de serviços que pode ser realizada como pessoa física (mediante cadastro para emissão de recibo de pagamento autônomo e nota fiscal), via cooperativas, pessoa jurídica ou como microempreendedor individual.

Para isso, é importante que o bibliotecário esteja atento às diferentes possibilidades de atuação, conheça algumas oportunidades que existem e se prepare para novas, visto a dinamicidade do atual mundo do trabalho. Além disso, estar preparado para os desafios e buscar uma formação empreendedora torna o caminho menos árduo para os profissionais que sejam empreender na área de gestão da informação.

3 OPORTUNIDADES, DESAFIOS E FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

Embora seja de conhecimento comum que existem empresas ou negócios criados e geridos por bibliotecários no Brasil, é difícil identificar visto que nem todos se registram como pessoas jurídicas nos conselhos regionais de Biblioteconomia. Em outros casos, nem é possível saber se as empresas realmente foram

criadas por bibliotecários ou se somente mantem esse profissional em seu quadro funcional para prestação de serviços esporádicas.

Laurindo et al. (2016) apresentaram uma pesquisa sobre 36 empresas criadas por bibliotecários no Brasil com uma análise em relação ao perfil e ramos de atuação. Percebem-se na pesquisa dados interessantíssimos principalmente ao ano em que as primeiras empresas foram criadas por bibliotecários no Brasil. Cerca de metade das empresas (47%) encontra-se na região Sudeste do País (destaque para os estados de São Paulo e Rio de Janeiro) e que as primeiras foram concebidas ainda na década de 1980, como é o caso da Redata e Bibliotech, mais tarde, na década de 1990 veio a Datacoop (primeira cooperativa na área no Brasil), E-Doc Consultoria, Control, GedBrazil e Indexare. A seguir, é possível ver na Figura 1 algumas empresas:

Figura 1. Empresas criadas por bibliotecários



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Porém, o que mais chama atenção nessa pesquisa são os ramos de atuação dessas empresas criadas por bibliotecários que permanecem muitas vezes voltados para bibliotecas ou tendo os próprios bibliotecários como público-alvo:

Publicações, realização de cursos e eventos profissionais, desenvolvimento de sites pessoais e institucionais, criação de logomarcas, banners, folders, gerenciamento de redes sociais, tratamento de documentos, desenvolvimento de sistemas de informação e softwares de gerenciamento, hospedagem em nuvens, plataformas para editoração de periódicos, mapeamento e documentação de processos, consultoria na elaboração de projetos, normatização, implantação de bibliotecas, elaboração de currículo

lattes e ficha catalográfica, gestão de arquivos físicos e digitais, pesquisas documentárias, projetos voltados para memória institucional, elaboração de índices e bibliografias, comercialização de produtos como canecas, camisetas, botons, bolsas com frases sobre Biblioteconomia, entre outros. (LAURINDO et al., 2016, p. 692).

É interessante perceber que o nicho de atuação pode ser muito expandido ainda. Mesmo diante de tantas mudanças sociais, tecnológicas, políticas, econômicas organizacionais, educacionais, estruturais que marcaram a sociedade na década de 1990 até meados de 2010 quando houve a inserção de novos recursos tecnológicos nos ambientes e nas ferramentas de trabalho dos bibliotecários, poucas empresas foram criadas (concentradas em sua grande parte no eixo Rio-São Paulo) e muitas outras ainda com serviços voltados para necessidades de bibliotecas ou centros de informação, ou seja, bibliotecário prestando serviços para bibliotecas, em que evidencia-se a necessária mudança de paradigma no que tange ao mercado e público-alvo explorado pelos profissionais com suas empresas.

Rosa e colaboradores (2016) apontam algumas demandas que os bibliotecários podem atender por meio da prestação de serviços, como as pesquisas de mercado, desenvolvimento de aplicativos, programas, sistemas de informação, monitoramento de publicações e fontes especializadas (inteligência competitiva), projetos de memória institucional, editoração eletrônica, gestão eletrônica de documentos, arquitetura da informação na *web*, redação e pesquisas de patentes, organização de prontuários médicos, entre outros.

No caso das pesquisas de mercado, é uma importante ferramenta para obter informações precisas sobre um produto, serviço, mercado ou público-alvo, pois ajudam as empresas na tomada de decisão e/ou planejamento de algo com valor agregado para seus clientes. O bibliotecário conhece fontes de informação e sabe como recuperar a informação para poder realizar uma análise ou somente entregar os dados coletados para quem precisa.

No desenvolvimento de aplicativos, programas, sistemas de informação, mesmo que o bibliotecário não tenha conhecimentos específicos nessa área, ele pode contratar um profissional para ajudar no desenvolvimento para atender esse nicho. Muitas empresas atualmente têm necessidade de organizar as informações em sistemas próprios, que permitam a completa recuperação. Nesse caso, o bibliotecário com conhecimento especializado em linguagens documentárias, indexação, metadados, padronização de termos, construção de vocabulários, entre outros, será muito útil nesse caso específico.

Outro nicho é a prestação de serviços com monitoramento de publicações e fontes especializadas, também chamado de serviço de inteligência competitiva, em que o bibliotecário usará todos seus conhecimentos voltados para pesquisa, principalmente em fontes científicas e tecnológicas, para coletar dados que possam ser usados por empresas na concepção de novos produtos e serviços.

Muitas empresas e organizações governamentais têm o interesse em projetos de memórias institucionais, não somente para registro e preservação de informações sobre a própria instituição e seus produtos, como também para promover a visibilidade da marca e fortalecimento de seu mercado. É comum encontrar historiadores e arquivistas que atuam nesse nicho, porém, o bibliotecário também tem competência para gerir essa atividade.

A editoração eletrônica em portais de periódicos científicos ou mesmo em revistas comerciais é outro campo que oferece muitas possibilidades de atuação para bibliotecários prestarem serviços, visto que podem aplicar seus conhecimentos na organização, padronização, recuperação, tratamento e preservação destas informações. Por terem conhecimentos em programas de plágio, normalização e indexação dos artigos em bases de dados, os bibliotecários podem prestar esse serviço para diferentes instituições.

Outra oportunidade que se destaca é gestão eletrônica de documentos, principalmente nas empresas, que há necessidade real de organizar os documentos produzidos e recebidos para facilitar suas rotinas e processos organizacionais que demandam o uso das informações contidas nesses documentos. É perceptível a atuação de arquivistas nesse espaço, porém, nada impede a atuação de bibliotecário visto sua formação.

A gestão e mapeamento de processos também pode ser realizada por bibliotecários que sabem muito bem coletar e organizar as informações de atividades, insumos, entradas e saídas para desenhar e modelar processos facilitando o fluxo informacional nas empresas por meio do uso de ferramentas e *softwares*, como é o caso do Bizagi, que auxilia na organização das atividades e tarefas dos setores em uma instituição, principalmente para reorganizar as atividades, profissionais envolvidos, reduzir custos e tempo de determinadas atividades.

Outra área que tem crescido muito e vemos vários tipos de profissionais atuando, por ser multidisciplinar, é como “*personal information*” ou “*personal organizer*”, que está relacionado a uma consultoria na organização, seja de objetos ou de informação. É possível perceber a importância da atuação desse profissional na organização e atualização de informações no currículo lattes, em caixas de *e-mails* ou mesmo para organização de informações para elaborar relatórios de pesquisa, relatórios de viagens de estudos, de memoriais descritivos, de relatórios de estágios probatórios (nicho professores e pesquisadores), entre outras demandas existentes tanto no ramo empresarial quanto educacional.

A área de arquitetura da informação também oferece espaço para bibliotecários atuarem no que diz respeito à organização e curadoria de conteúdos na *web*. É importante que essas plataformas estejam estruturadas, acessíveis, padronizadas para facilitar a busca e a usabilidade da informação. O bibliotecário pode contribuir muito categorizando e disponibilizando as informações de uma forma que agregue valor na recuperação e traga vantagem competitiva para os negócios de uma empresa, como é o caso dos sites de comércio eletrônico. O profissional pode se especializar nessa área, montar uma equipe e atender várias empresas que atuam com comércio eletrônico ou mesmo em *sites* governamentais que precisam ter as informações organizadas para facilitar o acesso, disseminação e recuperação. Além de sites comerciais, há intranets das instituições, *softwares* e comunidades *on-line*, que requerem a estruturação de todas as informações disponíveis nesses ambientes. É necessário se especializar nessa área e aprofundar conhecimentos porque a função principal de um arquiteto da informação é a chamada “User Experience Design” (ou UX designer), ou seja, o profissional que pensa na experiência que o usuário terá quando interagir com as plataformas ou mesmo algum produto digital.

Também é possível se especializar em outros nichos de mercado que envolvem tendências na ciência e tecnologia. Um deles é a redação e pesquisas de patentes e outro é a gestão de dados científicos.

No que tange às patentes, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e a Fundação Getúlio Vargas oferecem capacitações nessa área. É comum perceber em inventores e pesquisadores a dificuldade em mapear produtos ou protótipos em bases de dados especializadas, assim como redigir e registrar uma patente, levando à perda de tempo e também onerando os custos envolvidos nesse processo. O bibliotecário, com seu conhecimento nessa área de fontes e recursos de informação, tem muito espaço para atuar nesse nicho se especializando e prestando serviços para esse público-alvo. Registrar uma invenção no Brasil garante vinte anos de exploração comercial, ou seja, tem vantagens nesse processo e espaço para bibliotecários atenderem essa demanda.

Outra oportunidade nessa área de ciência e tecnologia é a prestação de serviços para pesquisadores em relação à coleta de dados de pesquisas, principalmente para institutos de pesquisas que geram dados quantitativos em grande escala. A ciência produz uma quantidade cada vez maior de dados que são utilizados em vários estudos e pesquisas, é preciso gerir e integrar esses dados por meio da criação de sistemas estruturados. Pesquisadores de carreira com dedicação exclusiva muitas vezes não sabem como organizar, preservar ou mesmo tratar os dados coletados, desta forma, abre-se outro nicho de atuação para bibliotecários, gerenciar plataformas de compartilhamento de dados entre diversos pesquisadores. Silva (2016) apresenta várias ações de apoio que os bibliotecários podem prestar, como serviços para elaborar um projeto de ciclo de vida para os dados científicos, pois exige soluções de planejamento que incluem conhecimentos específicos sobre a escolha do repositório e técnicas de armazenamento para a conservação e o uso permanente dos dados como chave para o êxito de um projeto de pesquisa.

A prestação de serviços na área de gestão da informação também pode ser especializada para determinados campos, como é o caso da área da saúde ou em escritórios jurídicos e contábeis. Em ambos os casos, o bibliotecário pode abrir sua empresa, capacitar uma equipe e realizar esse tipo de serviço para vários escritórios ou clínicas.

No caso da área da saúde, os médicos necessitam muitas vezes lutar contra o tempo para realizar diagnósticos ou ter acesso a exames feitos para facilitar a tomada de decisão na escolha de algum tratamento ou medicamento aos pacientes. Tendo essas informações registradas em um sistema que possibilite, inclusive acesso *on-line*, a prontuários, receitas, exames e outras informações sobre a vida do paciente facilita o processo e pode salvar vidas. No caso de escritórios jurídicos ou contábeis, ter as informações atualizadas de jurisprudências, projetos de leis em andamento, publicações em diário oficial no ramo de atuação específico de escritório, legislação, entre outras informações pertinentes ao nicho do escritório facilita a elaboração de um processo, defesa ou acusação de um réu, ganho ou perda de causas judiciais, otimiza recursos e tempo, entre outras vantagens que a efetiva gestão da informação pode contribuir.

Em plena sociedade da informação, é quase que inadmissível não pensar em explorar mercados de empresas privadas que necessitam de profissionais com competência para realizar a efetiva gestão da informação em seus ambientes visto que a organização e recuperação plena desta contribui com qualidade dos serviços prestados pela empresa, otimiza recursos, agrega valor à marca e também garante a competitividade frente aos concorrentes.

O atual mundo do trabalho exige um perfil profissional diferenciado e que esteja atento às mudanças, demandas e oportunidades para empreender, dessa forma, a criação de um negócio na área de informação por um bibliotecário precisa ser focado em serviços voltados para demandas específicas do mercado e da sociedade em si.

Em recente levantamento, foram encontradas em torno de sessenta empresas criadas por profissionais da Biblioteconomia que prestam serviços nas mais diferentes áreas:

- Pro Arquivo
- Ged Brazil
- Acesso Consultoria & Gestão da Informação
- Bibliotec
- Modal
- Bibliohelp
- Moonie Gestão Documental
- Indexare
- InfosDoc
- Class Cursos
- Index Informação Integrada
- Biblio
- Soluarq - Soluções em Arquivos e Gestão da Informação
- Guzzo Projetos
- Informar Gerência de Documentos e Informações
- Acervo Organização e Guarda de Documentos
- CDM Gestão da Informação
- Livraria Africanidades
- Equipe Normalize
- Formatum Consultoria
- Biblio Ideias
- MC Normalizações
- Biblio Art Consultoria
- InfosDoc
- Redata
- Bibliocoop
- Mila Organiza
- Normalização Eficiente
- Archivari
- Control Informação e Documentação
- Lepidus Tecnologia
- Info Content Gestão da Informação
- Extralibris
- FM Treinamentos e Palestras
- T-Shirts Mural
- Editora Malê
- Umanus
- Soluarq - Soluções em Arquivos e Gestão da Informação
- Datacoop
- Heloisa Costa
- Personal Bibliotecária
- Biblion Consultoria
- Praxis Soluções
- Ebig
- Info Millenium
- Innova Gestão
- NS Consultoria Gestão da Informação
- Ideia Consultoria e Treinamentos
- Optimize Soluções
- Normalizar Consultoria
- Zilli Gestão de Documentos
- Ebig
- Egrégora Inteligência
- Metodológica Gestão da Informação
- Triagem Consultoria
- InfosDoc
- Content Mind
- Ebig
- eDoc Consultoria
- Norma Padrão

O mapeamento foi feito por meio das mídias sociais (grupos de bibliotecários no Facebook) e contato com entidades de classe ao longo de 2015 e 2016.

Muitas dessas empresas citadas não são formalizadas com CNPJ ou mesmo possuem uma sede física, porém, é interessante perceber os nichos que os bibliotecários estão buscando fora dos espaços tradicionais para prestar serviços diferenciados usando sua expertise e seus conhecimentos adquiridos ao longo de sua graduação e com cursos de formação complementar.

Na graduação é comum encontrar exemplos de aplicação dos instrumentos de organização e tratamento da informação (catalogação, classificação, indexação e recuperação) para serem usados em livros, revistas, teses, dissertações, entre outros, sejam impressos ou disponíveis em repositórios gerenciados por bibliotecas. Porém, pouco se fala ainda sobre a aplicação e adaptação desses conhecimentos e técnicas em espaços não tradicionais, como em informações disponíveis na *web* (empresas de comércio eletrônico, de bases de dados etc.) documentos em escritórios de engenharia, na área jurídica, contábil ou mesmo em consultórios ou clínicas médicas que há muita geração de documentos que necessitam ser gerenciados para facilitar a recuperação e uso da informação pelos profissionais que atuam nesses espaços. Nesse quesito que entra a inovação na Biblioteconomia ao adaptar os *softwares*, códigos e sistemas de classificação, ora usados em ambientes tradicionais de bibliotecas, para implementação em outros ambientes que também demandam a organização e recuperação para efetiva gestão da informação.

Para isso, além do desenvolvimento de competências empreendedoras, existem desafios que precisam ser transpostos pelos bibliotecários para obter sucesso em seus negócios como foi apontado na pesquisa realizada por Silva (2015).

A autora salienta a importância da motivação, persistência e determinação para vencer a falta de conhecimento e reconhecimento, já que muitas pessoas relacionam o trabalho dos bibliotecários somente às bibliotecas. Além disso, tem a burocracia para gestão da empresa, enquadramento legal, financiamento, ausência de disciplinas voltadas para empreendedorismo ainda na graduação, entre outros (SILVA, 2015).

Para isso, todos os respondentes dessa pesquisa foram unânimes em apontar a necessidade de adquirir conhecimento em outras áreas. As mais citadas foram as ligadas às práticas gerenciais, ou seja, as que envolvem os conhecimentos sobre gestão de empresas, gestão de projetos, gestão de pessoas, administração de recursos humanos, finanças, liderança, mercado, como lidar com clientes, legislação trabalhista e tributação, plano de marketing, tecnologia da informação, e, por fim, as mais vinculadas ao mercado em que atuam para que o empreendedorismo contribua com a visibilidade do bibliotecário e fortalecimento da área.

Em relação à ausência de disciplinas na graduação dos cursos de Biblioteconomia no Brasil, constata-se na pesquisa “Formação para o empreendedorismo: foco no ensino nos cursos de bacharelados e licenciatura em Biblioteconomia, Ciência da Informação e Gestão da Informação no Brasil” que das 32 matrizes curriculares dos cursos de graduação em Biblioteconomia, Ciência da Informação e Gestão da Informação do Brasil, tem nove disciplinas ofertadas de forma obrigatória e 15 optativas. Em geral, as ementas possuem focos teóricos e práticos bem diversificados. Na pesquisa, as autoras verificaram que há uma carência em aprofundar o ensino de empreendedorismo e formação de competências empreendedoras no que tange às oportunidades de negócios, prestação de serviços, elaboração de planos de negócios, entre outros, visto que há oportunidades para empreender em diferentes frentes e campos de atuação com gestão da informação.

Essa pesquisa converge para a necessidade de ampliar a formação dos bibliotecários para desenvolver competências empreendedoras que oportunizem a melhoria na prestação de serviços, bem como reduzam os riscos e dificuldades encontradas para empreender na área de gestão da informação. Essa formação pode ocorrer por meio de oferta de disciplinas obrigatórias nos currículos de graduação, além de eventos, desenvolvimento de projetos de pesquisas, extensão, atividades de ensino, monitoria entre outras extracurriculares, que podem ser executados no âmbito universitário, como a gestão de uma empresa-júnior, por exemplo, que prepara os estudantes de Biblioteconomia para o mercado de trabalho.

4 BREVES CONSIDERAÇÕES

Muitas mudanças ocorreram ao longo dos últimos trinta anos no que tange aos campos profissionais de atuação para bibliotecários fora das bibliotecas e centros de documentação, a isso chamei de terceira via, ou seja, a atuação dos bibliotecários em suas próprias empresas como prestadores de serviços na área de gestão da informação.

Ao retratar a inovação a partir da ampliação de espaços de trabalho para o bibliotecário e adaptação dos instrumentos, metodologias, recursos e programas usados em ambientes tradicionais de atuação em bibliotecas e centros de documentação, é possível vislumbrar várias oportunidades para este profissional empreender em nichos pouco explorados pela Biblioteconomia.

A inovação ocorrida na melhoria de processos, instrumentos, na organização ou mesmo nos métodos de trabalho oportuniza um novo olhar sobre a abrangência do fazer profissional dos bibliotecários, ampliando seus campos de atuação e trazendo visibilidade para a área, ainda tão relacionada às bibliotecas e centros de documentação.

Como visto, existem mercados informacionais existentes e não ocupados e outros que são tendências na terceira via para os bibliotecários explorarem prestando serviços, como é o caso de livrarias, editoras, arquitetura da informação em sites de comércio eletrônico ou intranets, escritórios de advocacia, contadores, clínicas médicas, provedores de internet, portais de conteúdos ou de acesso, editoração eletrônica, projetos de memória institucional (serviço de inteligência competitiva), gestão eletrônica de documentos, desenvolvimento de aplicativos, programas, sistemas de informação, gestão de dados científicos, projetos de memória institucional, redação e pesquisas de patentes etc.

Além destas oportunidades, abordaram-se os principais desafios encontrados para empreender na área no Brasil e as dificuldades na formação empreendedora, principalmente na graduação em Biblioteconomia, que oferece poucas disciplinas ou iniciativas de projetos e ações nas universidades. Ainda assim, foi feito um mapeamento em diferentes meios e encontrou-se uma lista de empresas criadas por bibliotecários no Brasil apresentadas nesse capítulo.

Nestes exemplos, é possível perceber que há oportunidades para empreender porque demandam a efetiva gestão da informação por bibliotecários, ou seja, identificação de necessidades e requisitos de informação,

classificação e armazenamento de informação/tratamento e apresentação da informação e também o desenvolvimento de produtos e serviços de informação.

A esse processo é importante enfatizar o alto rigor inovativo frente ao uso constante de diferentes instrumentos, ferramentas, metodologias e recursos existentes atualmente para promover a gestão da informação nas organizações. Dentro do espectro que envolve a gestão da informação, é premente observar o caráter inovativo que decorre destas ações ao implementar melhorias nos processos supracitados ou mesmo na adaptação de instrumentos, plataformas e códigos que auxiliam no processo de gestão da informação.

Foram apresentadas neste capítulo as pesquisas realizadas sobre empreendedorismo no Brasil e percebe-se que, infelizmente, existem poucos arcabouços teóricos e dados sobre empresas, perfil, competências dos bibliotecários que estão empreendendo no Brasil, mais difícil ainda é encontrar dados descritivos sobre tipos de empresas, tipos de serviços prestados, parcerias, valores de cobranças dos serviços, entre outras informações mais detalhadas, porque não há ainda pesquisas sobre isso e nem registros atualizados nas entidades de classe.

Desenvolver competências empreendedoras e transpor os desafios torna-se necessário para obter sucesso na carreira profissional, principalmente acerca da motivação, persistência e determinação para vencer a falta de conhecimento e reconhecimento, já que muitas pessoas relacionam o trabalho dos bibliotecários somente às bibliotecas. Além disso, tem a burocracia para gestão da empresa, enquadramento legal, financiamento, ausência de disciplinas voltadas para empreendedorismo ainda na graduação em Biblioteconomia.

É preciso estar atento às oportunidades existentes na sociedade e no mundo do trabalho, ter visão estratégica sobre as demandas, melhorar as competências, ampliar as redes de contatos desenvolvendo um bom *networking*, especializar-se buscando conhecimentos em cursos extracurriculares e participar de projetos multidisciplinares.

As reflexões apresentadas nesse capítulo sobre a inovação a partir da ampliação de espaços de trabalhos para bibliotecários empreenderem além dos ambientes tradicionais, estão relacionadas à iniciativa desses profissionais vislumbrarem oportunidades no mercado para prestarem serviço na área de gestão da informação por meio da gestão de suas próprias empresas, atuando na terceira via, indo além da atuação como empregados em empresas privadas ou em órgãos públicos.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. A. N.; DAVOK, D. F. Empreendedorismo na área de biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na Udesc. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, São José, v. 14, n. 1, p. 313-330, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/74895>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

ANNA, J. S.; PEREIRA, G. Ampliando o campo de atuação bibliotecária: o bibliotecário como consultor informacional expanding the field of expertise librarian: the librarian as consultant informational. **Revista**

ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, São José, v. 19, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/74651>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

BEZERRA, F. M. P. Empreendedorismo na biblioteconomia em tempos de conexões digitais o caso da marca t-shirts mural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO-CBBB, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBB.php>. Acesso em: 6 jan. 2018.

CONTI, D. L.; PINTO, M. C. C.; DAVOK, D. F. O perfil do bibliotecário empreendedor. **Revista ACB:** Biblioteconomia em Santa Catarina, São José, v. 14, n. 1, p. 27-46, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/70224>>. Acesso em: 6 jan. 2018.

DALPIAN, J.; FRAGOSO, J. G. R.; ROZADOS, H. B. F. Perfil empreendedor do profissional da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 99-115, 2007. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000004708/6f14ff20ee69dc4169b589c3ac7a2c0d/>>. Acesso em: 6 jan. 2018.

FEVRIER, P. R. Intraempreendedorismo na biblioteconomia: um estudo de caso com bibliotecário do sistema Firjan. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO-CBBB, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBB.php>. Acesso em: 6 jan. 2018.

FONSECA, S. D.; MOTA, F. R. L. O empreendedorismo no contexto da formação do bibliotecário da universidade federal de alagoas. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 3, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/36257>>. Acesso em: 6 jan. 2018.

GUIMARÃES, J. A. C. Moderno profissional da informação: elementos para sua formação no Brasil. **Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 124-137, jan./abr. 1997. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/1597>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

LAURINDO, K. R. et al. Empresas criadas por bibliotecários no Brasil: uma análise em relação ao perfil e ramos de atuação. **Revista ACB:** Biblioteconomia em Santa Catarina, São José, v. 21, n. 3, p. 676-696, dez. 2016. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1209>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

MADALENA, C.; SPUDEIT, D.. Preceitos éticos no comportamento do bibliotecário empreendedor. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 4, n. 3, p. 58-67, set./dez. 2017. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/3389/3038>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

McGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação:** aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MARCHIORI, P. Que profissional queremos formar para o século XXI – graduação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 1, n. 1, p. 27-34, jan./jun. 1996. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000006123/2dc0eb79bb199b27ffd5cf9c0c5fa448/>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

MILANO, M. C. D.; DAVOK, D. F. Consultor de informação: serviços prestados por empresas de consultoria nas áreas de biblioteconomia e gestão da informação. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, São José, v. 14, n. 1, p. 253-278, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/5300>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

OECD – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. São Paulo: FINEP, 2006. Disponível em: <<http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

PINHEIRO, G. M.; MENDES, J. S. Criação da unidade de informação através da consultoria biblioteconômica. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/21280>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

PIRES, E. A. N.; FERNANDES, E. N. N. C. O bibliotecário consultor: perfil profissional. **Biblionline**, v. 8, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/19121>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

ROSA, V. et al. Oportunidades de negócios e novos cenários para o Mercado na área de informação. In: SPUDEIT, D. (Org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Biblioo, 2016. p. 113-130.

SANTOS, G. M. dos. **O potencial do ensino do empreendedorismo na formação do bibliotecário inovador**: uma análise da experiência brasileira. 2014. 176 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18669>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

SILVA, F. C. C. da. O papel dos bibliotecários na gestão de dados científicos. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 14, n. 3, p. 387-406, set./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8646333/pdf_1>. Acesso em: 29 dez. 2017.

SILVA, P. **A contribuição do empreendedorismo para visibilidade do bibliotecário no Brasil**. 2015. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://www.unirio.br/unirio/cchs/eb/arquivos/tccs-2015.2/Pollyanna%20Maria%20e%20Silva%20TCC.pdf/view>>. Acesso em: 6 out. 2016.

SPUDEIT, D. (Org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Biblioo, 2016.

_____; ROMEIRO, N. L. Formação de bibliotecários empreendedores. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBD.php>. Acesso em: 6 out. 2016.

_____ et al. **Empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação**: uma revisão de literatura no âmbito nacional e internacional. 2018. No prelo.

_____ et al. Formação para o empreendedorismo: foco no ensino nos cursos de bacharelados e licenciatura em biblioteconomia, ciência da informação e gestão da informação no Brasil. In: CONGRESSO DE GESTÃO ESTRATÉGICA DA INFORMAÇÃO: Empreendedorismo e Inovação, 1., Florianópolis, 2017. **Anais...** Florianópolis, 2017.

VALENTIM, M. L. P. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, n. 9, p. 16-28, 2000. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/1518-2924.2000v5n9p16/5058>>. Acesso em: 6 out. 2016.

VALLS, V. M. Consultoria na área de gestão: serviços da informação. In: SPUDEIT, D.; KROEFF, M. (Org.). **Gestão de unidades de informação**. São Paulo: FEBAB, 2017. p. 241-250. Disponível em: <<http://www.febab.org.br/livros/>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

Capítulo – DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA EMPREENDER NA BIBLIOTECONOMIA

RESUMO EM PORTUGUÊS

Retrata a inovação a partir da ampliação de espaços de trabalho para o bibliotecário e ressignificação de suas competências para atender as demandas do mercado e da sociedade, além dos ambientes tradicionais. Existem muitos espaços ainda não ocupados e outros que são tendências, como provedores de internet (portais de conteúdo ou portais de acesso), bancos de dados, arquitetura da informação, editoração eletrônica, gestão de processos, registro e pesquisa de patentes, gestão de dados científicos, gestão eletrônica de documentos, entre outros. Entretanto, é necessário desenvolver competências específicas para atuar em espaços não tradicionais, ter visão estratégica do mercado e suas demandas, ampliar e fortalecer a rede de contatos, buscar educação continuada e se envolver em projetos com profissionais multidisciplinares para estar pronto para oportunidades e promover a visibilidade da profissão. Dessa forma, foi feito nas mídias sociais e literatura um mapeamento de possíveis nichos de atuação e também empresas criadas por bibliotecários que estão atuando em diferentes ambientes prestando serviços na área de gestão da informação. Por fim, apresentam-se algumas pesquisas desenvolvidas na área, os principais desafios que precisam ser transpostos, reflexões sobre as competências e formação empreendedora nos cursos de graduação em Biblioteconomia e oportunidades para prestação de serviços inovando a partir da ampliação dos espaços de trabalhos e ressignificação de seu fazer profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Biblioteconomia. Prestação de serviços. Gestão da Informação. Inovação. Competência empreendedora. Mercado de trabalho. Consultoria.

Chapter: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR BIBLIOTECONOMY

ABSTRACT

It presents the innovation from the enlargement of spaces of work for the librarian and re-signification of its competences to meet the demands of the market and the society beyond the traditional environments. There are many spaces not yet occupied and others that are trends such as internet providers (content portals or access portals), databases, information architecture, desktop publishing, process management, patent registration and research, scientific data management, electronic document management, among others. However, it is necessary to develop specific skills to work in non-traditional spaces, to have a strategic vision of the market and its demands, to expand and strengthen the network of contacts, to seek continuing education and to engage in projects with multidisciplinary professionals to be ready for opportunities and promote the visibility of the profession. In this way, it was made in social media and literature a mapping of possible niches of action and also companies created by librarians who are working in different environments providing services in the area of information management. Finally, we present some researches developed in the area, the main challenges that need to be transposed, reflections on the skills and entrepreneurial training in undergraduate courses in Librarianship and opportunities for providing services innovating from the enlargement of workspaces and ressignification of their professional doing.

EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: UMA REVISÃO DE LITERATURA NO ÂMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL¹

Daniela Spudeit

Críchyna Madalena

Genilson Geraldo

Marli Dias

INTRODUÇÃO

As últimas três décadas foram marcadas pelo crescimento da atuação e de pesquisas voltadas para o empreendedorismo em nível mundial (THOMAS, MUELLER, 2000; ALMEIDA, ZOUAIN, 2016). Diversos fatores explicam esse movimento empreendedor como as mudanças do mundo do trabalho (legislação, tributos, contratos, oferta e demanda, entre outros), a própria globalização, novas formas de comunicação, informação e de relacionamento que justificam uma postura diferenciada de comportamento na forma de perceber e entender as relações de trabalho, suas demandas mercadológicas e o empreendedorismo como objeto de pesquisa.

Foi a partir da década de 1990 que a sociedade passou a usar recursos tecnológicos de forma mais popular se tornando acessível a uma grande massa causando implicações em atividades de ensino e laborais, fortalecendo ações, programas e iniciativas voltadas ao empreendedorismo a nível mundial.

Esta área do conhecimento, conhecida nos meios acadêmicos pelo termo de origem anglosaxônico “Entrepreneurship”, abrange hoje em dia um leque de teorias e abordagens e tem sido estudada de muitas formas e com propósitos muito diferentes segundo Almeida e Zouain (2016).

A origem do termo não é recente e remonta início do século XVI, caracteriza-se como atividade empreendida por um sujeito ao abrir seu próprio negócio e perceber oportunidades para inovar nos serviços e produtos (DORNELAS, 2014). Dessa forma, atualmente o empreendedorismo é visto como “[...] uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX [...]” segundo

¹ Estudo resultado do projeto de pesquisa “Empreendedorismo na Biblioteconomia: novos campos de atuação” desenvolvido na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Na coleta de dados, houve o auxílio voluntário de Celina Medeiros e Vagner Venâncio, ambos alunos da graduação em Biblioteconomia da UDESC.

Jeffrey Timmons (1990 apud DORNELAS, 2014, p. 7). Jean Baptist Say (1767-1832), economista francês, se referia ao empreendedor para diferenciar o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produção para um setor com produção elevada e com maiores rendimentos (DRUCKER, 1987). Atualmente, empreendedor é visto como aquele que transforma ideias em oportunidades, que assume riscos e cria algo novo para se diferenciar e agregar valor ao trabalho que desenvolve, seja como funcionário de uma instituição, seja como dono do seu próprio negócio.

Pesquisar essa temática na Biblioteconomia e na Ciência da Informação para analisar como os bibliotecários estão empreendendo é um desafio maior ainda, haja vista a corrente tradicional e a cultura técnica que demarca a profissão. Entretanto, empreender na área de informação, que se configura como objeto do fazer profissional do bibliotecário, é algo que já existe desde a década de 1980 por bibliotecários pioneiros, conforme Spudeit (2016).

Foi pensando nesta conjectura que duas professoras do Departamento de Biblioteconomia da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) iniciaram um projeto de pesquisa para investigar a atuação e formação desses profissionais no Brasil. Alunos da graduação em Biblioteconomia de ambas instituições e do mestrado em Gestão da Informação da UDESC foram convidados para participar do grupo de pesquisa que iniciou em maio de 2016. A primeira etapa da pesquisa (maio de 2016 a maio de 2017) envolveu um amplo levantamento bibliográfico nas principais bases de dados nacionais e internacionais sobre as temáticas envolvidas. Neste artigo, apresentam-se os resultados e análises dos artigos encontrados nestas fontes direcionados para o empreendedorismo na Biblioteconomia com o objetivo de verificar publicações sobre essa temática específica a nível mundial.

Justifica-se a importância da pesquisa por perceber uma carência em relação às pesquisas científicas sobre o tema e por considerar importante discutir o empreendedorismo nas mais diversas áreas. Isso porque o empreendedorismo vem sendo um fator de impacto no desenvolvimento econômico da sociedade, conforme Almeida e Zouain (2016).

O tema empreendedorismo é investigado e abordado em ampla bibliografia na área da Administração tanto nacional quanto internacional, porém, poucos trabalhos são localizados na área de Biblioteconomia/Ciência da Informação. Para preencher essa lacuna, identificou-se a necessidade de realizar um levantamento na literatura nacional e internacional para verificar as pesquisas realizadas com a temática.

A contribuição desta pesquisa é de caráter acadêmico, na medida em que revê a literatura internacional. Entretanto, utilizam-se os resultados para entender a situação atual do empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação, de modo a demonstrar o que vem sendo produzido com essa temática, assim como potenciais indicações para pesquisas futuras. Este tipo de levantamento é relevante para pesquisadores, por identificar também os trabalhos com maior influência.

Todavia, esta pesquisa tende a contribuir no mapeamento dos campos de atuação empreendedora do profissional bibliotecário. Contudo, percebe-se que muitos profissionais já empreendem no Brasil, em diferentes áreas do conhecimento e em diferentes prestações de serviços. Entretanto, conforme levantamento bibliográfico

realizado nesta pesquisa, não há divulgação científica, investigativa e quantitativa destes profissionais e suas atuações empreendedoras.

1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Ao estudar a evolução histórica do empreendedorismo, entende-se que o seu significado passou por diversas transformações de acordo com o período e ideologias da época analisada. No entanto, mesmo sem uma definição concreta do termo, é possível perceber empreendedores e atitudes empreendedoras que expressão a definição do empreendedorismo.

Se considerarmos a evolução humana, pode-se dizer que o homem primitivo já possuía um espírito empreendedor, já que naquela época era necessário produzir ferramentas que auxiliasse na caça de animais para sobrevivência. Anos se passaram e o salto mais importante para o empreendedorismo ocorreu com as civilizações antigas.

Hisrich e Peters (2009) afirmam que empreendedorismo já era uma prática desde a Idade Média para descrever tanto a pessoa que participava quanto a que gerenciava os projetos de produção (construção de castelos, fortes, entre outros).

Segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, tem a capacidade de identificar oportunidades e com isso transforma ideias em realidade, para benefício próprio e da comunidade.

Para Souza (2014), ser empreendedor não se refere apenas à criação de negócios, novos produtos, novas oportunidades, é um estilo de vida, uma decisão de vida. É a realização pessoal, é tomar uma atitude que tem como consequência o sucesso pessoal e profissional.

Dolabela (2006) afirma a importância do empreendedorismo, alegando que ele é um fenômeno social e cultural e que há famílias, cidades, regiões e países mais empreendedores que outros. Ou seja, a atividade empreendedora é a existência de um conjunto de valores sociais e culturais.

Nessa perspectiva, o conceito de empreendedor, além de ser considerado um fenômeno do desenvolvimento econômico, passou também a ser associado com um ser social, influenciado pelo meio que em que vive e sua formação empreendedora pode acontecer por influência do meio familiar, estudo, formação, experiência de vida e prática.

Cabe ressaltar tal importância do empreendedorismo para a sociedade, porque, além de auxiliar na produção de bens e riquezas do País, as atitudes empreendedoras também podem produzir bem-estar social, já que o conceito de empreendedorismo é muito mais amplo que a simples ideia de abrir um negócio. Atitudes essas ligadas à ideia de encontrar soluções para problemas de uma sociedade. Assim, segundo Dolabela (2006, p. 30), “[...] o conceito de empreendedorismo trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países. Implica a ideia de sustentabilidade.”

O fato é que o tema empreendedorismo ganhou ênfase e por isso as crescentes pesquisas sobre a temática. Segundo a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2016, realizada no Brasil pelo SEBRAE (2016) e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), o Brasil atingiu a maior taxa total de empreendedorismo no ano de 2015 com 39% na taxa total de empreendedores (iniciais e estabelecidos). Quando comparado com os países, o Brasil encontra-se em terceiro lugar com 16,9%, entre as 32 nações com economias impulsionadas pela eficiência.

Esses dados estatísticos levam a se questionar quais são as características desses profissionais no desempenho de suas atividades. As características empreendedoras são consideradas por diversos autores como um fator importante para o sucesso profissional, por acreditarem que elas compõem um cenário de desenvolvimento e aperfeiçoamento de atitudes essenciais para ações frente às incertezas da atual sociedade.

Existem algumas características comuns aos empreendedores, segundo Dornelas (2008, p. 66-67), sendo elas: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são dedicados, são independentes e constroem seu próprio destino, são líderes e formadores de equipe, são bem relacionados (*networking*), são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Segundo estudos de Dolabela (2006), uma das características fundamentais do empreendedor é o descontentamento por natureza. Todavia, esse descontentamento é saudável e impulsiona a sua necessidade de encontrar novas oportunidades, buscando novas perspectivas para si e para os que o cercam, mediante as soluções que contribuem para a melhoria na qualidade de vida da população como um todo, por meio da empregabilidade do mercado e, conseqüentemente, a geração de renda.

Dessa forma, as características empreendedoras podem ser entendidas como algo dinâmico de qualidades intrínsecas de cada indivíduo que faz com que cada um se adapte às novos contextos. Sobretudo, que tais características podem ser desenvolvidas e aperfeiçoadas na formação de empreendedores.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Caracteriza-se por ser uma pesquisa descritiva, exploratória e bibliográfica em relação aos objetivos e abordagens utilizadas. Para verificar as produções e estado da arte envolvendo pesquisas sobre empreendedorismo, Biblioteconomia e Ciência da Informação, foi feita a coleta de dados² em seis bases de dados nacionais e cinco internacionais.

- a) Nacionais: Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Banco de Teses e Dissertações do *Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia* (IBICT), anais do *Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias* (SNBU), Congresso

2 Realizada no período de maio a dezembro de 2016.

Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (CBBB), Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB) e Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD).

- b) Internacionais: Library and Information Science Abstracts (LISA), Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Web of Science (WoS), Emerald, SPELL.

O levantamento cobriu três idiomas português, espanhol e inglês no período de 1985 a 2015 usando os termos: empreendedorismo na Biblioteconomia e empreendedorismo na Ciência da Informação. Após leitura dos resumos dos artigos acima recuperados, verificou-se quais tinham relação com os objetivos da pesquisa cujos resultados serão apresentados a seguir.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Constatou-se que existem poucos trabalhos publicados relacionando Ciência da Informação e Biblioteconomia com o empreendedorismo, tanto no âmbito nacional quanto internacional.

Nos anais do Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação (CBBB) foram recuperados apenas três trabalhos que tratam especificamente de empreendedorismo na Biblioteconomia na mesma edição: Spudeit e Romeiro (2015), Bezerra (2015) e Fevrier (2015).

A pesquisa de Spudeit e Romeiro (2015) analisou a formação do bibliotecário empreendedor, de forma a apresentar as características, perfil e competências que devem ser desenvolvidas para formar bibliotecários empreendedores, bem como a capacitação para esse profissional.

O trabalho de Bezerra (2015) teve como objetivo discorrer sobre as ações de empreendedorismo na Biblioteconomia, nos ambientes virtuais, exemplificando o caso da marca *T-shirts* MURAL.

Por fim, não menos importante, Fevrier (2015) difere o termo empreendedorismo do intraempreendedorismo, de modo a conhecer quais as competências necessárias para que o bibliotecário possa desempenhar suas atividades de maneira intraempreendedora, tendo como base os bibliotecários do Sistema FIRJAN.

Nos anais do Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias não foram encontrados nenhum trabalho que relacionasse empreendedorismo na Biblioteconomia ou na Ciência da Informação.

No Banco de Teses e Dissertações do IBICT, foi recuperado um único trabalho resultado de uma dissertação de mestrado realizada no Programa de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) em 2014, intitulado “O potencial do ensino do empreendedorismo na formação do bibliotecário inovador: uma análise da experiência brasileira”, de autoria de Gabriela Marinho dos Santos. A pesquisa teve como foco verificar se o empreendedorismo vem sendo trabalhado como conteúdo curricular na formação do bibliotecário brasileiro pelas instituições de ensino superior (IES) públicas. Os resultados identificaram que as experiências com a oferta da disciplina de empreendedorismo nos Cursos de Biblioteconomia em IES públicas brasileiras ainda são em número limitado, porém, essas experiências já oferecem elementos qualitativos que

podem contribuir para o avanço da capacitação empreendedora na formação do bibliotecário brasileiro e ratificam a importância do desenvolvimento de novos estudos sobre o ensino do empreendedorismo.

Nos anais do ENANCIB, foram recuperados apenas dois trabalhos ao colocar o termo empreendedorismo no campo de palavras-chave do repositório BENANCIB. O primeiro é intitulado “Grupos de pesquisa como espaço de construção e compartilhamento de conhecimento”, em que Valentim e colaboradores (2013) não tratam propriamente de empreendedorismo, mas sim de um grupo de pesquisa chamado ‘Informação Conhecimento e Inteligência Organizacional’ que visa as atividades de ensino, pesquisa e extensão na Universidade Estadual Paulista (UNESP). O outro trabalho, denominado “Aportes conceituais de empreendedorismo e inovação para o desenvolvimento do profissional da informação em novos contextos de trabalho”, é dos autores Cândido, Vianna e Bedin (2016), no qual fazem um resgate dos conceitos básicos de empreendedorismo e inovação, associados ao desenvolvimento do profissional da informação tendo em vista a expansão de seu campo de atuação.

Pode-se perceber que existem poucos trabalhos publicados, mas que aos poucos estão ganhando força na área porque se trata de um movimento mundial em que empreender representa uma mudança de comportamento. Em consonância com Dornelas (2014), a expansão do empreendedorismo vem acontecendo e essa temática também vem despertando interesse dos pesquisadores da Biblioteconomia e da Ciência da Informação.

Em relação à Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI), foram encontrados oito trabalhos que relacionam empreendedorismo na Biblioteconomia como palavras-chave, entretanto, somente cinco focam especificamente.

O estudo de Madalena e Spudeit (2017), denominado “Preceitos éticos no comportamento do Bibliotecário empreendedor”, é apresentado reflexões sobre o comportamento ético do bibliotecário no que tange às atividades empreendedoras ligadas à gestão da informação. Relaciona um estudo bibliográfico que contextualiza os preceitos éticos para o bibliotecário empreendedor à luz do Código de Ética Profissional (Resolução n. 42/2001) e da literatura especializada da área. Conclui-se que o bibliotecário deve reunir o conhecimento adquirido à prática empreendedora com comportamento ético, uma vez que a atuação desse profissional concede valores que vão de encontro com o código de ética da profissão.

O artigo de Fonseca e Mota (2016), intitulado “O empreendedorismo no contexto da formação do bibliotecário da universidade federal de Alagoas”, discute acerca da grade curricular do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). O estudo tem como objetivo identificar conteúdos empreendedores, visando analisar o perfil de formação dos discentes. Menciona literatura na área do Empreendedorismo, sobretudo, na esfera universitária, no que diz respeito à formação acadêmica. Demonstra como o empreendedorismo na universidade qualifica a atuação profissional. A análise curricular demonstrou que há apenas uma disciplina identificada com conteúdo empreendedor, apesar de haver atitudes empreendedoras no espaço do curso. Considera-se que a discussão sobre a temática contribua para o aprofundamento da temática e possa despertar atitudes empreendedoras.

O artigo de Alves e Davok (2009), “Empreendedorismo na área de Biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC”, abarca se as atividades profissionais do bibliotecário refletem empreendedorismo, tendo em vista as competências profissionais que deveriam ser desenvolvidas pelos cursos

de Biblioteconomia, como exposto nas diretrizes curriculares. Os sujeitos da pesquisa foram bibliotecários formados pela UDESC, no período 2004-2005, registrados no Conselho Regional de Biblioteconomia, 14ª Região, e que atuam em unidades de informação da Grande Florianópolis. Os resultados apontam que as atividades profissionais dos bibliotecários pesquisados, de maneira geral, não são empreendedoras, visto que as atividades de maior importância desenvolvidas por eles são as atividades técnicas tradicionais da área de biblioteconomia.

Dalpian, Fragoso e Rozados (2007) publicaram o artigo “Perfil empreendedor do profissional da informação”, que foca no empreendedorismo e no perfil empreendedor. Aborda estes aspectos sob a ótica do bibliotecário e a emergência do crescimento do empreendedorismo no campo da Biblioteconomia. Utiliza a técnica de questionário para coletar dados junto aos Conselhos Regionais de Biblioteconomia a partir das inscrições de pessoas físicas e jurídicas. Conclui que o processo de empreendedorismo, na Biblioteconomia, ainda que existente, não está tão desenvolvido. Observaram que o bibliotecário é pouco empreendedor e extremamente atrelado ao exercício da profissão junto às instituições.

Conti, Pinto e Davok (2009) abordam, no artigo intitulado “O perfil do bibliotecário empreendedor”, o perfil do bibliotecário empreendedor, buscando caracterizar o bibliotecário empreendedor e discorrendo sobre a sua atuação em organizações e como profissional autônomo e empreendedor de seu próprio negócio. Pode-se constatar que o campo do empreendedorismo nas áreas da biblioteconomia e da gestão da informação é vasto e que existem inúmeras oportunidades para os bibliotecários empreenderem. Todavia, são necessárias mudanças nos perfis desses profissionais, que precisam cada vez mais ter visão multidisciplinar, agregando continuamente novas competências para que assim estejam aptos a competir no mercado de trabalho.

Nas bases de dados internacionais encontrou-se apenas uma única publicação que retratava o empreendedorismo na Biblioteconomia, que foi encontrado na Web of Science. Nesse trabalho, Gilton (1992) apresenta duas formas de empreendedorismo. O primeiro é o empreendedorismo de informação independente, também conhecido como mediação da informação ou consultoria de informação. O segundo é intraempreendedorismo de informação, ou o estabelecimento de serviços de informação dentro de uma biblioteca. No artigo é discutido sobre campo do empreendedorismo e seu impacto na Biblioteconomia tradicional. O artigo ainda apresenta descrições gerais, materiais de instrução, procedimentos e pesquisa mais formal sobre este campo e a repercussão na biblioteconomia.

As bases SPELL, EMERALD, LISA, SCIELO, ANPAD trazem reflexões importantes sobre empreendedorismo, mas nada relacionado à Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Vale ressaltar que os documentos recuperados com descritores às vezes não correspondem ao seu real conteúdo, o que pode ter acontecido nessa pesquisa. Ao analisar esse artigo, constatou-se que não havia relação com o campo da Ciência da Informação. Foi recuperado por conter em seu título o termo “Entrepreneurship and information Science”. Porém, na verdade trata-se de um artigo sobre a Engenharia de sistemas de informação e negócios que engloba a Ciência com o empreendedorismo.

Nesse sentido, destaca-se a importância de estudos que envolvam a Ciência da Informação com o empreendedorismo, a fim de se desenvolver pesquisas que demonstrem a capacidade dos profissionais empreenderem a partir da prestação de serviços informacionais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo apresentou um breve mapeamento da produção científica sobre empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação divulgada nos periódicos nacionais e internacionais.

No caso específico dessa pesquisa, foi relevante verificar quais são os artigos e a concentração em relação aos principais países e autores. Esta pesquisa propiciou identificar e estabelecer algumas épocas importantes em relação às pesquisas sobre empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Embora o primeiro artigo tenha sido encontrado em 1989, podemos concluir que o campo se constituiu como um objeto de pesquisa melhor definido e consolidado em meados do ano de 2015, quando o número de artigos se expandiu. Os artigos relacionados passaram de um em 1989 para três em 2015.

Além disso, os resultados permitiram constatar que há uma alta concentração das publicações no Brasil, o que leva a crer que o empreendedorismo está se fazendo presente no contexto da Biblioteconomia e Ciência da Informação do País.

Outro dado interessante se refere à predominância dos estudos que demonstrem a capacidade dos profissionais empreenderem a partir da prestação de serviços informacionais, o que permite fornecer um panorama teórico sobre a temática de modo a proporcionar uma melhor compreensão sobre a produção do conhecimento científico nesse campo.

De fato, a evolução do empreendedorismo na Biblioteconomia e Ciência da Informação, apesar de ter emergido em meados do século passado, tem sido constante e se mostrando bastante atual, por isso, se faz necessário à realização de estudos que busquem melhor compreender esse cenário.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G. O.; ZOUAIN, D. M. Mapeamento da literatura sobre empreendedorismo: uma abordagem bibliométrica. **Biblionline**, João Pessoa, v. 12, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/27765>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

ALVES, L. A. N.; DAVOK, D. F. Empreendedorismo na área de Biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, São José, v. 14, n. 1, p. 313-330, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/74895>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

BEZERRA, F. M. P. Empreendedorismo na Biblioteconomia em tempos de conexões digitais o caso da marca T-shirts mural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBD.php>. Acesso em: 6 jun. 2017.

CANDIDO, A. C.; VIANNA, W. B.; BEDIN, S. P. M. Aportes conceituais de empreendedorismo e inovação para o desenvolvimento do profissional da informação em novos contextos de trabalho. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais...** Salvador, 2016. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000021926/41967b8bc539c06e7bcc02a28b81aef4/>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007.

CONTI, D. L.; PINTO, M. C. C.; DAVOK, D. F. O perfil do bibliotecário empreendedor. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, São José, v. 14, n. 1, p. 27-46, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/70224>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

DALPIAN, J.; FRAGOSO, J. G. R.; ROZADOS, H. B. F. Perfil empreendedor do profissional da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 99-115, 2007. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000004708/6f14ff20ee69dc4169b589c3ac7a2c0d/>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: entrepreneurship. São Paulo: Pioneira, 1987.

FEVRIER, P. R. Intraempreendedorismo na biblioteconomia: um estudo de caso com bibliotecário do sistema Firjan. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBD.php>. Acesso em: 6 jun. 2017.

FONSECA, S. D.; MOTA, F. R. L. O empreendedorismo no contexto da formação do bibliotecário da universidade federal de alagoas. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 3, n. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000021347/1f0717457555a4abac523d6d53fb1d6e>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

GILTON, D. L. Information Entrepreneurship: Sources for Reference Librarians. **RQ**, v. 31, n. 3, p. 346-355, 1992. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/25829060?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 8 dez. 2016.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MADALENA, C. S.; SPUDEIT, D. Preceitos éticos no comportamento do bibliotecário empreendedor. **Ciência da Informação em Revistas**, Maceió, v. 4, n. 3, p. 58-67, dez. 2017. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/3389>>. Acesso em: 7 fev. 2018.

SANTOS, G. M. dos. **O potencial do ensino do empreendedorismo na formação do bibliotecário inovador: uma análise da experiência brasileira**. 2014. 173 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa GEM 2016**. Brasília: SEBRAE, 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>. Acesso em: 7 fev. 2018.

SILVEIRA, J. P. B. da. Entrepreneurial training in the curriculum library courses in southern brazil. **Biblionline**, João Pessoa, v. 8, n. 1, p. 32-41, 2012. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/1373422197?accountid=26652>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

SOUZA, V. A. B. de. Prefácio. In: LAPOLLI, É. M. et al. **Ações empreendedoras**. Florianópolis: Pandion, 2014.

SPUDEIT, D. (Org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Biblioo, 2016.

_____; ROMEIRO, N. L. Formação de bibliotecários empreendedores. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO, 26., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.acquaviva.com.br/cbbd2015/trabalhos_CBBD.php>. Acesso em: 6 out. 2016.

THOMAS, A. S.; MUELLER, S. L. A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. **Journal of International Business Studies**, v. 31, n. 2, p. 287-301, 2000.

VALENTIM, M. L. P. et al. Grupos de pesquisa como espaço de construção e compartilhamento de conhecimento. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 12., 2011, Brasília. **Anais...** Brasília: UNB, 2011.

WARNER, A. S. Librarians as money makers: The bottom line. **American Libraries**, v. 21, n. 10, 1990. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/57142932?accountid=26652>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

Capítulo – EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: UMA REVISÃO DE LITERATURA NO ÂMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

RESUMO EM PORTUGUÊS

O empreendedorismo é investigado amplamente na área da Administração tanto nacional quanto internacional, porém, poucos trabalhos são localizados na Biblioteconomia e Ciência da Informação. Este estudo analisa estas produções identificando nas principais bases de dados nacionais e internacionais, quem são os autores e quais são os artigos já publicados sobre empreendedorismo na Biblioteconomia. Os dados foram coletados em 11 bases, sendo seis nacionais e cinco internacionais: Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Banco de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), anais do Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU), Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (CBBB), Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB) e Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Library and Information Science Abstracts (LISA), Web of Science (WoS), Emerald e na Spell para verificar as produções e estado da arte envolvendo pesquisas sobre empreendedorismo, Biblioteconomia e Ciência da Informação. Os resultados indicaram que embora o primeiro artigo tenha sido encontrado em 1989, o campo se constituiu como um objeto de pesquisa a partir de 2015 e o Brasil é o país que se destaca no cenário mundial com pesquisas nessa área. Percebe-se que é uma área que precisa avançar muito em relação às pesquisas, visto às práticas profissionais de bibliotecários que estão abrindo e gerindo seus negócios e também para atender às demandas da sociedade e do mercado em relação à prestação de serviços na área de informação.

Chapter – ENTREPRENEURSHIP IN LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE: A REVIEW OF NATIONAL AND INTERNATIONAL LITERATURE

ABSTRACT

Entrepreneurship is widely investigated in the area of both national and international administration, but few jobs are located in Librarianship and Information Science. This study analyzes these productions identifying in the main national and international databases, who are the authors and which are the articles already published on entrepreneurship in Librarianship. The data were collected in eleven databases, six of them national and five international: Reference Database of Periodical Articles in Information Science (BRAPCI), Bank of Thesis and Dissertations of the Brazilian Institute of Information in Science and Technology (IBICT), annals of the National Seminar of University Libraries (SNBU), Brazilian Congress of Library Science, Documentation and Information Science (CBBB), National Meeting of Research in Information Science (ENANCIB) and National Association of Postgraduate Programs in Administration (ANPAD). Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Library and Information Science Abstracts (LISA), Web of Science (WoS), Emerald and Spell to verify the productions and state of the art involving research on entrepreneurship, Librarianship and Information Science. The results indicated that although the first article was found in 1989, the field became an object of research from 2015 and Brazil is the country that stands out in the world scenario with research in this area. It is perceived that it is an area that needs to advance a lot in relation to the researches, since the professional practices of librarians who are opening and managing their businesses and also to meet the demands of society and the market in relation to the provision of services in the area of information.

A DIVERSIDADE SEXUAL EM QUESTÃO: UMA ANÁLISE WEBOMÉTRICA DOS WEBSITES GUIA GAY

Eduardo Silveira

Jean Fernandes Brito

Márcio Matias

INTRODUÇÃO

Com a disseminação da informação nos diversos meios de comunicação de massa, em especial na internet, a elaboração de novos saberes apresenta-se como fenômeno visível e, ao mesmo tempo, um novo desafio: os ambientes digitais tornaram-se uma forma de refletir sobre a contemporaneidade. Desse modo, as questões socioculturais envolvendo questões de gênero e sexualidade que permeiam a contemporaneidade possuem novas configurações e, por esse motivo, requerem novas atitudes e uma visão mais ampla de tais aspectos.

Nesse sentido, “[...] o mundo após o fim da II Guerra Mundial abarca a inserção de meios automáticos na produção e no oferecimento de serviços, deixando de lado a linearidade, e permitindo a mistura de diferentes modalidades [...]” (SANTAELLA, 2001, p. 393) no tratamento, armazenamento e disseminação da informação.

Baseando-se em Santaella, este estudo tomou como base a comunidade das Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Queer (LGBTQ), uma população ativa e que se utiliza das tecnologias digitais como forma de ampliação, manifestação e uso da informação.

O movimento LGBTQ transformou-se, nos últimos anos, em um dos movimentos sociais mais expressivos do País (VIANA, 2000). Segundo a autora, alguns traços dessa expressão são desenhados pela presença de suas “rotinas” de ações, de seus interesses, de seus aliados e da sua representação em diversos espaços da sociedade, levando em conta o uso das tecnologias em seus diversos contextos: Turismo, Relacionamentos e Fóruns de discussão.

Nesse sentido, o objeto de estudo deste capítulo são os *websites* pertencentes à rede “Guia Gay”, um ambiente informacional digital que disponibiliza informações turísticas para o público gay. A mesma rede desse ambiente se concentra em outros *websites*, se expandido às cidades de São Paulo/Brasil, Salvador/Brasil, Belo Horizonte/Brasil, Brasília/Brasil e Florianópolis/Brasil.

A comunidade LGBTQ se apropria das informações do *website* na medida em que se cria um espaço de visibilidade, divulgação e ampliação do turismo com o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Logo, pensar em ambientes digitais para o público LGBT é ampliar a participação dessa comunidade em sociedade, otimizando o acesso à informação.

Para tanto, a proposta deste capítulo é entender como os *websites* pertencentes ao “Guia Gay” disponibilizam suas informações na *web*, no sentido de averiguar características webométricas de acordo com sua influência em outros *websites*, sua interação em divulgar informações externas em sua página, seu tamanho e impacto na *web*, bem como as conexões estabelecidas entre os “Guia Gay” da sua rede.

1 PARADIGMA SOCIAL DA INFORMAÇÃO E A COMUNIDADE LGBTQ: TESSITURAS TEÓRICAS

A aproximação com as TIC contribui para novas metodologias nas pesquisas sobre a informação, desde a sua criação até a sua recuperação. Neste sentido, com o advento da modernização dos meios de criação, uso e disseminação da informação houve alterações na estrutura de organização da informação, não de maneira linear, mas descontinuada e seguindo a estrutura do funcionamento da mente humana.

A tecnologia evoluiu exponencialmente e estabeleceu mudanças sociais. Tim Berners-Lee inspirou-se em Theodore Nelson, que, por sua vez, tivera em Vannevar Bush um referencial para a delimitação do conceito de hipertexto e surge então ao que ele denominou de World Wide Web (*web*) isto em 1989. Jorente e Santos (2010, p. 24) apontam que:

O que Drexler não poderia prever em 1987, e mesmo Bernes-Lee, em 1989, ao lançar a simplificação *web*, é que tão pouco tempo depois, a internet e a *web* adotariam o modelo de plataforma, descrito em conferência realizada pela O’Reilly Media em 2004, quando o fenômeno já estava claramente definido. Foi denominada *web 2.0* ou *web social* [...].

A *web* colaborativa, também denominada de *web* social, permite a interação no ciberespaço. Se comparada com a primeira fase da *web*, há mudanças na comunicação, na produção da informação e na construção de conhecimento coletivo.

A *web* como serviços provocou transformações na cultura da sociedade. Segundo Castells (2005, p. 108):

A primeira característica do novo paradigma é que a informação é sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foram o caso das revoluções tecnológicas anteriores. O segundo aspecto refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva, são diretamente moldado (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico.

Hoje, as pessoas não são mais espectadores ou usuários em relação à informação, e sim produtores que interagem com a informação, apresentando uma postura mais ativa em relação ao uso dos meios de comunicação. A *web* colaborativa e social tem o olhar voltado para o social, o coletivo; Miguel Fumero (2007, p. 45, tradução nossa) aponta que: “Acima de toda retórica pós-moderna que nos tem imposto a mudança de versão da Web, se impõe um adjetivo.”

Neste contexto, é possível visualizar o paradigma da social quanto ao se refere aos usuários como “[...] agentes ativos do processo de armazenamento, indexação, recuperação e disseminação de documentos eletrônicos hipertextuais.” (VIDOTTI; VIEIRA, 2004, p. 30).

A informação é entendida como fenômeno social coletivo, estruturas de conhecimento e instituições de memória das comunidades. Araújo (2009) afirma que o objeto de trabalho das comunidades encontra-se refletido nos padrões de cooperação, nas formas de linguagem e comunicação, nas estruturas e organizações do conhecimento, nos sistemas de informação, trazendo questões do processo de informação em conhecimento interativo.

Sob essa perspectiva apresentamos e destacamos a comunidade LGBTQ. Ao apresentar a ideia de movimento de acordo com Gohn (2005), os movimentos sociais são ações coletivas de caráter sociopolítico, construídas por atores sociais pertencentes a diferentes classes e camadas sociais.

Diante do exposto, o movimento LGBTQ, por meio da *web*, politizou suas demandas e criou um campo político de força social na sociedade civil e suas ações estruturam-se a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em situações de conflitos, litígios e disputas. Por meio dos *websites* de turismo, essas ações desenvolvem e se constituem de um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva no movimento, a partir de interesses em comum.

2 RESULTADOS

A rede Guia Gay é formada por cinco *websites* que apresentam informações relacionadas à comunidade LGBTQ, dentre eles, contextos sociais e turísticos compreendendo informações nacionais e internacionais. Quando as informações nacionais estão relacionadas ao turismo LGBTQ estão diretamente ligadas aos *websites* de cada região que cada *website* apresenta.

O quadro a seguir apresenta os cinco *websites* e as cidades que a rede Guia Gay oferece.

Quadro 1. *Websites* pertencentes a rede Guia Gay

Cidade	Website
Belo Horizonte (Minas Gerais)	www.guiagaybh.com.br
Brasília (Distrito Federal)	www.guiagaybrasil.com.br
Florianópolis (Santa Catarina)	www.guiagayfloripa.com.br
Salvador (Bahia)	www.guiagaysalvador.com.br
São Paulo (São Paulo)	www.guiagaysaopaulo.com.br

Fonte: Elaborado pelos autores.

A rede contempla quatro regiões do Brasil, sendo a região Sudeste comportada por dois *websites*. A Figura 1 exemplifica através do Guia Gay Floripa a página inicial do *website*, no qual todos os *websites* da rede possuem a mesma estrutura de disponibilização da informação.

Figura 1. Página inicial do Guia Gay Floripa

The image shows the homepage of the Guia Gay Floripa website. On the left, there is a vertical navigation menu with a list of categories: A cidade, Mapas gays, Bares, Baladas, Compras, Hot, Cine/cabines, Saunas, Points, Para elas, Cidadania, and Apoio turístico. The main content area features a header with 'SANTO PRIME BAR FLORIPA' and 'ARTIGOS E ACESSÓRIOS DE COURO YES SIR'. Below this is a navigation bar with links: » A CENA » CURTA FLORIPA » DIGI RAINBOW » EVENTOS 2017 » INSTATOP » NOTÍCIAS. The main content area has a large photo of a group of people in a pool with the text '5 razões para você decidir agora ir ao Gay Games 2018 em Paris'. To the right, there is a calendar for February 2018 and a 'Mais Lidas' section with two items: 1. Carnaval LGBT em Floripa 2018 tem blocos, festas, shows e concurso; 2. Dono da Riachuelo apoia união de igrejas que visam lutar contra LGBT.

Fonte: Guia Gay Floripa (2018).

Todos os guias da rede possuem a mesma plataforma em seus *websites*, sendo as informações centrais de cunho social e cultural. Nas informações centralizadas muitas das postagens são aplicadas a todos os *websites* da rede, pois tratam de notícias de repercussão nacional e internacional. Nesse espaço, também ocorre de notícias regionalizadas, bem como nacionais e internacionais que são postadas individualizadas, ou seja, em um único *website* da rede.

Já os menus laterais comportam de informações voltadas para a região do *websites*, como bares, compras, baladas, características da cidade da cidade, bem como informações turísticas, como os principais lugares para conhecer, utilidades e serviços oferecidos. Assim, cada *website* possui sua peculiaridade e característica própria.

Esta diferenciação faz com que este estudo possa ser averiguado pela webometria, que tem como foco de análise a mensuração quantitativa para construir e utilizar estruturas e tecnologias na *web*, bem como recursos de informação (BJÖRNEBORN, 2004). A webometria, além de trabalhar com recursos de informação científica, pode investigar toda e qualquer informação disponibilizada na *web*.

Neste capítulo o foco da investigação webométrica está na análise das estruturas de *links* e nas conexões que os *websites* apresentam por menções *web* textuais. Para tanto, serão averiguados quatro indicadores: tamanho de *website*, visibilidade, fator de impacto pertencente à análise de *links* e o quantitativo de conexões de menções *web* que cada *website* faz do conjunto populacional investigado.

2.1 Tamanho de *website*

Quando um *website* está disponível na rede seus gestores estão aptos a inserir conteúdo informacional em seu ambiente. Esta inserção de conteúdo pode ser por meio de sua(s) página(s) que o *website* hospeda. Cada *website*, à medida que acrescenta novos conteúdos, pode também aumentar o número de páginas.

O tamanho de *website* consiste em mensurar por meio de motores de busca o número total de páginas que o *website* possui disponibilizado na *web* (VANTI, 2010). Os motores de busca são os *websites* que servem para recuperar diversos tipos de informação, dentre os mais conhecidos estão o Google e o Bing.

Para calcular o tamanho do *website* é necessário utilizar no buscador selecionado o conector “site:” seguido do *website* que pretende averiguar seu tamanho. Para esta análise foi utilizado o buscador Google conforme exemplifica a Figura 2:

Figura 2. Mensuração do tamanho de *website*



site:guiagaybh.com.br

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao acionar a busca o Google apresenta todos os resultados de páginas pertencentes ao *website*, mostrando, assim, o número total de páginas de cada *website*. A tabela a seguir apresenta o resultado da população analisada.

Tabela 1. Mensuração de tamanho de *website*

Estratégia utilizada	Tamanho de <i>website</i>
site:guiagaybh.com.br	6500
site:guiagaybrasil.com.br	17900
site:guiagayfloripa.com.br	4560
site:guiagaysalvador.com.br	4890
site:guiagaysaopaulo.com.br	15300

Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação ao número de páginas que cada *website* possui, os resultados apontam como destaque os guias de Brasília e São Paulo, isto demonstra que são os *website* que têm mais páginas em seu domínio. Os demais guias não apresentaram um tamanho de *website* muito elevado, com número menor que a metade dos guias em destaque neste indicador, sendo o guia de Florianópolis o de menor tamanho.

Um dos fatos que podem ter ocorrido para esta diferença em cada *website* se dá por notícias regionais, sendo as cidades de Brasília e São Paulo com mais ocorrência de reportagens em cada *website* da rede.

2.2 Visibilidade

O indicador de visibilidade tem por finalidade observar o quanto um *website* está visível na *web*. Em análise de *links*, de acordo com Aguillo e colaboradores (2010), a visibilidade entende-se pelo número de *links* encontrados na *web* de um *website* que não estão presentes em seu próprio *website*. Assim, podemos concluir que a visibilidade são os *links* de um respectivo *website* mencionado por terceiros.

A visibilidade pode ser medida por meio de *softwares* livres e privados, bem como nos buscadores, sendo estes últimos restritos a informações contidas em suas bases de busca. Nesse sentido, a estratégia utilizada para medir a visibilidade dos guias na rede foi também pelo buscador Google conforme Figura 3.

Figura 3. Estratégia de busca de visibilidade



"guiagaysaopaulo.com.br" -site:guiagaysaopaulo.com.br

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao acionar a busca o Google apresenta todos os resultados de *links* pertencentes à página que estão mencionados em páginas de terceiros. Na Figura 3, o resultado apresentará, por exemplo, todos os *links* do Guia Gay São Paulo que estão sendo mencionados na *web*, com exceção do seu domínio (www.guiagaysaopaulo.com.br). Os resultados mensurados de visibilidade são apresentados na tabela a seguir.

Tabela 2. Mensuração de visibilidade

Estratégia utilizada	Visibilidade
"guiagaybh.com.br" -site:guiagaybh.com.br	7350
"guiagaybrasil.com.br" -site:guiagaybrasil.com.br	19400
"guiagayfloripa.com.br" -site:guiagayfloripa.com.br	8300
"guiagaysalvador.com.br" -site:guiagaysalvador.com.br	5600
"guiagaysaopaulo.com.br" -site:guiagaysaopaulo.com.br	18600

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados apontam que a visibilidade de todos os guias é relevante, pois, ao comparar com cada tamanho de *website*, nota-se que o número de *links* mencionados por terceiro ultrapassa o tamanho de *website* de cada guia. As maiores visibilidades também foram apresentadas pelos guias de Brasília e São Paulo.

O Guia Gay Floripa apresentou um grande índice de visibilidade, com 8.300 *links* mencionados fora de seu domínio, quase o dobro que seu tamanho de *website* (4.590). O Guia Gay Floripa, mesmo tendo um tamanho de *website* pequeno, possui uma grande visibilidade. Muitos fatores podem ter influências para que o *website* esteja sendo apontado por *websites* terceiros, como matérias relevantes no *website* que geram repercussão, campanhas regionais, bem como o turismo que a cidade oferece para esse segmento de público.

2.3 Fator de impacto na *web*

Cada *website* disponível na *web*, independentemente do seu segmento ou ao público a que se destina, pode ser altamente atuante em um grupo de indivíduos, de uma nação, ou em várias partes da população em diversas localidades diferentes, sendo influente em hábitos diários, de comportamento, de ideologias ou até mesmo para fins comerciais.

O fator de impacto na *web* consiste na junção dos indicadores de tamanho de *website* com o de visibilidade, sendo calculada uma fórmula simples de divisão entre eles. Como resultado tem-se o índice de fator de impacto de cada *website* analisado. Este índice na grande maioria de estudos webométricos é calculado para um conjunto de *websites* selecionados com a finalidade de compará-los, como o caso deste capítulo.

Ao longo da existência dos estudos em webometria a fórmula de fator de impacto na *web* foi sendo aperfeiçoada, fazendo com que a medição do grau de influência fosse cada vez medida com mais precisão. A fórmula utilizada neste estudo consiste na atribuição do cálculo do logaritmo natural criada por Vanti, Costa e Silva (2013), conforme pode ser vista da Figura 4.

Figura 4. Fator de Impacto na *web* com logaritmo natural

$$FIWIn = \frac{\text{N}^\circ \text{ de páginas externas com } \textit{links} \text{ para um site}}{\text{Logaritmo Natural (n}^\circ \text{ de páginas do site)}}$$

Fonte: Vanti, Costa e Silva (2013, p. 232).

Assim, a fórmula consiste na divisão da visibilidade, que são os números de *links* do *website* em estudo mencionados por terceiro sobre o logaritmo natural multiplicado pelo tamanho de *website*, que são os números de páginas que o *website* investigado possui.

Desta forma, o índice do fator impacto na *web* de cada guia da rede está expresso na Tabela 3.

Tabela 3. Fator de impacto na *web* da rede Guia Gay

Guia	Tamanho do <i>website</i>	Visibilidade	Fator de impacto na <i>web</i>
Guia Gay Bh	6500	7350	837,17
Guia Gay Brasília	17900	19400	1981,09
Guia Gay Floripa	4560	8300	985,15
Guia Gay Salvador	4890	5600	659,21
Guia Gay São Paulo	15300	18600	1930,34

Fonte: Elaborado pelos autores.

O fator de impacto na *web* nos mostra que os guias da rede possuem índices não tão próximos, com destaques para os guias de Brasília e São Paulo, que tiveram seus somatórios acima do dobro dos demais.

Notou-se também que o valor da visibilidade é um quesito determinante para o Fator de Impacto na *web*, embora o Guia Gay Floripa tenha o menor tamanho de *website* em relação aos *websites* pesquisados, sua visibilidade fez com que seu índice seja o terceiro mais influente na *web*.

Com os resultados os gestores podem propor estratégias de melhoria aos demais *websites* da rede ligadas às características presentes nos guias de Brasília e São Paulo, pois estes podem servir de exemplo para os demais, já que são os que possuem maior grau de influência na *web*.

2.4 Conexões entre a rede Guia Gay

Um modo de visualizar as conexões dos *websites* da rede pode se dar por meio das menções *web*. As menções *web*, de acordo com Vaughan e Shaw (2003), é qualquer forma de menção dentro da rede que pode ser encontrada em alguma parte da *web*.

Partindo dessa premissa, a proposta desta seção é averiguar por meio da expressão que identifique os guias de cada cidade, no intuito de ver o quantitativo de menções que cada guia recebe nos demais *websites* que comportam o Guia Gay. Para tanto, a estratégia utilizada está exposta na figura a seguir.

Figura 5. Estratégia de conexão de menção *web* entre os *websites*


site:guiagaybrasil.com.br "Guia Gay Salvador"



Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando é acionada a busca, o Google apresenta todos os resultados com a palavra selecionada dentro do *website* pesquisado. Na Figura 5, por exemplo, os resultados recuperados estarão restritos no *website* do Guia Gay Brasília no qual estão contidas a expressão “Guia Gay Salvador”. As conexões estabelecidas de toda rede podem ser compreendidas na Tabela 4.

Tabela 4. Conexões por menção *web* na rede de *websites*

<i>Website</i>	Menção <i>web</i>					Total
	Guia Gay BH	Guia Gay Brasília	Guia Gay Floripa	Guia Gay Salvador	Guia Gay São Paulo	
Guia Gay BH	X	8	8	11	33	60
Guia Gay Brasília	5	X	8	7	23	43
Guia Gay Floripa	13	8	X	12	31	64
Guia Gay Salvador	14	8	10	X	24	56
Guia Gay São Paulo	12	9	8	12	X	41
Total	44	33	34	42	111	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com os resultados recuperados podemos afirmar que existem conexões por menção *web* entre todos os guias da rede. O Guia Gay São Paulo foi o que mais recebeu menções dos *websites*, num total de 111 menções *web*, que corresponde a quase o triplo do segundo guia que foi mais mencionado (Guia Gay BH), que por coincidência foi o guia que mais abordou o Guia Gay de São Paulo, com 33 menções *web*.

Essa alta taxa de menções do Guia Gay São Paulo ocorre devido a São Paulo ser uma cidade que tem muitas atrações voltadas para o público. De acordo com o *site* Visite São Paulo (2018), a cidade é o maior destino LGBTQ do Brasil e um dos maiores reconhecidos internacionalmente, sendo eleita pelo *website* Gayciteies.com como a melhor cidade para visitar. Uma de suas atrações é a Parada do Orgulho LGBTQ que comporta numa das maiores do mundo.

O Guia Gay que menos recebeu menção *web* foi o de Brasília, num total de 33 menções *web*, porém, foi a distribuição mais homogênea em relação ao número de menções *web* recebidas por cada guia, que variou de oito a nove menções *web*.

Já o guia que mais mencionou os guias da rede foi o Guia Gay Floripa, num total de 64 menções, ou seja, os indivíduos que acessam o guia de Florianópolis são os que mais recebem informação referente aos guias das demais localidades pertencentes à rede.

Essa reciprocidade de menções *web* é vista como positiva, pois o público de um determinado *website* pode ter interesse nas informações dos demais *websites* da rede, sem ao menos precisar acessá-los, bem como também ser a porta de entrada para os usuários também navegar nos demais *websites* da rede.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização de ambientes informacionais digitais para a disponibilização de informações turísticas torna-se relevante tendo em vista seu caráter informativo e a maior aproximação dos produtos e serviços com seus usuários, a partir desse ambiente.

A rede Guia Gay segue um mesmo padrão de estrutura de modo a tornar a informação disponibilizada cativante, direcionada pelo uso da arte, mas mantendo a complexidade dos assuntos e, ao mesmo tempo, proporcionando diferentes meios de acesso à informação àqueles que não teriam oportunidade de se relacionar com esses conteúdos, se não por meio da plataforma.

As análises webométricas nos *websites* da rede Guia Gay permitiram o entendimento das características de acordo com sua influência nos *websites*, sua interação em divulgar informações externas em sua página, seu tamanho e impacto na *web*, bem como as conexões estabelecidas entre os “Guia gay”.

De um modo geral, os *websites* apresentaram uma interação efetiva condizentes com a proposta dos ambientes e em relação às necessidades dos seus usuários.

REFERÊNCIAS

AGUILLO, I. F. et al. Indicators for a webometric ranking of open access repositories. **Scientometrics**, v. 82, n. 3, p. 477-486, 2010. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-010-0183-y>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

ARAÚJO, C. A. Fundamentos da Ciência da Informação: correntes teóricas e o conceito de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 57-79, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/19120>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

BJÖRNEBORN, L. **Small-world links structures across an academic web space**: a library and information science approach. 2004. 399 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Royal School of Library and Information Science, Dinamarca, 2004. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.115.2353&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: _____; CARDOSO, G. (Org.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Belém: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 2005. p. 17-30. Disponível em: <http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/Sociedade_em_Redde_CC.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018

GOHN, M. da G. **Movimentos e lutas sociais na história do Brasil**. São Paulo: Loyola, 2005.

JORENTE, M. J. V.; SANTOS, P. L. V. A. da C. Hábitos, rupturas e novas possibilidades de compartilhamento de informação e de conhecimento. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 20, n. 3, p. 13-26, set./dez. 2010.

MIGUEL FUMERO, A. Contexto Sociotécnico. In: MIGUEL FUMERO, A.; ROCA, G.; SÁEZ VACAS, F. (Col.). **Web 2.0**. Madrid: Fundacion Orange, 2007. p. 96-123. Disponível em: <http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2018.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem visual e pensamento**: sonora visual verbal. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

VANTI, N. Mapeamento das Instituições Federais de Ensino Superior da Região Nordeste do Brasil na Web. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 55-67, jan./jun. 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/4704>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

_____; COSTA, J. A. F.; SILVA, I. C. O. da. Nova fórmula revisada para o cálculo do fator de impacto web (FIW). **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 228-236, 2013. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3421>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

VIANA, M. R. Lutas sociais e redes de movimentos no final do século XX. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, ano 21, n. 64, p. 34-56, nov. 2000.

VIEIRA, T. A. M. O ambiente hipermídia no processo de construção do conhecimento. In: VIDOTTI, S. A. B. G. (Org.). **Tecnologias e conteúdos informacionais**: abordagens e práticas. São Paulo: Polis, 2004. p. 27-42.

VISITE SÃO PAULO. **Porque São Paulo**. 2018. Disponível em: <<http://visitesaopaulo.com/porque-sao-paulo/>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

**Capítulo – A DIVERSIDADE SEXUAL EM QUESTÃO:
UMA ANÁLISE WEBOMÉTRICA DOS WEBSITES GUIA GAY**

RESUMO

O objeto de estudo são os *websites* pertencentes à rede “Guia Gay”, ambientes informacionais digitais que disponibilizam informações turísticas para o público LGBTQ. Essa mesma rede se concentra em outros *websites*, expandindo-se às cidades de São Paulo/Brasil, Salvador/Brasil, Belo Horizonte/Brasil, Brasília/Brasil e Florianópolis/Brasil. Assim, o objetivo geral dessa pesquisa é entender como esses *websites* pertencentes a essa rede (Guia Gay) disponibilizam suas informações na *web*, no sentido de averiguar características webométricas de acordo com sua influência em outros *websites*, sua interação em divulgar informações em sua página, seu tamanho e impacto na *web*, bem como as conexões estabelecidas entre os “Guia Gay”. A metodologia ancorada nessa pesquisa se caracteriza como descritiva e possui uma abordagem quantitativa. As análises webométricas nos *websites* da rede Guia Gay permitiram o entendimento das características de acordo com sua influência nos *websites*, seu tamanho e impacto na *web*, bem como as conexões estabelecidas entre os “Guia gay”. De um modo geral, os *websites* apresentaram uma interação efetiva condizentes com a proposta dos ambientes e em relação às necessidades dos seus usuários.

Chapter – THE SEXUAL DIVERSITY IN QUESTION: A WEB-BASED ANALYSIS OF GUIAGAY WEBSITES

ABSTRACT

The object of study are the websites belonging to the “Gay GUIA” network, a digital informational environments that provide tourist information to the LGBTQ public. This same network is concentrated in other websites, expanding to the cities of São Paulo / Brazil, Salvador / Brazil, Belo Horizonte / Brazil, Brasilia / Brazil and Florianópolis/Brazil. Thus, the general objective of this research is to understand how these websites belonging to this network (Gay Guide) make available their information on the web, in order to ascertain characteristics webometrics according to their influence in other websites, their interaction in divulging information in its page , its size and impact on the web, as well as the established connections between the “Guiagay”. The methodology anchored in this research is characterized as descriptive and has a quantitative approach. Web-based analyzes on the websites of the Gay Guide network allowed the understanding of the characteristics according to their influence on the websites, its size and impact on the web, as well as the connections established between the “Guiagay”. In general, the websites presented an effective interaction consistent with the proposal of the environments and in relation to the needs of its users.

GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO: QUESTÕES EMERGENTES NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Orestes Trevisol Neto

INTRODUÇÃO

Prezados(as) leitores(as), inicialmente gostaria de comentar como surgiu a ideia de escrever sobre esses temas, acredito que justificará o nascimento desse capítulo de livro. Essas temáticas têm sua origem em uma palestra que proferi em 2016 na Semana da Interatividade do Curso de Biblioteconomia da Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC), com o título “Gênero na Biblioteconomia: precisamos discutir”. Foi uma surpresa quando recebi o *e-mail* da comissão organizadora do evento convidando-me para falar sobre gênero, de imediato associei a minha orientação sexual (risos), em seguida, lembrei que o convite estaria relacionado com o fato de eu ter organizado uma palestra para os alunos do curso de Biblioteconomia da Unochapecó no qual o bibliotecário Cristian Brayner (idealizador da Biblioteca da Diversidade) se fez presente. Bom, aceitei o convite e fui falar sobre o assunto, apesar da minha imaturidade com o tema, acho que foi produtiva a conversa.

Nessa ocasião, estava presente a professora Daniella Camara Pizarro, que orientava um aluno de mestrado com tema semelhante, nas conversas que tivemos durante o evento ela cogitou a ideia de ofertar uma disciplina que convergisse com as questões expostas naquele dia. No ano seguinte, fui convidado pela professora Daniella para tratar sobre a temática na disciplina Tópicos Avançados em Gestão da Informação: Multiculturalismo em Unidades de Informação ministrada no Mestrado Profissional em Gestão da Informação da UDESC. Novamente, aceitei o convite e elaborei uma apresentação reformulada com o seguinte título “Gênero e Identidade de gênero: questões emergentes na Biblioteconomia e Ciência da Informação”. Assim, as ideias apresentadas nesse texto são um amadurecimento das falas que aconteceram nesses dois momentos.

Escrever esse capítulo de livro é um desafio que traz consigo a satisfação de poder discutir questões que envolvem gênero e identidade de gênero no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação. É um desafio abordar esses temas quando penso que não sou especialista da Psicologia, Sociologia, Educação etc. É uma satisfação quando lembro que as ideias aqui esboçadas podem ampliar a visão de mundo de outras pessoas. Assim, deixo claro que o objetivo desse texto não consiste em uma revisão teórica-conceitual, pelo contrário, sua missão é fazer com que os bibliotecários(as) e cientistas da informação reflitam como suas práticas profissionais podem se relacionar com tais temas.

Essa provocação não se limita ao fazer profissional do(a) bibliotecário(a), percorre também o ambiente de ensino e formação, no qual estão inseridos os cursos de graduação em Biblioteconomia e a pós-graduação em Ciência da Informação. Meu intuito é fazer com que os alunos, docentes e pesquisadores percebam e autoanalise como a área aborda essas temáticas no ensino e na pesquisa.

Façamos os seguintes questionamentos: que atenção os(as) bibliotecários(as) e cientistas da informação dedicam para as questões de gênero e identidade de gênero no fazer profissional e no desenvolvimento cognitivo do campo? Trazemos à tona serviços e informação que contribuam com a resolução de problemas sociais como a desigualdade de gênero e o preconceito? Obviamente, são questões complexas para responder e não cabe uma explicação “acabada”!

Considerando o espaço onde estão situados os profissionais da informação e demais classes profissionais, encontramos na literatura diversos rótulos para caracterizar a sociedade contemporânea, seja ela Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento, Sociedade em Rede e Sociedade Pós-Industrial. Enfim, ignorando os títulos, o que realmente caracteriza a sociedade contemporânea é a liberdade que temos de acessar informação, navegar e interagir no ciberespaço, no qual podemos gerar e consumir conteúdo (texto, vídeo, imagem) nas mais diversas plataformas (YouTube, *blogs*, Instagram, Facebook).

Na última década, tornou-se trivial pesquisar assuntos em *sites*, navegar na rede, ler jornais, revistas, livros e artigos acadêmicos na internet. Constatamos que a busca e o acesso à informação estão facilitados nos dias de hoje, porém, cabe a nós fazer um bom uso das ferramentas que dispomos, sendo elas *free* ou pagas.

Mesmo com essa facilidade de acesso, ao meu ver, parece que vivemos um paradoxo, como diante de tanta informação nos deparamos com ciclos de ignorância, desinformação e pós-verdades. Enquanto profissionais da informação, quando nos deparamos com essas adversidades, percebemos que informação tem um papel fundamental no combate às desigualdades e preconceitos, males que afligem diretamente as mulheres, gays, lésbicas, transexuais, travestis e bissexuais.

A respeito dos males que recaem sobre essas pessoas, destacamos alguns fatos. Você sabia que o Brasil lidera o *ranking* mundial de assassinatos contra travestis e transexuais, esse dado foi divulgado pela ONG Transgender Europe (TGEu) (CORREIO BRASILIENSE, [2016?]). A violência não se limita apenas a eles, as Nações Unidas no Brasil (ONUBR) noticiou que nosso país apresenta a quinta maior taxa de feminicídios do mundo, conforme dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) (ONUBR, 2016). Observamos, ainda, a crescente violência contra os gays e lésbicas, como prova, temos uma matéria veiculada no jornal The New York Times tratando da violência contra os LGBTs no Brasil (FORUM, 2016). Ademais, basta pesquisar no Google que encontraremos vários casos de violência, preconceito e *bullying* que culminaram na morte (homicídio e suicídio) de crianças, jovens e adultos.

Questiono-me quais são as razões de tanto ódio e intolerância, posso imaginar algumas delas, fatores culturais, sociais, ideológicos e certamente a ignorância de algumas pessoas para compreender e conviver com as “diferenças”. Penso que, para amenizar isso, certamente é preciso educar, conscientizar e informar os indivíduos. Assim, a informação é um dos antídotos para tratar dessa patologia social.

Santos, Targino e Freire (2017, p. 120) lembram que “[...] a falta de informação ou a disseminação de informações errôneas favorece a ignorância, o preconceito, a aversão e a negação do que é diferente.” Já Martins, Trevisol Neto e Menezes (2016, p. 16) advertem que “[...] a socialização da informação deve combater a desinformação e qualquer forma de opressão e preconceitos.”

Mas, afinal, o que nós, bibliotecários(as) e cientistas da informação, temos a ver com isso? Bom, trabalhamos com informação e faz parte do nosso *métier* organizar, representar e socializar a informação nos diversos espaços de atuação (empresas, universidades, escolas, ONGS etc.) para as mais diversas pessoas e instituições que dela venham necessitar.

Dito isso, deve ficar claro que nós, bibliotecários(as) e cientistas da informação, temos um comprometimento social que consiste no acolhimento das minorias que desejam ser ouvidas e representadas. Nosso compromisso reside em criar espaços de encontro que estimulem a discussão e reflexão dos fenômenos sociais. Tais espaços se caracterizam por meio das pesquisas desenvolvidas, na elaboração e publicação de artigos e trabalhos pelos pesquisadores, nas disciplinas que trabalham essas questões, nos serviços e ações que as bibliotecas promovem, nas campanhas que as entidades de classe abraçam. Tais espaços devem ser plurais e contar com sensibilidade dos profissionais e pesquisadores da área.

No decorrer do texto adentraremos nos seguintes tópicos, Gênero e identidade de gênero: breves definições; As pesquisas desenvolvidas na área relacionadas às questões de gênero e identidade de gênero; O papel social dos bibliotecários/bibliotecas frente às questões de gênero e identidade de gênero.

Desejo que no desenvolver da leitura você fique sensível e disposto a melhorar o meio do qual você faz parte, seja na biblioteca, seja na sala de aula ou nos grupos de pesquisa, certamente a união dessas ações isoladas podem refletir em melhorias para a sociedade.

1 GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO: BREVES DEFINIÇÕES

Antes de abordarmos as pesquisas que foram e estão sendo desenvolvidas na Biblioteconomia e Ciência da Informação, é necessário fazer uma breve conceituação a respeito de gênero e identidade de gênero.

Historicamente, fomos ensinados a fazer a classificação dos objetos e comportamentos com base na dicotomia masculino e feminino, essa distinção inicialmente foi instaurada considerando aquilo que identifica e diferencia os homens e as mulheres. Por exemplo, brincar de casinha e boneca é coisa de menina, jogar futebol e brincar com carrinho é coisa de menino. Essa construção social que distingue as pessoas implica no papel desempenhado pelos homens e mulheres, mas e como ficam aquelas pessoas que não se enquadram nesse modelo de construção social, estamos nos referindo aos indivíduos cujo corpo biológico não corresponde com a maneira que a pessoa se expressa, se identifica.

Assim, é equivocado acreditar que os fatores biológicos (órgãos genitais) determinam o gênero, essa discussão é mais complexa, pois envolve os aspectos sociais e culturais, nos quais os indivíduos estão inseridos. Conforme Jesus (2012, p. 8):

Sexo é biológico, gênero é social, construído pelas diferentes culturas. E o gênero vai além do sexo: O que importa, na definição do que é ser homem ou mulher, não são os cromossomos ou a conformação genital, mas a auto-percepção e a forma como a pessoa se expressa socialmente.

Destacamos a fala da escritora e psicanalista Regina Navarro (2018)¹, em entrevista concedida para o canal Philos, na qual explica que

[...] gênero é uma construção social, quando o sistema patriarcal se instalou a cinco mil anos, dividiu a humanidade em duas partes, homem pra um lado, mulher para outro, e criou um ideal masculino e um ideal feminino. Então, o ideal masculino era força, sucesso, poder, coragem, ousadia, o homem tinha que ser sempre heterossexual, a masculinidade estava ligada a heterossexualidade e a mulher tinha que ser frágil, dependente, bobinha e tal. Isso foi muito marcado e não se aceitou bem que uma mulher tivesse um comportamento tido como masculino [...].

Vejamos que a fala da Regina vai ao encontro do entendimento de Louro (1996) e Sousa (2014), quando explicam que a noção de gênero está interligada a uma construção social do masculino e feminino, sendo um produto social institucionalizado e repassado ao longo das gerações, levando consigo uma carga social e histórica enraizada. Nessa perspectiva, “[...] os estudos envolvendo a temática de gênero surgiram a partir da constatação social da desigualdade de direitos entre homens e mulheres.” (SOUSA, 2014, p. 76). Além disso, as abordagens sobre gênero surgem diante da trajetória histórica dos movimentos sociais das mulheres, feministas, gays e lésbicas na luta por seus direitos, reitera Sousa (2014).

Como o próprio nome indica, identidade de gênero tem relação com a identificação de gênero que o sujeito faz de si, podemos dizer que é como ele se reconhece, enxerga e se percebe na sociedade perante os papéis sociais estabelecidos. Para ser mais didático vejamos algumas definições contidas no glossário de “Orientações sobre identidade de gênero, conceitos e termos”, elaborado por Jesus (2012 p. 23-30), evitando, assim, confusão a respeito de gênero, identidade de gênero e orientação sexual.

GÊNERO: Classificação pessoal e social das pessoas como homens ou mulheres. Orienta papéis e expressões de gênero. Independe do sexo.

SEXO: Classificação biológica das pessoas como machos ou fêmeas, baseada em características orgânicas como cromossomos, níveis hormonais, órgãos reprodutivos e genitais.

IDENTIDADE DE GÊNERO: Gênero com o qual uma pessoa se identifica, que pode ou não concordar com o gênero que lhe foi atribuído quando de seu nascimento. Diferente da

1 Regina Navarro em entrevista para o canal Philos no YouTube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=d-4zx-efjJEQ>>. Acesso em: 19 mar. 2018.

sexualidade da pessoa. Identidade de gênero e orientação sexual são dimensões diferentes e que não se confundem.

ORIENTAÇÃO SEXUAL: Atração afetivossexual por alguém. Vivência interna relativa à sexualidade. Diferente do senso pessoal de pertencer a algum gênero.

BISSEXUAL: Pessoa que se atrai afetivo-sexualmente por pessoas de qualquer gênero.

HETEROSSEXUAL: Pessoa que se atrai afetivo-sexualmente por pessoas de gênero diferente daquele com o qual se identifica.

HOMOSSEXUAL: Pessoa que se atrai afetivo-sexualmente por pessoas de gênero igual àquele com o qual se identifica.

TRANSEXUAL: Termo genérico que caracteriza a pessoa que não se identifica com o gênero que lhe foi atribuído quando de seu nascimento.

TRAVESTI: Pessoa que vivencia papéis de gênero feminino, mas não se reconhece como homem ou mulher, entendendo-se como integrante de um terceiro gênero ou de um não-gênero.

LGBT: Acrônimo de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Eventualmente algumas pessoas utilizam a sigla GLBT, ou mesmo LGBTTT, incluindo as pessoas transgênero/queer.

Diante do exposto não podemos confundir identidade de gênero e orientação sexual, assim como, gênero e sexo. Na sociedade podemos encontrar uma mulher que se identifica com o gênero feminino e ao mesmo tempo possui uma orientação sexual voltada para homens e mulheres (bissexual), como também, podemos encontrar um homem cis gay que se identifica com o gênero que lhe foi atribuído, o fato dele ser gay não determina que sua identidade de gênero se caracterize com o gênero feminino.

Na sequência, veremos o que retratam as pesquisas que foram desenvolvidas no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação.

3 AS PESQUISAS DESENVOLVIDAS NA ÁREA RELACIONADAS AS QUESTÕES DE GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO

Ao pesquisar artigos na base de dados BRAPCI, dissertações e teses nos *sites* dos programas de pós-graduação em Ciência da Informação, logo percebemos que são escassas as publicações relacionadas ou sobre gênero e identidade de gênero. A partir da minha busca comentarei algumas pesquisas que julgo pertinentes e que foram desenvolvidas por bibliotecários(as) e cientistas da informação.

Ao fazermos a leitura desse texto poderemos identificar duas dimensões de pesquisa, uma delas que recai para uma autoanálise da Biblioteconomia, na medida em que observamos as interferências das questões de gênero na construção de identidade da área. A outra dimensão contempla a atuação dos(as) bibliotecários(as) e, conseqüentemente, o papel das bibliotecas na promoção de serviços de informação e ações voltados a esses

temas. Lançando o olhar sob uma perspectiva acadêmica, felizmente observamos que a partir do ano de 2010 estão emergindo pesquisas relacionadas às questões de gênero e identidade de gênero na Ciência da Informação.

Partimos da primeira dimensão, constatamos que o principal discurso relacionado a gênero na Biblioteconomia e, conseqüentemente, na Ciência da Informação, recai no fato da expressiva quantidade de mulheres na área e seus efeitos relacionadas à desvalorização profissional. Em segundo plano, encontramos outras associações, como o estereótipo profissional atrelado à figura da senhora de óculos e coque, e que os homens que atuam como bibliotecários apresentam uma orientação sexual distinta, ou seja, são homossexuais. Vejamos o que retratam alguns autores(as).

Rasche (1998), em seu artigo “Papéis de gênero e sua influência na formação acadêmica de mulheres estudantes de Biblioteconomia em Santa Catarina”, traz apontamentos interessantes quando questiona suas entrevistadas se o fato de ser mulher influência na sua formação acadêmica. Apesar de a resposta ter sido não, alguns dos comentários feitos pelas alunas apresentam indícios contrários, “[...] homens bibliotecários se destacam mais, por se imporem enquanto profissionais, já que a profissão exige isso; os problemas da profissão são relacionados com a mulher; administração e engenharia são cursos para homem.” (RASCHE, 1998, p. 92). Segundo a autora, a fala das alunas transmite a ideia que a Biblioteconomia é um curso feminino e que a passividade é uma característica das condições femininas.

Outro estudo importante foi desenvolvido pela professora Maria Mary Ferreira, do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão, considerada uma referência em pesquisas de gênero na Biblioteconomia. Ela possui artigos e livros publicados que tratam especificamente de gênero. Em seus estudos, a autora faz apontamentos semelhantes aos de Rasche.

Conforme a autora, as pesquisas sobre mulher e gênero na Biblioteconomia são limitadas e os profissionais da informação não relacionam a desvalorização do profissional da informação com o fato de ser uma categoria em sua maioria constituída por mulheres, a sociedade favorece as profissões consideradas para homens e de elite (FERREIRA, 2003).

Sobre os apontamentos supramencionados, Olinto, no final da década de 1990, constatou que a extrema feminização é uma característica da Biblioteconomia e a Ciência da Informação, mesmo considerando que o ingresso de homens tenha aumentado. Castro relatou que as mulheres só começaram a dominar a área de forma mais significativa entre as décadas 50 e 60 do século XX, apesar do seu ingresso ter iniciado no final da década de 1920, tendo como pioneira Adelpha Figueiredo. Nas décadas passadas a imagem que se tinha do curso de Biblioteconomia é que se destinava para mulheres que estavam esperando o marido, sendo percebido como um curso de fácil profissionalização e colocação no mercado (FERREIRA, 2003).

Conforme Pires (2016, p. 116): “Inicialmente, as mulheres que procuravam pelos cursos de Biblioteconomia eram moças de classes sociais mais elevadas, que viam no curso uma possibilidade de se inserirem no mercado de trabalho.” Segundo a autora, é entre os anos de 1980 e 1990 que se observa uma procura maior por homens pela profissão, o que não representa uma diminuição significativa da feminização.

Em relação à passividade feminina, Ferreira (2003) destaca que as profissões consideradas para mulheres (Pedagogia, Serviço Social, Psicologia, Biblioteconomia, Enfermagem, Nutrição) historicamente têm dificuldades para se impor, tendo que provar permanentemente que são competentes, sofrendo com o desprestígio quando comparadas com as profissões exercidas em supremacia pelos homens.

Em nova pesquisa, Ferreira e colaboradores (2013) realizaram um estudo sobre as relações de classe e gênero no mercado de trabalho do(a) profissional bibliotecário(a) no estado do Maranhão. Nessa pesquisa, novamente foi constatado que a maioria dos entrevistados não relaciona a condição de mulher à imagem que se tem da Biblioteconomia e de sua pouca valorização. Ferreira e colaboradores (2013, p. 8) destacam que “[...] as bibliotecárias maranhenses não conseguem perceber como as relações de gênero e poder perpassam o mundo de trabalho, traduzindo em relações desiguais de oportunidades, em salários baixos e no pouco reconhecimento da profissão.” A pesquisa revelou também que o estado do Maranhão remunera esses profissionais com baixíssimos salários, se comparado com outras categorias de nível superior.

Outra pesquisa que merece destaque é a tese da bibliotecária Beatriz Alves de Sousa, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), sob o título “O gênero na Biblioteconomia: percepções de bibliotecários(as)”. Nessa pesquisa foram analisados os discursos de bibliotecários(as) que atuam na Biblioteca Central da Universidade Federal da Paraíba (BCUFPB), *campus* João Pessoa, e na Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina (BCUFSC), *campus* Florianópolis. Na conclusão de sua tese a autora faz uma afirmação que elucida o motivo da feminização em algumas áreas:

A escolha das profissões continua associada à representação social de gênero. As profissões que incluem disciplinas como matemática, cálculo, física, computação, entre outras que, supostamente, exigem mais raciocínio são as mais procuradas por homens. As profissões que requerem características consideradas como femininas (sensibilidade, afeto, bondade, paciência, tolerância), que trazem a ideia de fragilidade, incapacidade e insegurança são as que têm maior contingente feminino (SOUSA, 2014, p. 233).

Conforme cita a autora, os homens predominam as áreas de física, engenharia, matemática, informática e ciência da computação, já as mulheres se concentram nas áreas das ciências sociais, humanas e da saúde. Nesse sentido, constata que a desvalorização do trabalho possui estreita relação com quem realiza determinadas atividades, homem ou mulher, e não possui relação com a área ou profissão, mas com a representação de gênero de quem a desempenha.

Mais especificamente no âmbito da Biblioteconomia, a pesquisa revelou que a predominância feminina é um dos fatores que contribuem para a profissão ser uma carreira que confere pouco prestígio social/*status*, apesar desse efeito não estar nítido para todos. Contudo, a interferência de gênero fica perceptível na divisão das atividades profissionais, quando observou que os cargos voltados para gestão e tecnologia são ocupados pelos homens e os cargos que envolvem atividades relativas a processamento técnico, ação cultural, serviço de

referência e biblioteca escolar se direcionam para as mulheres. Foi constatado que os bibliotecários sofrem um constrangimento na medida em que necessitam afirmar sua orientação sexual, pois, no imaginário de algumas pessoas, os homens que ingressam na Biblioteconomia e exercem essa profissão são homossexuais (SOUSA, 2014). Esse “imaginário popular” está expresso na literatura e na fala de um participante da pesquisa:

– dizem que na Biblioteconomia só há mulheres e homossexuais. Os homens dizem que estão fartos de terem que justificar sua masculinidade, sua condição de macho [...] e mais ainda têm que conviver com a dúvida – [...] aqueles que afirmam ser homens estariam mentindo, enrustindo suas reais convicções sexuais. (LIMA; ALMEIDA JÚNIOR, 1998, p. 81 apud SOUSA, 2014, p. 98).

“– em todos os lugares que eu tenho que me apresentar como bibliotecário logo tenho que dizer que sou homem [...]. – Porque na visão das pessoas, todos os bibliotecários (sexo masculino) são gays.” (SOUSA, 2014, p. 98). Observamos nessa fala uma preocupação diante da comparação, um reflexo do preconceito que a sociedade possui em relação à homossexualidade, considerada como algo ruim e pejorativo.

O artigo de Lobão e colaboradores (2017) confirma o que os demais autores supracitados expõem, que a biblioteconomia é uma profissão feminina. A exemplo de Santa Catarina, dos 756 profissionais ativos no Conselho Regional da 14ª Região (CRB-14/SC), apenas 105 são do gênero masculino. Lobão e colaboradores (2017), ao analisarem o quadro de profissionais atuantes na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), evidenciam que os homens (em pequeno número nas instituições) se sobressaem ao ocuparem os cargos de gestão, sendo isso resquícios de uma cultura patriarcal que privilegia os homens.

Pires (2016), na sua dissertação de mestrado desenvolvida no Programa de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) sob o título “Relações de gênero e a profissão bibliotecária na contemporaneidade: panorama nacional e os motivos da entrada masculina em curso majoritariamente feminino”, conclui que, em virtude de nossa sociedade estar estruturada na visão patriarcal, há uma tendência de aceitar e acolher melhor os homens nas “profissões femininas” do que mulheres em “profissões masculinas”. Entretanto, os(as) bibliotecários(as) não percebem as relações de gênero no campo profissional, em específico os privilégios masculinos. O autor reitera que a Biblioteconomia continua sendo uma profissão feminizada visto

[...] que o aumento no número de estudantes homens acontece, na maioria das vezes, na mesma proporção que o aumento de estudantes mulheres, o que denota maior número de estudantes de ambos os sexos se aproximando da Biblioteconomia, em virtude do aumento da área. (PIRES, 2016, p. 117).

Outro estudo que lida com o imaginário que as pessoas constroem a respeito da profissão de bibliotecário(a) é o artigo de Nascimento e colaboradores (2016), sob o título “O bibliotecário e a reprodução dos estereótipos

em desenhos animados”, no qual novamente confirmamos o estigma de uma profissão feminizada. Nessa pesquisa os autores expõem a imagem que as pessoas leigas possuem a respeito do(a) bibliotecário(a), ou seja, a figura de uma senhora que usa coque no cabelo e óculos, cuja principal preocupação recai em manter o silêncio da biblioteca e a organização do acervo. Em resumo, sua função é de guardiã do espaço e o usuário é apenas uma entidade figurativa.

Até o momento, observamos o quanto a imagem profissional está relacionada a um papel de gênero. Partiremos para a segunda dimensão e veremos como os(as) bibliotecários(as) e cientistas das informações abordam aspectos relacionados a gênero e identidade de gênero na sua prática, seja nas atividades da biblioteca, seja na pesquisa científica.

As pesquisas que foram desenvolvidas na área chamam a atenção para as implicações que a representação temática (classificação, indexação) reflete na representação de assuntos relativos à homossexualidade. Ademais, o papel do(a) bibliotecário(a) escolar como socializador de informações sobre gênero e sexualidade e a responsabilidade social da Ciência da Informação (CI) frente à temática diversidade sexual.

A tese do professor Fábio Assis Pinho, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), é um marco para a Ciência da Informação, pois envolve ética, organização e representação do conhecimento e homossexualidade, o que fica evidente no título do trabalho “Aspectos éticos em representação do conhecimento em temáticas relativas à homossexualidade masculina: uma análise da precisão em linguagens de indexação brasileiras”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Em sua pesquisa, o autor abordou a especificidade terminológica que as linguagens de indexação brasileiras permitem para a representação de termos relativos à homossexualidade masculina.

Pinho (2010) pode ser considerado uma referência na área ao relacionar o assunto homossexualidade com os processos de representação temática, ou seja, com os procedimentos técnicos da Biblioteconomia e com os sistemas de organização e representação do conhecimento. O autor tem artigos publicados com esse viés e orienta pesquisas abordando a questão da homossexualidade.

Outro estudo que segue uma linha de pesquisa semelhante à de Pinho é dissertação da bibliotecária Miriam Regiane Dutra Cabrera (2012), intitulada “A questão do politicamente correto em temáticas relativas à homossexualidade e seus reflexos na representação da informação”, também defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UNESP. Essa pesquisa tem como foco os processos de representação da informação no tocante às temáticas relacionadas à homossexualidade.

Ambos estudos têm em comum o fato de associarem a homossexualidade com os processos de representação da informação, tais pesquisas são importantes por destacar as implicações da representação temática e da ética no fazer profissional. Imaginemos como os(as) bibliotecários(as) lidam quando se deparam com as questões ligadas a homossexualidade no momento de fazer a representação temática dos documentos. Será que os(as) bibliotecários(as) representam de forma fidedigna os assuntos, sem preconceitos e juízos de valor? Será que os tesauros e sistemas de classificação representam de forma coerente esses assuntos? Tais questionamentos são essenciais, visto que a grande maioria dos profissionais pode, em algum momento,

confrontar-se com tal situação. No mais, é necessário refletir se os vocabulários controlados refletem os conhecimentos atuais, ou ainda, trazem ranços do passado, visto que, por volta 1990, a homossexualidade era considerada uma doença, uma desordem mental.

Sob uma perspectiva menos tecnicista e mais preocupada com a atuação do(a) bibliotecário(a) na socialização da informação no ambiente escolar, cito o artigo “Bibliotecário escolar: socializando a temática do gênero e sexualidade”, do qual sou autor juntamente com bibliotecário Guilherme Martins e com a professora Estera Muszkat Menezes (2016). Nessa pesquisa investigamos como os(as) bibliotecários(as) escolares da Rede Municipal de Florianópolis abordam e socializam a temática de gênero e sexualidade nas suas bibliotecas. Foi constatado que as bibliotecas possuem acervo acerca das temáticas gênero e sexualidade, em alguns casos os alunos possuem livre acesso ao material, em outros, eles ficam confinados. Foi identificado que alguns bibliotecários desenvolveram atividades e ações em conjunto com professores enfocando gênero e sexualidade, por meio de pesquisa bibliográfica, da hora do conto e na exposição de livros. Porém, ficou evidente que os(as) bibliotecários(as) escolares socializam essas temáticas de forma discreta e com receio, tendo em vista a complexidade das questões que envolvem gênero e sexualidade, preferindo parcerias dos professores. As práticas desenvolvidas estavam voltadas para o ensino de ciências (combate a DST e gravidez precoce) e não para feminismo, homofobia, orientação sexual etc.

Por fim, temos o artigo de Raimundo Nonato Macedo dos Santos, Maria das Graças Targino e Isa Maria Freire (2017), no qual chamam a atenção para a responsabilidade social da CI acerca da temática diversidade sexual, ficando explícito no seu título “A temática diversidade sexual na ciência da informação: a perspectiva da responsabilidade social”. Os pesquisadores fizeram um mapeamento da produção científica na área da Ciência da Informação (CI) acerca da temática da diversidade sexual, enfocando artigos sobre o grupo de indivíduos reunidos pela sigla LGBT, referente a lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transgêneros. Constataram que:

A produção científica acerca da temática diversidade sexual e especificamente sobre o grupo de usuários LGBT na Ciência da Informação brasileira é praticamente inexistente. [...] Não existe produção da Ciência da Informação voltada para delinear o perfil dos usuários LGBT ou o seu comportamento informacional ou, ainda, o impacto do fluxo informacional para o grupo social [...]. (SANTOS; FREIRE; TARGINO, 2017, p. 132).

Os autores ressaltam a necessidade de pesquisas na área “[...] que acolham o grupo social LGBT, que revelem os fluxos, os regimes, as fontes e as políticas de informação vigentes em relação ao tema em pauta.” (SANTOS; FREIRE; TARGINO, 2017, p. 132).

Diante do exposto, felizmente observamos uma mudança de perspectiva na área, uma vez que começam a emergir pesquisas com foco no grupo LGBT, cito como exemplo as pesquisas que estão sendo desenvolvidas no mestrado em Ciência da Informação na UFSC, no qual dois bibliotecários têm o foco no grupo LGBT. São eles

Guilherme Goulart Righetto², que desenvolve a pesquisa “Competência em informação de minorias sociais a partir das necessidades de informação das pessoas transgênero, transexuais e travestis”, e Jean Fernandes Brito³, que desenvolve a pesquisa “Arquitetura da Informação e User Experience: uma análise em *websites* de turismo LGBT”. No mestrado profissional em Gestão de Unidades de Informação da UDESC, destacamos a pesquisa do bibliotecário Guilherme Martins⁴ sob o título “A inserção da temática orientação sexual nas bibliotecas escolares da Rede Municipal de Ensino de Florianópolis”.

Essas pesquisas correspondem com a responsabilidade social da CI, uma vez que dão visibilidade para esse grupo social e permitem um diálogo na construção de novos saberes, contribuindo para o entendimento dos fenômenos e dinâmicas sociais. Em breve tais dissertações serão defendidas e, conseqüentemente, encontraremos seus artigos publicados nas revistas da área, ampliando as discussões e fomentando novas pesquisas.

Finalizamos a seção entendendo que a Biblioteconomia e a Ciência da Informação podem e devem pensar em ações

[...] que solucionem questões de informação atreladas às demandas de gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais, representando estratégia que possa inseri-los ativamente da sociedade, com a informação fazendo frente ao preconceito e à discriminação. (SANTOS; FREIRE; TARGINO, 2017, p. 133).

Esperamos que as pesquisas voltadas para as questões de gênero e identidade de gênero evoluam no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação e que seus constructos teóricos contribuam no entendimento e resolução dos problemas e fenômenos sociais.

4 O PAPEL SOCIAL DOS(AS) BIBLIOTECÁRIOS(AS)/BIBLIOTECAS FRENTE ÀS QUESTÕES DE GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO

Na introdução desse capítulo foi enfatizado que a biblioteca é um espaço de encontro, pois bem, essa afirmação tem como base as relações travadas entre os seguintes atores: a biblioteca, o(a) bibliotecário(a), a informação e o usuário/interagente/leitor que interagem nos processos e trocas informacionais.

Assim, a biblioteca é um espaço, físico ou virtual, no qual estão organizadas e disponibilizadas as informações no mais diferentes suportes e tipologias documentais. Em tese, sua coleção é construída com base nas necessidades/demandas de informação da sua comunidade e também a partir das decisões e escolhas dos(as) bibliotecários(as) que nelas atuam, considerando as forças institucionais.

2 As informações referentes à pesquisa foram extraídas do currículo do pesquisador na Plataforma Lattes.

3 As informações referentes à pesquisa foram extraídas do currículo do pesquisador na Plataforma Lattes.

4 As informações referentes à pesquisa foram extraídas do currículo do pesquisador na Plataforma Lattes.

No permear das escolhas e decisões daquilo que deve compor a coleção da biblioteca, é possível que o(a) bibliotecário(a), em algum momento de sua prática, permita que suas convicções e juízos de valor interfiram no desenvolvimento da coleção, tendo em vista que não somos seres neutros. Por exemplo, um(a) bibliotecário(a) com forte viés religioso e conservador não verá com bons olhos a compra de um livro que retrate um romance homossexual, ainda mais se tratando de uma biblioteca escolar. Em contrapartida, um(a) bibliotecário(a) atuante em biblioteca pública e antenado para as questões contemporâneas pode ver bom bons olhos a aquisição de livros que tratem sobre gênero, orientação sexual, sexualidade etc. Dito isso, observamos que a visão de mundo dos profissionais interfere indiretamente na constituição da biblioteca, sua coleção e serviços.

Apesar da forma como percebemos o mundo e de nossas predileções, devemos ter o maior cuidado possível para não sobrepor nossas convicções no desenvolvimento da coleção. As aquisições das bibliotecas devem ser pensadas de acordo com as necessidades e desejos das suas comunidades.

Enquanto profissionais temos que evitar lançar juízos de valor para as escolhas que os leitores fazem, assim como os possíveis questionamentos que podem surgir na busca pela informação. As bibliotecas e seus profissionais não devem fechar os olhos para as diferenças ou tratar as pessoas “diferentes” com estranhamento e desdém. Não cabe a nós fazer julgamentos pelo tipo de literatura que uma pessoa lê, pelos assuntos que ela pesquisa e, obviamente, pela sua orientação sexual.

Vejamos um episódio relatado por Cristian Santos (idealizador da Biblioteca da Diversidade) de quando era estagiário e presenciou uma bibliotecária agindo de forma inadequada diante de um usuário/interagente.

Tudo começou em um dia calorento de agosto, quando estagiava no balcão de empréstimo da Biblioteca Central da Universidade de Brasília (UnB). Uma moça se aproximou; trazia nas mãos um romance lésbico. A bibliotecária que me treinava, mirou, com asco, a capa do livro, e investiu pesado na feição de desprezo dirigida a menina que, acuada, saiu encolhida, com os olhos fitos no chão. Embora já tenha passado 17 anos do ocorrido, jamais me esquecerei da dor estampada no rosto daquela leitora. (SANTOS, 2015, p. 211).

Cristian problematiza esse fato ao perceber que isso não é um acontecimento particular da referida biblioteca e questiona como as bibliotecas abordam a questão da homossexualidade em seus acervos e serviços.

Experimentei, mais tarde que não se trata de um caso isolado. Posteriormente, a bissexual Virginia Woolf me afetou profundamente ao acusar, em *Um Teto Todo Seu*, os bibliotecários da Universidade de Oxford de entupirem o catálogo com verbetes e remissivas misóginas. Finalmente, observei que, embora o Brasil prepare a maior Parada Gay do mundo, também ocupa o topo no ranking de assassinatos de homossexuais. E aí me perguntei: nossos acervos, nossos produtos e serviços, nosso modo de tratar e divulgar a informação tem levado em conta que a homofobia mata um homossexual a cada 28 horas em nosso país? Cheguei a conclusão

que nossas bibliotecas, em geral, manifestam pouco ou nenhum interesse em lidar com corpos e desejos fora da norma. (SANTOS, 2015, p. 211-212).

Diante do exposto, provoço você, bibliotecário(a), a refletir como lidaria se um leitor lhe pedisse ajuda para localizar um romance gay, ou um livro que aborde sobre orientação sexual. De imediato, fica a pergunta, será que as bibliotecas públicas, escolares ou universitárias possuem tais títulos? Será que os bibliotecários(as) sabem lidar com essas questões? Bom, logo entendemos que é necessário a existência de livros na biblioteca sobre esses assuntos, pois existem pessoas interessadas e que desejam se ver representadas neles. Já os bibliotecários(as) precisam estar abertos e preparados para lidar com essas situações de forma positiva, sem reprimir, assustar e ridicularizar as pessoas que venham solicitar um serviço. Além disso, é preciso atentar para a representação temática da informação, os termos que utilizamos para designar os assuntos dos livros são coerentes?

Ao fazermos uma breve pesquisa nos catálogos *on-line*, observamos que muitas bibliotecas indexam livros com o termo homossexualismo ao invés de homossexualidade, reforçando uma conotação patológica (doença), demonstrando um descuido e despreparo por parte de alguns bibliotecários(as).

Contudo, felizmente, observamos uma mudança de paradigma na área que inclui boas práticas/ações por parte dos bibliotecários(as) e bibliotecas relacionados às questões de gênero e identidade de gênero. Destacamos dois exemplos bem sucedidos, o projeto Biblioteca da Diversidade, idealizado por um bibliotecário gay, e o projeto Cinema Mundo, desenvolvido em parceria com a uma Biblioteca Universitária (BU) e curso de graduação em Cinema.

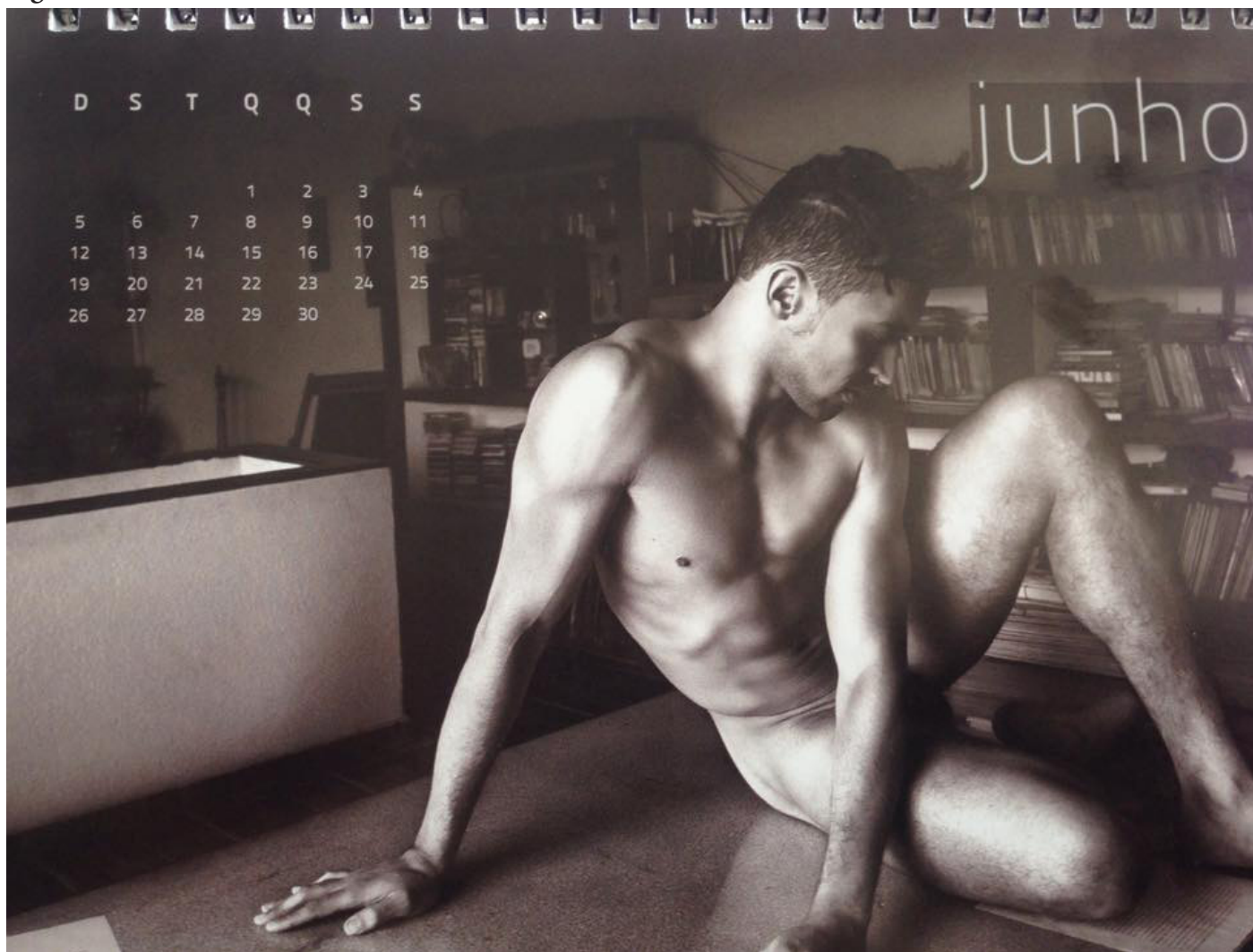
Cristian Santos, idealizador da Biblioteca da Diversidade, depois de constatar o pouco interesse das bibliotecas pelas questões de orientação sexual e diversidade sexual resolveu criar uma biblioteca destinada para o público LGBT, apresentando os seguintes objetivos:

- a) Oferecer um acervo bibliográfico destinado a atender as necessidades das minorias sexuais e religiosas;
- b) Propiciar uma gama de produtos e serviços de informação destinados a visibilizar a diversidade sexual;
- c) Promover cursos, seminários, fóruns de debates e encontros que atendam às necessidades de aprofundamento dos temas envolvendo gênero e orientação sexual. (SANTOS, 2015, p. 212).

Atualmente a biblioteca encontra-se sem uma sede própria e para arrecadar fundos conta com a produção e publicação anual de calendários nos quais bibliotecários(as) posam voluntariamente em favor da causa levantada por Cristian. A primeira edição do calendário aconteceu em 2016 cujo tema foi a masculinidade, o calendário apresentou 12 bibliotecários nus com livros, fazendo referência à profissão, contrapondo o estigma de uma profissão feminina. A segunda edição do calendário, lançado em 2017, foi mais plural e explorou o tema diversidade das relações afetivas, trazendo fotos de casais gays, lésbicos, heterossexuais e bissexuais. A

terceira edição, lançada em 2018 teve como foco as discussões sobre o feminismo, no qual foram fotografadas 12 mulheres cis e trans (DAMASCENO, 2018). Vejamos algumas das fotos que incluíram as edições do calendário⁵.

Figura 1. Calendário 2016



Fonte: Fanpage Biblioteca da Diversidade.

5 Para saber mais sobre o projeto, acesse a sua Fanpage no Facebook: <<https://www.facebook.com/bibliotecadadiversidade/>>.

Figura 2. Calendário 2017



Fonte: FanPage Biblioteca da Diversidade.

Figura 3. Calendário 2018



Fonte: Fanpage Biblioteca da Diversidade.

Esse projeto enfatiza o papel social dos(as) bibliotecários(as) e bibliotecas que consiste em disponibilizar informação e permitir o acesso a todos que dela procurem. É um exemplo de como a classe profissional pode dar visibilidade para questões delicadas que envolvem o grupo LGBT, não silenciando as diferenças e ressaltando a pluralidade das pessoas. A sua existência reflete o posicionamento político dos(as) bibliotecários(as) que estiveram e estão envolvidos.

Contudo, a ação desse bibliotecário provoca uma mudança de olhar da classe e campo científico, uma vez que chama a atenção para algo despercebido ou propositalmente deixado de lado pelos(as) bibliotecários(as) e pesquisadores(as). Sua ação amplia a imagem do bibliotecário e da biblioteca perante todos os segmentos da sociedade, mostrando uma ação política para com as minorias, exaltando a dimensão social e humana da profissão em detrimento do tecnicismo carregado de apatia.

Como exemplo de mudança no campo científico, citamos a disciplina Tópicos Avançados em Gestão da Informação: Multiculturalismo em Unidades de Informação ofertada desde 2017 pelo mestrado Profissional em Gestão da Informação da UDESC, cuja sua ementa contempla gênero e identidade de gênero. Vejamos:

Questões relacionadas à diversidade socioculturais em Unidades de Informação: aspectos étnicos-raciais; identidade de gênero e orientação sexual. Unidades de informação e o tratamento dessas questões, implicações práticas na organização e representação da informação. O papel social dos profissionais na abordagem de questões étnicos-raciais; identidade de gênero e sexualidade. (PIZARRO, 2017, [s.p.]).

Outro projeto de sucesso que envolve bibliotecários(as) e biblioteca é o projeto de extensão Cinema Mundo, idealizado e executado por meio da parceria entre o Curso de Cinema da UFSC e a Biblioteca Universitária (BU), no qual são exibidos filmes acompanhados de debates, cujas sessões são gratuitas e abertas a comunidade universitária e em geral. O projeto iniciou em 2012 e continua em funcionamento, sendo eleito a cada temporada um tema a ser explorado, as sessões acontecem quinzenalmente na biblioteca universitária e contam com convidados e professores do curso de cinema. Ao longo desse projeto, duas edições merecem destaque por abordarem as questões de gênero.

Em 2013 a programação foi pensada em parceria com o Instituto de Estudos de Gêneros (IEG) e teve por objetivo viabilizar discussões acerca do cinema de gêneros e dos estudos de gênero nos cinemas. Neste sentido, para a edição *Cinema Mundo: gêneros e transgêneros* foram exibidos filmes que retrataram questões de gênero, raça-etnia, deficiência, questões geracionais, sexualidade, representações, identidades, dentre outros temas. [...] Em 2015a temática escolhida foi “Heroínas”, com a exibição de filmes protagonizados por mulheres, instigando o debate em torno das mais diversas questões que permeiam o universo feminino. (PROJETO CINEMA MUNDO, 2017, [s.p.]).

Como exemplo, destacamos dois filmes que foram exibidos no projeto em 2013 e que podem ser utilizados na biblioteca pública, escolar ou universitária para refletir sobre as questões que envolvem a descoberta da orientação sexual.

Figura 4. Filme exibido em 2013

Exibição comentada de
MINHA VIDA EM COR-DE-ROSA (Ma vie en rose, Alain Berliner, 1997)
27 de junho, 12h30, Auditório Elke Hering, BU/UFSC
Debatedor convidado: Felipe Fernandes

Sessão especial | Entrada Franca



Promoção



Projeto



Apoio



Fonte: Fanpage Biblioteca Universitária UFSC.

Figura 5. Filme exibido em 2013

Exibição comentada de
TOMBOY (Tomboy, Céline Sciamma, 2011)
 27 de junho, 18h30, Auditório Elke Hering, BU/UFSC
 Debatedor convidado: Cristiano Mello de Oliveira

Entrada Franca



Fonte: Fanpage Biblioteca Universitária UFSC.

Esse projeto é um bom exemplo de como as bibliotecas podem atuar, não está restrito à informação impressa (livros) e aos(as) bibliotecários(as), mas extrapola fronteiras, invade a dimensão audiovisual e interage com profissionais de outras áreas, acrescentando valor às suas ações. Contudo, as bibliotecas podem usar de várias formas para abordar as questões de gênero e identidade de gênero, basta que elas tenham profissionais aptos e interessados em desenvolver esse tipo de ação.⁶

Finalizamos com a seguinte proposição: as bibliotecas devem possuir em suas coleções itens com assuntos relacionados a gênero e identidade de gênero, isso inclui livros de literatura, livros técnicos e científicos, esse é o primeiro passo. Depois disso, é preciso analisar que tipos de ações, atividades e serviços podem ser promovidos com foco nessas temáticas, por exemplo, exposições, palestras, exibições de filmes, oficinas etc., com a finalidade de combater a ignorância, o preconceito e pós-verdades. Se as bibliotecas e seus profissionais conseguirem desenvolver isso, automaticamente elas se tornarão um espaço de encontro, um ambiente plural

⁶ Para conhecer o projeto acesse: <<http://cinemamundo.cce.ufsc.br/sobreoprojeto/>>.

que contribui no empoderamento social dos indivíduos. Por fim, questionamos quais dos títulos a seguir a sua biblioteca possui?

Figura 6. Livros relacionados a gênero e identidade de gênero



Fonte: elaborado pelo autor (2018).

Depois dessa leitura e reflexão, vamos nos preocupar menos com os rótulos criados pela sociedade, pois o que realmente interessa é respeitar os indivíduos em sua essência! Enquanto bibliotecários(as), vamos tornar nossa biblioteca em um espaço de encontro, pois já dizia Ranganathan que “a cada leitor o seu livro” e “a cada livro o seu leitor”.

REFERÊNCIAS

CABRERA, M. R. D. **A questão do politicamente correto em temáticas relativas à homossexualidade e seus reflexos na representação da informação.** 2012. 113 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2012.

CORREIO BRAZILIENSE. **Brasil lidera ranking mundial de assassinatos de transexuais.** [2016?]. Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/brasil-lidera-ranking-mundial-de-assassinatos-de-transexuais>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

DAMASCENO, I. **Começa a venda de calendários para financiar biblioteca da diversidade.** 2018. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas-blogs/vozes-lgbt/comeca-a-venda-de-calendarios-para-financiar-biblioteca-da-diversidade>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

FERREIRA, M. M. O profissional da informação no mundo trabalho e as relações de gênero. **Transinformação**, Campinas, v. 15, n. 2, p. 189-201, maio/ago. 2003.

_____ et al. As relações de classe e gênero no mercado de trabalho do profissional bibliotecários no estado do Maranhão. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 1-13, jul./dez. 2013.

FORUM. **Brasil vive epidemia de violência contra gays, afirma NYT.** 2016. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/brasil-vive-epidemia-de-violencia-contragays-afirma-nyt/>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

JESUS, J. G. de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos.** Brasília: EDA/FBN, 2012. Disponível em: <<http://www.diversidadessexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/G%C3%8ANERO-CONCEITOS-E-TERMOS.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

LOBÃO, I. S. L. et al. Biblioteconomia: uma questão de gênero? **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, p. 2037-2050, 2017.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MARTINS, G.; MENEZES, E. M.; TREVISOL NETO, O. Bibliotecário escolar: socializando a temática do gênero e sexualidade. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 944-959, ago./nov. 2016.

NASCIMENTO, P. R. et al. O bibliotecário e a reprodução dos estereótipos em desenhos animados. **Biblionline**, João Pessoa, v. 12, n. 1, p. 105-115, 2016.

PROJETO CINEMA MUNDO. **Sobre o projeto**. 2017. Disponível em: <<http://cinemamundo.cce.ufsc.br/sobreprojeto/>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

ONUBR – Nações Unidas no Brasil. **ONU: taxa de feminicídios no Brasil é quinta maior do mundo; diretrizes nacionais buscam solução**. 2016. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/onu-feminicidio-brasil-quinto-maior-mundo-diretrizes-nacionais-buscam-solucao/>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

PINHO, F. A. **Aspectos éticos em representação do conhecimento em temáticas relativas à homossexualidade masculina**: uma análise da precisão em linguagens de indexação brasileiras. 2010. 149 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2010.

PIRES, H. A. C. **Relações de gênero e a profissão bibliotecária na contemporaneidade**: panorama nacional e os motivos da entrada masculina em curso majoritariamente feminino. 2016. 134 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

PIZARRO, D. C. **Tópicos avançados em gestão da informação**: multiculturalismo em unidades de informação. 2017. Disponível em: <http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/2520/2017_2.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2018.

RASCHE, F. Papéis de gênero e sua influência na formação acadêmicas de mulheres estudantes de Biblioteconomia em Santa Catarina. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 3, n. 3, p. 77-95, jan./dez. 1998.

SANTOS, C. Biblioteca da diversidade (entrevista). **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 211-214, jul./dez. 2015.

SANTOS, R. N. M.; TARGINO, M. G.; FREIRE, I. M. A temática diversidade sexual na ciência da informação: a perspectiva da responsabilidade social. **Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação**, Marília, v. 4, n. 1, p. 114-135, 2017.

SOUSA, B. A. de. **O gênero na Biblioteconomia**: percepção de bibliotecárias/os. 2014. 270 f. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

Capítulo – GÊNERO E IDENTIDADE DE GÊNERO: QUESTÕES EMERGENTES NA BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

RESUMO EM PORTUGUÊS

Apresenta os conceitos de gênero e identidade de gênero e discute como esses temas são abordados pelos bibliotecários e cientistas da informação no fazer profissional e no desenvolvimento cognitivo do campo. Evidencia que as relações de gênero refletem diretamente na construção da identidade profissional da classe bibliotecária. Ressalta as pesquisas e ações desenvolvidas pelos bibliotecários com foco em gênero e identidade de gênero, no intuito de combater o preconceito, desinformação e pós-verdades. Enfatiza que as bibliotecas devem atender a comunidade LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais) criando um “espaço de encontro”, no qual esse grupo sinta-se representado. Indica a emergência de pesquisas voltadas para o grupo LGBT, assim como a necessidade de serviços que atendam às suas demandas informacionais.

Palavras-chave: Gênero. Identidade de Gênero. Bibliotecário. Biblioteca.

Chapter – GENDER AND GENDER IDENTITY: EMERGING ISSUES IN LIBRARIANSHIP AND INFORMATION SCIENCE

ABSTRACT

It presents the concepts of gender and gender identity and discusses how these topics are addressed by librarians and information scientists in the professional doing and in the cognitive development of the field. Evidence that gender relations directly reflect the construction of the professional identity of the librarian class. It highlights the research and actions developed by librarians with a focus on gender and gender identity, in order to combat prejudice, misinformation and post-truths. It emphasizes that libraries should serve the LGBT community (Lesbian, Gay, Bisexual, Transvestite and Transsexual) by creating a “meeting space” in which this group feels represented. It indicates the emergence of research aimed at the LGBT group, as well as the need for services that meet their informational demands.

Keywords: Gender. Gender Identity. Librarian. Library.

GRAFITE EM FLORIANÓPOLIS: CARTOGRAFIA DOCUMENTAL

Igor Soares Amorim

Marisa Bräscher

INTRODUÇÃO

Este capítulo propõe-se a reunir um conjunto de textos que tratem de inovação na Biblioteconomia. Mas o que é inovar ou criar na Biblioteconomia? Por que a inovação é importante para os bibliotecários?

A Biblioteconomia não tem tradicionalmente o foco principal sobre a inovação ou a criação. Desde sua origem a Biblioteconomia esteve preocupada com a gestão de estoques de documentos, mais especificamente, com produção, reunião, tratamento técnico, preservação e disponibilização de obras. Para pensarmos inovação na Biblioteconomia é importante considerarmos que o principal motivo de existência dessa disciplina é a criação, seja a criação conceitual, seja a criação prática. Essa ideia é inspirada na concepção de Deleuze e Guattari, filósofos franceses que defenderam que a criação é o objetivo de toda Arte, Ciência e Filosofia.

Para Deleuze e Guattari (2010), criar significa oxigenar toda uma estrutura com algo novo, algo que atualiza a área. Nesse capítulo pretendemos criar ao explorarmos uma temática incomum, o grafite. Utilizaremos também uma abordagem incomum, a cartografia. Na próxima seção discorreremos sobre a criação não apenas na Biblioteconomia, mas na Área de Informação como um todo.

1 A ÁREA DE INFORMAÇÃO

Consideramos de início que a Biblioteconomia é uma Ciência. Não nos interessa um entendimento de Ciência em seus parâmetros modernos, configurada como espaço neutro de produção de conhecimento, com base na cisão entre sujeito e objeto, entre teoria e prática. Isso porque essa generalização não dá conta de contemplar as diversas manifestações científicas que encontramos no mundo.

A Ciência é um movimento que busca por seus próprios meios de dar conta do real em sua caoticidade, assim como a Filosofia e a Arte também fazem. Rendon Rojas e Herrera Delgado (2010) propõem um modo de pensar a área próximo à concepção de Deleuze e Guattari (2010), pois referem-se ao movimento entre dois polos, um polo caótico, que eles denominam de caos informacional, e o polo da ordem denominado por

cosmos documental. É necessário fazer o movimento abstrato para criamos na Biblioteconomia, o movimento que emerge do caos em direção ao cosmos. Mas como movimentar-se?

Para Deleuze e Guattari (2010), é preciso traçar um plano abstrato do qual brotam as criações. No plano científico, as criações se estabilizam na medida em que constituem referências e costuram lógicas. Daí provêm as ideias inovadoras e, conseqüentemente, as criações teóricas e práticas. No caso da Arte e Filosofia, também se traça um plano de imanência, contudo, na Arte o que se estabiliza são blocos de sensação e, na Filosofia, conceitos filosóficos.

Então, em Deleuze e Guattari (2010) não é o método científico o principal elemento que define a ciência, mas o plano e a emergência de intensidades que adquirem referências. Assim, não existe de imediato uma Ciência da Biblioteconomia, ela não existe, ela na verdade acontece, e só acontece quando é criada. É importante compreendermos esse ponto, porque numa concepção tradicional, a estrutura epistemológica preexiste à própria ciência. O que propomos aqui é diferente. Nada preexiste! Não supomos nada, nenhuma bengala ao pensamento. Sujeito e objeto se constituem após traçarmos um plano.

Tudo isso pode parecer bastante complicado. Todavia, tudo o que explicamos é algo que simplesmente se dá. Toda vez que um pesquisador ou um profissional da biblioteconomia realiza uma pesquisa e concebe uma inovação, os movimentos descritos simplesmente acontecem.

Utilizamos o termo Área de Informação por entendermos que o plano de imanência da Biblioteconomia é o mesmo plano da Documentação, da Bibliografia, da Ciência da Informação, da Organização do Conhecimento, da Arquivologia e da Museologia. Tais áreas lidam com o fenômeno que constitui o documento, contudo, essas manifestações se diferenciam dependendo da problemática, da situação. Área de Informação é um termo que indica o compartilhamento de plano entre as manifestações citadas, contudo, não é uma representação guarda-chuva, nem ignora as diferenças entre as disciplinas citadas, pelo contrário, reforça essas diferenças, pois sem elas a criação específica não emergiria do plano.

Assim, a concepção da Área de Informação compreende uma dinâmica de criação. Uma área que tem como problema o documento do ponto de vista de seu tratamento técnico motivado pela apropriação potencial que uma comunidade pode realizar. Essa área lida com aspectos físicos do documento, com aspectos conceituais e de assunto, com aspectos pragmáticos de seu uso, com os usuários reais ou potenciais e, por fim, como os aspectos intensivos. A Área de Informação diz respeito à experimentação informativa que se estabelece nos liames documentais.

2 CONCEITO DE CARTOGRAFIA

Não é novidade que o modelo da ciência moderna está em crise. A chamada Ciência da Informação foi concebida nesse contexto, como uma via de superação de modelos que não davam conta de solucionar problemas contemporâneos, datados da era pós-industrial.

Como vimos, a compreensão de Ciência de Deleuze e Guattari não é a mesma do modelo científico moderno, aquele pautado na busca da verdade a partir de uma posição neutra conquistada no distanciamento que o sujeito adquire do objeto por meio de experimentos controlados. Assim, talvez encontremos outros mecanismos para construir conhecimentos científicos por meio do pensamento dos filósofos franceses. A noção de cartografia tem sido a aposta para criação de caminho alternativo. Alguns autores (PASSOS et al., 2015) têm procurado desenvolver uma abordagem cartográfica.

A grande contribuição da cartografia é que ela impacta o principal pilar de sustentação da ciência moderna, o método. Pois é o método que garante o estabelecimento das condições para a produção do conhecimento científico. A abordagem cartográfica inverte a lógica metódica. Originalmente o termo “cartografia” é definido como um conjunto de estudos, técnicas que objetivam a elaboração de mapas. Assim, a abordagem cartográfica propõe que a lógica no desenho de mapas seja mantida na construção de conhecimentos; primeiro se explora o terreno (o plano), para então se consolidar as variáveis e os resultados.

Numa pesquisa científica tradicional, primeiramente o pesquisador deve cunhar seus objetivos e planejar os meios para alcançá-los, isto é, definir seus métodos. Todo esse processo é rigoroso e é aconselhável que seu planejamento deve ser feito com base em experiências que já foram testadas. A abordagem cartográfica opera ao contrário, pois primeiro é necessário ao pesquisador adentrar ao campo de experiência para então definir seus objetivos. Os objetivos são móveis e dependem da experiência que o pesquisador desenvolve no encontro com o objeto. O pesquisador precisa estar próximo do objeto e ambos devem se implicar. É claro que o pesquisador necessita de um horizonte, que se define por uma problemática. A experiência pela qual o pesquisador passa é também motivada por essa problemática.

Kastrup (2007) afirma que a cartografia é um método criado por Deleuze e Guattari. Mas o que os dois filósofos dizem sobre esse conceito? Eles tratam da cartografia como princípio que faz funcionar um outro conceito, o rizoma. Cartografia é o quinto princípio do rizoma. Rizoma refere-se a uma lógica não binária de funcionamento do pensamento. A cartografia diz respeito à construção de um mapa a partir de uma “experimentação ancorada no real”. Assim, afirmam que o mapa é “[...] aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável reversível, suscetível de receber modificações constantemente.” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 30). Ainda, dizem que “Um mapa tem múltiplas entradas”; “é uma questão de performace” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 30). Para Ferreira (2008, p. 36): “O método cartográfico é aquele utilizado como o instrumento que vai ‘fotografar’ o acontecimento [...]”, isto é, “[...]acompanhar os movimentos e as retrações, os processos de invenção e de captura que se expandem e se desdobram, [...] no momento em que o mapa é projetado. Ao produzi-lo, estamos no plano da invenção e não mais no da representação.”

Entendemos que a aproximação da cartografia deleuzoguattariana potencializa as possibilidades teóricas e práticas da Área de Informação. Assim, neste capítulo pretendemos seguir uma linha de um mapa. Cartografar um território, um domínio, no caso, o grafite no município de Florianópolis.

3 GRAFITE

Para tratarmos de grafite no rol das questões da Área de Informação, lançamos mão da noção de documentalidade. O que significa documentalidade? Esse conceito destaca a materialidade do documento ao invés do entendimento do documento como mero suporte informacional. Assim, como algo adquire materialidade a ponto de ser reconhecido como documento? Essa discussão busca explicar as condicionantes de construção de um documento. Nesse sentido, o documento não pode ser apreendido sozinho, é necessário lermos os documentos inseridos numa rede que valide seu *status* documental. Esse é um importante apontamento porque revela que o fator mais importante na constituição da documentalidade não é a interpretação que um indivíduo faz do documento, mas as relações que o documento tem com outros seres (objetos e sujeitos). Dessa forma, compreende que as coisas têm potência de associação e assim de produzir ambiente ou território no qual se estabelecem como documento. Por isso, a documentalidade é algo que acontece às coisas, ela é incorporada às coisas, transformando essas coisas em documentos (MOSTAFA, 2011).

O grafite apresenta uma documentalidade própria, por isso constitui-se como elemento de interesse aos bibliotecários e, de modo geral, aos profissionais da Área de Informação. O grafite enquanto documento apresenta a paisagem como recorte material e a cidade como rede que o engendra, o suporte do sentido. Baudrillard (1979) destaca a continuidade que os grafismos apresentam ignorando limites entre muros, portas, janelas, metrô e placas, considerando todo espaço urbano como um corpo único, sem começo ou fim. Mas, o que é o grafite?

Nova Iorque é considerada o primeiro local onde o grafite se consolidou, entre os anos de 1960 e 1970. Rabiscos das *crews*¹ com um número referente à rua e outro ao quarteirão em que o autor morava ou local marco territorial de uma gangue. O grafite nessa época apresentava-se próximo ao que hoje é conhecido como pichação, nas quais as inscrições são principalmente textuais. Contudo, com o passar do tempo, a caligrafia e a estética vão adquirindo plasticidade. No início da década de 1970 encontram-se letras gravadas com contornos grossos em cores distintas, o que mais tarde se tornaria o estilo *throw up*². O grafite se desenvolve na mesma região do jazz, estilo musical com o qual compartilha a liberdade de improvisação. Outra importante característica do grafite é a efemeridade. Os grafites são removidos, cobertos, os muros demolidos, etc. Isso faz parte da própria natureza do grafite.

Para Gitahy (2012), o suporte do grafite é a cidade como um todo, porque não fica restrito à superfície do muro. É comum também inscrições em postes, calçadas, viadutos etc. Segundo Paixão (2011, p. 142):

O termo *graffiti* compreende, atualmente, diversas modalidades de pintura que se caracterizam especialmente por utilizar técnicas baseadas no uso de tinta em latas aerossol e tinta látex, na composição de textos e imagens destinados aos espaços públicos, especialmente os dos centros urbanos, com ou sem consentimento dos proprietários dos muros, paredes e outros suportes

1 Apelido de um grafiteiro ou nome de um coletivo de grafiteiros.

2 Exemplos podem ser vistos em: <<https://www.behance.net/gallery/13138363/Graffiti-Alphabet>>.

onde são pintados. Nessa forma de expressão-intervenção, sobressaem-se as experiências figurativas com desenhos e pinturas mais elaborados e os codinomes transformados em experiências plásticas sofisticadas. São, na verdade, modos atuais de pintura e caligrafia mural, caracterizadas pelo capricho na composição pictórica, na elaboração das formas, na vivacidade das cores e na rapidez da sua realização.

Baudrillard (1979) destaca o grafite enquanto um movimento das minorias, jovens, negros e imigrantes em Nova Iorque, que desenhavam sobre tapumes, muros, metros, ônibus, caminhões, elevadores, galerias e monumentos públicos. Esse movimento é uma ofensiva, contudo não uma revolta política comum, pois apresenta uma selvageria em terreno e conteúdo novo. Isso porque, segundo Baudrillard, é uma revolta contra o poder da mídia, dos signos e da cultura dominante, e não exclusivamente contra o poder político e econômico. Para o autor, as grandes cidades são um espaço homogeneizador e indiferente, mas, ao mesmo tempo, espaço de segregação racial, social e econômico, espaço que se fragmenta a partir de signos distintivos. Os códigos da cidade se instalam num espaço-tempo criando triagens e delimitações sociais. A cidade que até então era o lugar da produção e da realização da mercadoria, torna-se o lugar da execução do signo como “sentença de vida ou morte”. A cidade é o espaço como código, no qual a operação sígnica opera pelo processo de diferenciação, ela é o “polígono dos signos, das mídias, do código” (BAUDRILLARD, 1979, p. 317). O signo segrega, o signo da televisão, do automóvel, dos modelos comportamentais, nas mídias e nos próprios traçados da cidade. Esses signos estruturam as relações sociais e a distribuição desses códigos não é democrática, pois o poder se dá na centralização das definições sobre produção e apropriação dos signos. O grafite é a ação de atacar essa estrutura comutável dos signos, esse conjunto funcional. O uso de apelidos e de caligrafias de difícil decodificação faz do grafite uma busca pela indeterminação que volta contra o próprio sistema semiológico que estrutura a cidade. Essas inscrições irreferenciais funcionam como um grito, como antidiscurso,

[...] como recusa de toda elaboração sintática, poética, política como o menor elemento radical incapturável por qualquer discurso organizado. [...] resiste a toda interpretação, a toda conotação, e eles não mais denotam coisa alguma: nem denotação nem conotação; é através disso que eles escapam do princípio de significação e, enquanto *significantes vazios*, irrompem na esfera dos signos plenos da cidade, os quais eles dissolvem com sua simples presença. (BAUDRILLARD, 1979, p. 317).

As pessoas moradoras dos guetos não trocam com o centro da cidade, assim como os grafites trocam apenas entre si, no anonimato dos grupos que rivalizam esteticamente e espacialmente suas marcas. Grupos anônimos e sem identidade, que se voltam contra a comunicação massificada e se erritorializam no espaço urbano transformando-o em espaço desses coletivos. É uma forma de revolta dos signos, na medida em que os grafites “não visam o muro enquanto tal, nem a funcionalidade dos signos enquanto tal”. Eles se desenvolveram “[...] atacando o próprio suporte, conduzindo os muros a uma mobilidade selvagem, a uma instantaneidade da

inscrição que equivalia a aboli-los.” (BAUDRILLARD, 1979, p. 319). A agressividade de revolta dos grafites se dá por eles justamente não terem

[...] nem conteúdo nem mensagem. É neste vazio que está sua força. [...]. Isto advém de uma espécie de intuição revolucionária – a percepção de que a ideologia profunda não mais funciona ao nível dos significados políticos, mas sim ao nível dos significantes – e que é neste ponto que o sistema é vulnerável e deve ser desmantelado. (BAUDRILLARD, 1979, p. 320).

O grafite é uma um meio radical de democratização da arte e do espaço público. Não é por acaso que se estabelece nas décadas de 1960 e 1970, momento em que o mundo passa por uma contestação no nível políticos e cultural, tendo como marca o Maio de 1968.

No Brasil, o grafite apresenta uma relação com o político mais intenso do que sugere Baudellard (1979). A prática se difundiu pelo País a partir dos anos de 1970, iniciando em São Paulo, epicentro econômico do Brasil, berço de grafiteiros mundialmente renomados. As inscrições nascem como forma de protesto político, sobretudo, criticando a ditadura, contudo, logo diversifica suas mensagens, adotando humor e fazendo enigmas e a estética adquire maiores possibilidades. Baudrillard (1979) destaca que a prática é fortemente reprimida, pois significa a inserção de uma cultura periférica e negra no centro urbano brando, além de serem transideológicos e transartísticos. Para Gitahy (2012), a pichação e o grafite são meios transgressores contra autoritarismos. Logo, iniciou-se o que Gitahy (2012) chama de grapicho, um intermediário entre o picho e o grafite, este que normalmente é mais colorido e trabalhado que aquele e que ainda não havia se estabelecido no país ainda.

Nos anos de 1970 eram grafados desenhos predominantemente em preto e branco (GITAHY, 2012). As máscaras era uma estratégia para inscrição nesse período de ditadura, pois torna o processo mais rápido. Na década seguinte cresce a intensidade que os grupos grafitavam e instituições começaram a atentar-se ao valor das inscrições dos *sprays* nas superfícies urbanas. Ampliam-se as mensagens contra a ditadura militar reclamando eleições diretas. Além disso, as imagens aumentaram, tornaram-se mais detalhadas, com mais desenhos a mão livre e com uso de mais cores. Nessa época, os espaços conhecidos como buraco da Paulista, o beco do Batman e a Praça Roosevelt tornam-se atrativos a vários grafiteiros, e começam a ganhar a fama tal como conhecemos atualmente.

Os anos 1990 foi um período de difusão do grafite pela região metropolitana de São Paulo e por outras cidades e estados. Essa difusão é decorrente principalmente por quatro motivos: da exposição que as obras tiveram pela mídia, quase sempre sob tom condenatório, pela recepção que o movimento teve em instituições relacionadas à arte já na década antecedente, por poucas de políticas públicas que passaram a acolher o grafite e principalmente pela difusão da cultura *hip hop* e do *skate* que incorporaram o grafite como meio de articulação simbólica. É também a década da consolidação da democracia. A população novamente tinha o poder garantido pela constituição de escolher seu governo e de se manifestar livremente. As comunidades marginalizadas começaram a ter algum respaldo da prefeitura, ainda diminuto. O grafite tornou-se interesse

da gestão pública na composição do espaço urbano. Nessa mesma época o movimento *hip hop* se espalhou pela metrópole e potencializou a organização de grupos e coletivos culturais. O grafite amplia sua consciência sobre sua capacidade de afetar o espaço como forma de reterritorializar pelas artérias da cidade. Casas de Cultura, escolas, ONGs, entre outros espaços, passaram a transmitir a cultura do grafite e do *hip hop*, promovendo a difusão das inscrições na periferia da cidade, que se renovavam com estilos e mais desenhos à mão livre. Junto a isso, a polícia e as pessoas de classes mais elitizadas mantiveram ou aumentaram a aversão à prática que ainda hoje é associada às pessoas ligadas à vadiagem e ao crime (GITAHY, 2012).

Essa década é marcada pela criação do artigo 65 da Lei de Crimes Ambientais, n. 9605/98, na qual estabelece punição de multa e detenção aos crimes de grafite, pichação e até mesmo o proprietário que pintasse sua propriedade de maneira inadequada ao padrão observado nos imóveis situados na mesma via. Uma nova lei foi promulgada (Lei n. 12.408/11) para distinguir a pichação do grafite, liberando essa em situações em que o proprietário permita e desde que seja pela valorização do bem imóvel. A década de 1990 foi um período de difusão, aprimoramento técnico e de maior reconhecimento público, embora o combate a prática ainda se dá no nível do Estado e também por pessoas que não compactuam com a prática. Ao fim da década, o grafite paulista alcança reconhecimento internacional no âmbito da arte de rua. Ainda assim, gestões de prefeituras condenam as ações e desenvolvem políticas para cobrir de cinza diversos muros, mesmo considerados pela comunidade internacional como obras de arte.

Foi também nessa década que o grafite se intensificou em Florianópolis. Caracterizada por uma economia fortemente calcada no setor público e de serviços, a cidade não é reconhecida por ser uma das maiores capitais do Brasil. Sua fama em grande parte se dá pelas belezas naturais que tornam o município um dos principais destinos turísticos do país. A distribuição de seus bairros é polinucleada, com núcleos habitacionais separados por espaços de mata, morro, duna de areia e mangue (VAZ; PEREIRA, 2011).

Essa beleza natural vem sendo predada pela rápida urbanização decorrente da especulação imobiliária incentivada pelo turismo e pelo crescimento populacional que a cidade vem passando. As classes afortunadas adquirem propriedades e imóveis em áreas valorizadas e, por vezes, em locais de preservação ambiental, assim como famílias com menor poder aquisitivo se alocam em regiões mais periféricas ou em morros, por vezes também definidos como locais de preservação. Em Florianópolis, os grafites são feitos por diferentes grupos, de naturais ou imigrantes, de pessoas de classe baixa ou elevada. A ação do grafite é por sua própria natureza uma arte de resistência, que reivindica o espaço da arte, o espaço público, o espaço comum. Assim como a Filosofia e a Ciência, a Arte necessita da criação para manter-se viva, e o grafite busca nas dimensões daquilo que somos incapazes de ver novas sensações, contra os discursos dos muros cinzas ou brancos, contra os *outdoors* e a mídia, contra a estética cunhada no valor segregacionista da elite urbana, de modo geral, contra o poder exercido na cidade. Como Baudrillard (1979) afirma, o grafite é um grito daquilo que até então não se ouvia, pois as condições para tanto não se consolidavam no movimento estriado da cidade. Há que se destacar que não é por ser uma atividade tipicamente minoritária que não haja exercício de poder no próprio grafite, como Furtado (2007) mostra que até o ano de sua pesquisa não havia mulheres que praticavam o grafite na

cidade. É válido destacar que em 2015 um grupo de artistas mobilizou-se para desenvolver a primeira Galeria de Arte Urbana a Céu Aberto de Florianópolis, na entrada do Morro do Mocotó.

4 ANÁLISE DO GRAFITE EM FLORIANÓPOLIS

O grafite enquanto documento é pensado a partir da cidade como suporte e a paisagem enquanto recorte. Para uma análise cartográfica, precisamos tomar o grafite enquanto processo e não como um objeto dado, essa postura é necessária para que possamos acompanhá-lo. O processo aqui é entendido na inscrição e efeitos que o grafite causa na cidade, por isso, o que acompanhamos é essa criação e suas consequências no âmbito de sua apropriação social. Para tanto, optamos por realizar uma seleção de grafite postados na rede social do instagram pela hashtag #grafitefloripa. A busca realizada em 2 de fevereiro recuperou 558 fotografias digitais, das quais escolhemos quatro, segundo os seguintes critérios: enquadramento do grafite na imagem, visibilidade, nitidez, ausência de pessoas e o reconhecimento do local.

Cartografar é acompanhar processos. Consideramos que o processo aqui é compreendido como o movimento de ocupação que as inscrições de grafite fazem pelas superfícies da cidade de Florianópolis. Para acompanhar cartograficamente o grafite em sua dinâmica com a paisagem e a cidade utilizamos, junto a Deleuze e Guattari (2010), o pensamento de Milton Santos (2000, 2002), para trabalhar as forças compreendidas no processo. Tais autores compartilham pensamento sobre os conflitos políticos implicados em processos de criação.

A cidade é articulada pela produção, circulação e consumo de bens urbanos que incluem práticas, valores, aspirações, legitimações e critérios de inteligibilidade, composta por pluralidades (MENEZES, 1984). A cidade é um espaço de contradição caracterizada pela disputa de território, isto é, de exercício de poder. “Os atores mais poderosos se reservam os melhores pedaços do território e deixam o resto para os outros [...]”, e nessa dinâmica de disputa são revelados “movimentos de fundo da sociedade” (SANTOS, 2000, p. 39). Milton Santos (2000, 2002) compreende a cidade a partir das relações de poder em disputa do espaço. As relações são reconhecidas por uma força vertical e outra horizontal, que se chocam e promovem heterogeneidades espaciais, culturais, econômicas, sociais. Tais choques tornam a cidade um organismo vivo.

Há, segundo Milton Santos (2000), uma lógica exógena que organiza os territórios e, em consequência, as cidades. Essa lógica vertical é definida pela centralidade do dinheiro e tem como fim exterminar as barreiras impostas por qualquer entidade ou instituição que atrapalhe o acúmulo de capital. Desse modo, cria situações de alienação do espaço, do qual a maior parte das pessoas são desconsideradas, são excluídas dessa lógica. Contudo, os mesmos excluídos desenvolvem uma dialética interna, com desejos distintos dos possibilitados pela lógica exógena, o que faz com que esta força vertical precise ser constantemente revista para avançar na homogeneização. Tanto a lógica quanto a dialética implicam na relação que as pessoas estabelecem entre si e com seu meio, diz respeito à regência da vida social. Assim, a cidade é caracterizada como uma arena de movimentos cada vez mais numerosos. A lógica hegemônica responde ao aumento de complexidade, aumentando sua força homogeneizadora. Todavia, quanto maior a força homogeneizadora, mais as heterogeneidades se aprofundam.

Essa dinâmica gera o que Santos (2000) chamou de fratura social. Emerge, assim, um pragmatismo outro, insurgente, “[...] com a descoberta de que, a despeito de sermos o que somos, podemos também desejar ser outra coisa.” (SANTOS, 2000, p. 56).

Esse conflito pode ser identificado em Florianópolis, sobretudo, em função da especulação imobiliária, o que acompanha o processo de urbanização do município principalmente a partir dos anos de 1990. Embora o primeiro *boom* imobiliário date de vinte anos atrás, no fim do século XX as classes mais abastadas demandaram por empreendimentos de luxo, em locais afastados dos mais pobres. Esse momento foi marcado pela consolidação de Jurerê Internacional, bairro com residências de alto padrão, contudo, o mesmo tem acontecido em outras regiões (JESUS; BASTOS, 2015).

“A cidade é o lugar onde há mais mobilidade e mais encontros” (SANTOS, 2002, p. 216), local privilegiado dos deslocamentos, que se dá sob uma malha urbana que contempla múltiplas racionalidades que cooperam ou se digladiam. Milton Santos (2002) considera a cidade o espaço onde há mais possibilidades de vida, onde a diversidade apresenta maiores condições de existir.

Os grafiteiros perambulam entre os diferentes territórios da cidade, construindo novas possibilidades, novos conteúdos em formas dadas nos espaços urbanos. A condição geográfica, urbana e viária de Florianópolis não favorece o deslocamento, sobretudo, o das camadas mais pobres. Isso ratifica a falta de diálogo na pólis, os contrastes e divergências, são esses embates que revelam as forças que compõem os grafites em Florianópolis. Assim, o próprio grafite é interpelado pela cidade e suas forças.

Menezes (1984) cita a noção de paisagem como um recorte onde se centra um determinado objeto sensível ao tecido urbano. A paisagem é considerada um lugar que comporta o grafite, com composição morfológica e funcional. Segundo Milton Santos (2002, p. 66): “A paisagem é o conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza.” Ela se dá como um conjunto de elementos concretos que congrega passado e presente, com “formas-objetos” e “conteúdo técnico”, é o sistema material no qual o conteúdo se move. A nós, a paisagem é onde a documentalidade de um objeto se concretiza enquanto documento. A documentalidade atualiza as formas, a paisagem, e entre as duas (forma e conteúdo ou paisagem e documentalidade) há uma busca por acordo permanente, um acordo que em si é impossível (AMORIM; BRÄSCHER, 2017).

As formas de se atualizar pela documentalidade ocorrem a partir de diferentes necessidades. A documentalidade atualiza a paisagem segundo a própria dinâmica da cidade: “A função da paisagem atual nos será dada por sua confrontação com a sociedade atual.” (SANTOS, 2002, p. 69). Isso porque a paisagem, por si só, não é suficiente, ela é a forma que precisa do conteúdo, a documentalidade, para então o documento ser concebido. Por isso um documento é sempre provisório, sua realização varia conforme a documentalidade atualiza as formas. Ainda, a cidade atualiza a forma e o conteúdo.

Conforme Deleuze e Guattari (2010), a paisagem é anterior ao homem, porém, precisa ser ocupada e, quando isso ocorre, são compostas as sensações, o que faz com que elementos estéticos do grafite renovem a paisagem. Deixar a marca na cidade, dar ânimo à paisagem, estabelecer uma comunicação silenciosa com a

cidade sob a composição de elementos numa rede, num mapa alternativo (FURTADO, 2007), desenhado pelas próprias inscrições em *spray*.

Essa ocupação própria ao grafite é conflituosa, pois se dá sob dois vetores, o da lógica externa e o da dialética interna, o que repercute na própria interação dos transeuntes com as inscrições. Isso faz de cada inscrição um espaço de experiência renovada, caracterizado pela impermanência, pois há uma vibração inerente ao grafite, derivada dos traços e das cores que vivificam a paisagem e a ela confere outras visibilidades.

A democratização da cultura resultante dos rabiscos e desenhos nas superfícies da cidade é acesso não à alta cultura, a cultura de elite, mas sim a uma produção propriamente marginal, popular. Não só o grafiteiro artista, mas o próprio transeunte passa a se articular com o grafite e com esse novo mapa da cidade, derivado das ações da estética marginal, que é capturada pela observação e pela experiência. A cidade passa a ser composta por rotas alternativas estabelecidas no sensível. Tais rotas renovam o muro, a paisagem, a cidade, num processo de virtualização, isto é, um acontecimento, um evento (DELEUZE; GUATTARI, 2010; SANTOS, 2002).

Essa concepção é fundamental para que compreendamos o documento-grafite na unicidade necessária ao pensamento. O processo de atualização permite uma compreensão da não cisão entre o leitor e o documento e entre a documentalidade e o documento. As noções de cidade, paisagem, grafite e documento se encontram nesse movimento de atualização-virtualização. A atualização é a diferenciação da paisagem de um grafite que se dá sobre a unidade de um fundo informe. A paisagem se individualiza, mas se mantém integrada ao todo das possibilidades, sua condição de existência real. As possibilidades indicam que cada paisagem é latente de inscrições, que se realizam no processo de atualização, quando forma e conteúdo se relacionam, no encontro das condições técnicas, estruturais e sociais.

Então o mundo se dá como latência, como um conjunto de possibilidades que ficam por aí, vagando, até que, chamadas a se realizar, transformam-se em extenso, isto é, em qualidades e quantidades. Tais essências seriam, então, o Real Possível, possibilidades reais, e não ideais. Esse Real se dá como configuração viável da natureza e do espírito, em um dado momento: uma técnica nova ainda não historicizada, uma nova ação apenas pensada. (SANTOS, 2002, p. 80).

A atualização necessita da ação da inscrição, que realiza um dos possíveis reais, que congrega o todo-comum com o particular-individual (DELEUZE; GUATTARI, 2010). Cada ação é condicionada socialmente, contextualmente, o que condiciona também o próprio grafite. Há, assim, uma seletividade inerente ao processo de individualização do grafite, tanto no nível das formas como do conteúdo, que impossibilita a sua padronização. O grafite, enquanto documento, vincula-se ao todo via a documentalidade, também influi no desenvolvimento da totalidade, do real, interfere na própria conjuntura do social em sua dimensão do possível.

Segundo Santos (2006, p. 23), o grafite “aguça a visão de seus habitantes”, pois torna visível o que está adormecido na totalidade. É concebido por uma “[...] ação dinâmica no interior do movimento acelerado das vias de percurso das cidades atuais.” (SANTOS, 2006, p. 20). Assim, o

[...] grafiteiro se inclui em cada espaço de forma diferenciada, agindo e criando nele, mas também a partir dele. Como se cada lugar da cidade pedisse um grafite diferente, uma criação singular, impondo uma certa ordenação no processo criador, na medida em que é a partir de seus limites e suas características, bem como das pessoas que ali transitam que o grafiteiro vislumbra um tema, os personagens ou letras, o tamanho da sua obra e o tempo para realizá-la. (FURTADO, 2007, p. 110).

A partir de Menezes (1984), podemos compreender os grafites como componentes do tecido urbano, que, por sua capacidade documental, realimentam a paisagem urbana e, nesse processo, o público/usuário não é passível, mas agente. Entendemos que, pensado integralmente, o grafite (que inclui o picho, o grapicho, o grafite e o mural) é definido por quatro questões: a velocidade, a democrática, a crítica e a estética. São questões que se estabelecem na dinâmica de conteúdo-forma e que são importantes na compreensão do grafite em sua documentalidade. A questão da velocidade diz respeito à rapidez com que a inscrição deve ocorrer devido à sua condição ilegal. Por essa condição, há sempre um alerta, na composição do grafite, alerta da corrida para se chegar à superfície onde se grava, para realizar a inscrição, e para fugir da polícia. Há também nessa questão a noção da *performance* do artista, pois o corpo é fundamental na composição da inscrição, o corpo que corre, que escala e que atravessa a cidade. Ainda, o grafite é compreendido na própria vida urbana e em sua origem, não é feito para durar, uma vida com início, meio e fim, sendo o fim o momento em que a superfície for coberta de tinta, reconstruída em outra casa ou prédio, tornar-se terreno baldio.

A questão democrática diz respeito à ação própria do grafite que é distribuída pela cidade em espaços de acesso público, por isso é considerada uma arte democrática. As inscrições ocupam espaços de modo a reapropriá-los. Como temos visto, mais que subjetivo, o processo é coletivo e envolve as forças que percorrem a cidade e constituem sua dinâmica. A ocupação que o grafite faz da cidade é múltipla, pois preza pela diferenciação que se dá em função da paisagem, compondo um verdadeiro mapa alternativo.

Com relação à questão crítica, o grafite volta-se contra seu próprio material. A tinta, a textura, as cores, voltam contra o muro, o poste, o chão, impedindo seu silêncio. Afinal, o que os muros cinza silenciam? Por que os muros cinza são preferidos pelo poder público ou privado? Há nisso uma definição de lugar, a cor cinza é a inscrição da ordem, de quem ordena e acinzentada a paisagem. O grafite corrompe o próprio muro enquanto obstáculo à periferia, tornando-o também periférico. Por vezes, porta uma mensagem política evidente, contra uma determinada mazela social. Contudo, sob esse discurso há o que Baudrillard chamou de antidiscurso, essa força que não se trata de comunicação ou mensagem, pois sua intenção é o *devenir*. Deleuze esclarece que o cinema moderno fala “de um” e “para um” povo por vir. O antidiscurso porta esse traço inerente às manifestações das minorias (DELEUZE, 2007). Isso porque o grafite é essa expressão das forças da cidade e que, quando expressa, cria lugares.

Por fim, a questão estética. Para Deleuze e Guattari (2010), a estética é componente ativo no processo de criação artístico que promove emergências de ideias estéticas em seu meio, no caso, o meio urbano. Assim, são compostos os signos, os personagens e as frases (personagens estéticos) que articulam a cidade com o grafite

em si e o grafite com as forças da cidade. É nessa conexão que ocorre o diálogo com o possível e se constrói a sensação. As sensações exprimem as forças da cidade e permitem a criação de outros mundos, mundos possíveis. A questão estética envolve os aspectos instrumentais e técnicos da composição do grafite, pelos quais se dão as inovações do próprio grafite (picho, grafite, mural, grafite em galeria).

Neste trabalho, por meio dessas quatro questões (velocidade, democracia, crítica e estética), entendemos que o grafite é constituído enquanto processo e pode ter sua documentalidade cartografada. Assim, ele se individualiza, ganha uma existência, enquanto grafite, enquanto documento. Para ilustrar essa visão, neste capítulo selecionamos as seguintes obras:

Figura 1. Grafite localizado na Lagoa da Conceição 1



Fonte: Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/grafitefloripa/?hl=pt-br>>.

Figura 2. Grafite localizado na Lagoa da Conceição 2



Fonte: Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/grafitefloripa/?hl=pt-br>>.

Figura 3. Grafite localizado no centro



Fonte: Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/grafitefloripa/?hl=pt-br>>.

Figura 4. Grafite localizado no bairro do Itacorumbi



Fonte: Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/grafitefloripa/?hl=pt-br>>.

Na cartografia, o principal vetor de análise é o acompanhamento do processo. Neste capítulo, buscamos compreender o grafite em Florianópolis em si, isto é, mais do que interpretar seus signos e cores, buscamos explorar quais forças compõem essas inscrições. Esse é um passo importante para, posteriormente,

implementarmos ações e serviços de informação, tais como a indexação, a mediação e a disseminação. Dentre os grafites indexados pela *hashtag* #grafitefloripa, encontramos outros elementos que remetem à natureza, tais como borboletas, joaninhas, macacos, felinos, pássaros, baleias, ursos, águas-vivas, cogumelos, além de animais fictícios. Ainda encontramos humanos que estabelecem algum acordo com a natureza, como sereias e figuras que misturam humanos com animais ou vegetais. Nos grafites apresentados nas figuras 1, 2, 3 e 4, esse apelo à natureza é evidente. Contudo, as *hashtags* que acompanham as imagens no Instagram não denotam este aspecto:

- a) figura 1 - #grafite, #graffiti, #grafitefloripa, #grafitesc, #floripa, #brasil, #brazil, #street, #streetart, #art, #paint;
- b) figura 2 - #florianopolis #floripando, #amoflorianopolis, #santacatarina, #turismo, #praia, #litoralsc, #litoralnorte, #litoralnotesp, #litoralsul, #litoralsulsp, #santacatarianasc, #grafite, #grafitesp, #grafites, #grafitesc, #grafitefloripa;
- c) figura 3 - #amografite, #artederua, #casasantigas, #vintage, #grafitefloripa, #artemqualquerlugar, #fotosdodu;
- d) figura 4 - #arte, #artederua, #grafite, #grafitefloripa, #streetarts.

Identificamos que as *hashtags* não indicam as forças que mobilizam a expressão do grafite. Isso seria importante para a compreensão do grafite enquanto um tipo documental integrado com a dinâmica social que o gera. Essa dinâmica evoca a disputa por território, pelo acesso democrático aos espaços comuns. O grafite reivindica, protesta contra as privações sociais dos espaços, da cidade. Como vimos, as quatro questões que compõem o grafite e sua expressão são importantes na compreensão da sua dimensão documental. As informações sobre tais elementos podem orientar as ações e serviços de informação.

Nos últimos anos o conflito entre a lógica vertical e horizontal tem se intensificado devido ao Plano Diretor do Município de Florianópolis. Isso porque o plano não seguia a legislação específica, e foi desenvolvido sem a participação de entidades da comunidade que deveriam participar das decisões. A administração pública argumenta que foram realizados estudos técnicos e que, por isso, a participação popular não foi necessária. Tal argumento ratifica a ilegalidade do plano proposto (BERNADES; PIRES, 2017). Além disso, o plano foi concebido sem levar em conta aspectos reais de sustentabilidade, sistema viário e as projeções demográficas (BERNADES; PIRES, 2017; FIGUEROA; SCHERER, 2016; JESUS; BASTOS, 2015).

O grafite se diferencia da propaganda publicitária, da informação educativa e das imagens para o consumo. As ruas da cidade têm uma pulsão própria tecida nos encontros, e o encontro com o grafite pode causar a captura dessa essência conflituosa da cidade. Esse enriquecimento se dá pela experiência que o grafite provoca nos transeuntes, experiência que pode ser auxiliada pelas ações de informação. Entre o grafite e a cidade há uma disjunção, esse “acordo discordante” intrínseco aos conflitos. Milton Santos (2002) lembra que quando o homem se defronta com um espaço que não colaborou na produção, estabelece com este uma relação de alienação, na qual a memória pouco lhe contribui na articulação com este espaço. Contudo, a confrontação pode impulsionar o homem para além da alienação, na medida em que faz do espanto inicial com o espaço estranho ser reformulado para um entendimento de uma nova realidade, um mundo possível.

Nesse sentido, Milton Santos (2000, p. 53) nos fala sobre a solidariedade orgânica, como o “[...] conjunto sendo formado pela existência comum dos agentes exercendo-se sobre um território comum.” Para alcançá-la é preciso desterritorializar, passar da situação da descoberta da diferença para tomar uma consciência crítica. Para tanto, “[...] é fundamental viver a própria existência como algo de unitário e verdadeiro, mas também como um paradoxo: obedecer para subsistir e resistir para poder pensar o futuro. Então a existência é produtora de sua própria pedagogia.” (SANTOS, 2000, p. 57).

Assim, pode ocorrer a substituição da ignorância pelo conhecimento (SANTOS, 2002). Trata-se de um processo em que as pessoas se articulam com o espaço novo de modo ativo. É um processo de ascensão no qual, ao fim, o ser do homem alienado alcança e se integra ao ser do grafite, numa nova consciência, a partir das forças da cidade. É uma consciência pelo lugar mais que do lugar. É um processo de salto que transforma a negatividade do estranhamento em uma produção positiva. Santos (2002) destaca a lentidão como vetor para rebelar-se contra o poder na cidade, pois o poder imprime velocidade na dinâmica e impede que as pessoas tracem seus próprios movimentos. O grafite tem capacidade de capturar os habitantes das cidades, desacelerando-os, possibilitando o movimento de conscientização.

Pensando no grafite, como sair do caos informacional e chegar ao cosmo documental? É preciso conceber o documento que, como tal, porta informações. Nossa análise acompanhou o grafite em seu processo de tornar-se documento na medida em que adquire expressividade. Essa foi nossa problemática, nosso campo de experiência. A partir disso, mapeou-se o grafite identificando os elementos que lhe conferem existência: a cidade, a paisagem e o próprio grafite. São elementos sobrepostos que não estabelecem hierarquia, mas nos permitem diferentes enfoques. Na composição de tais elementos mapeamos também quatro vetores importantes na constituição do grafite: a velocidade, a democracia, a crítica e a estética. Por esses vetores o grafite se consolida enquanto expressão social e enquanto documento. Assim, entendemos que a indexação de tais documentos deve contemplar essa dinâmica, o que não foi constatado nas *hashtags* que indexam as imagens dos grafites no Instagram. Essa análise afirma para a Área de Informação a importância dos aspectos sociais e conceituais que envolvem o documento. Captar as forças que constituem o documento é fundamental para pensarmos a área além dos paradigmas da ciência moderna.

O grafite é compreendido em sua forma atual (tal como se fixa nas superfícies urbanas) e virtual (tal como mobiliza forças discordantes). Segundo Santos (2002, p. 218): “A forma atual, conforme já vimos, supõe informação para o seu uso e ela própria constitui informação, graças à intencionalidade de sua produção. [...] tudo o que fazemos produz informação.” Isso implica que em sua forma atual o grafite promove informação, devido à sua documentalidade. Enquanto documento, o grafite não está desconectado das forças que o compõem, forças da cidade. Por isso, o grafite contribui para as múltiplas leituras que podemos fazer da própria cidade.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, I. S.; BRÄSCHER, M. Fissuras indômitas da representação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília. **Anais...** Marília: Unesp, 2017.
- BAUDRILLARD, Jean. Kool Killer ou insurreição pelos signos. **Revista Cinema/Cine Olho**, n. 5, jul./ago. 1979.
- BERNARDES, L. S.; PIRES, F. D. Plano diretor de Florianópolis: uma análise sob a luz da mobilidade urbana e do desenvolvimento sustentável. **Revista Borges**, Florianópolis, v. 7, n. 1, 2017.
- DELEUZE, G. **Cinema 2: a imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- _____; GUATTARI, F. **O que é Filosofia?** 3. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2010.
- FERREIRA, F. T. Rizoma: um método para as redes? **Liinc em Revista**, Brasília, v. 4, n. 1, 2008.
- FIGUEIROA, A. C.; SCHERER, M. E. Para onde estamos indo? Uma avaliação do plano diretor do Município de Florianópolis para o entorno da Estação Ecológica de Carijós. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, v. 38, p. 283-301, ago. 2016.
- FURTADO, J. R. **Inventi(cidade): os processos de criação no graffiti**. 2007. 165 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- GITAHY, C. **O que é graffiti**. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- JESUS, G. V.; BASTOS, J. M. As políticas de planejamento e a valorização da terra: caso de Florianópolis (SC). **Revista PerCursos**, Florianópolis, v. 16, n. 30, 2015.
- KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. **Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 19, n. 1, p. 15-22, 2007.
- MENESES, U. B. O museu na cidade X a cidade no museu: para uma abordagem histórica dos museus de cidade. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 5, n. 8/9, p. 197-205, 1984.
- MOSTAFA, S. P. A documentalidade como conceito filosófico. In: CRIPPA, G.; MOSTAFA, S. P. **Ciência da informação e documentação**. Campinas: Alínea, 2011.
- PAIXÃO, S. J. C. **O meio é a paisagem: pichação e grafite como intervenções em São Paulo**. 2011. 218 f. Dissertação (Mestrado em Estética e História da Arte) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

PASSOS, E. et al. **Pistas do método da cartografia**: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REDON ROJAS, M. A.; HERRERA DELGADO, L. B. Bases filosóficas de la organización de la información. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, 2010.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

_____. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, W. R. M. **Peles grafitadas**: uma poética do deslocamento. 2006. 86 f. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Belas Artes, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.

VAZ, M. J. M.; PEREIRA, E. M. O “espaço geográfico” e o “espaço social” Florianópolis-SC. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, 2011.

Capítulo – GRAFITE EM FLORIANÓPOLIS: CARTOGRAFIA DOCUMENTAL

RESUMO EM PORTUGUÊS

O presente capítulo analisa o domínio do grafite em Florianópolis por meio da abordagem cartográfica deleuzoguattariana. Para tanto, aproxima a área de informação e sua condição de criação pela perspectiva da cartografia inspirada no pensamento de Deleuze e Guattari e Milton Santos. Relata o desenvolvimento do grafite a partir de sua chegada ao Brasil e sua consequente difusão em Florianópolis. Nos procedimentos metodológicos, selecionou-se na rede social Instagram fotografias de grafites que possuíam enquadramento na imagem, visibilidade, nitidez e ausência de pessoas. A análise indica a emergência de um tema comum entre os grafites da cidade, que expressa o conflito entre uma lógica vertical hegemônica e uma dialética horizontal criativa. A lógica hegemônica homogeneiza o território e uniformiza os códigos em busca da ampliação predatória da estrutura urbana, enquanto que a dialética horizontal resiste à urbanização descontrolada e preza por outra relação com a natureza. A cartografia descreve forças que constituem a documentalidade do grafite, e possibilita ações e serviços de informação mais ativos frente às dinâmicas sociais compreendidas no município de Florianópolis.

Chapter – GRAFFITY IN FLORIANÓPOLIS: DOCUMENTARY CARTOGRAPHY

ABSTRACT

This chapter analyzes the field of graphite in Florianópolis through the deleuzoguattariana cartographic approach. In order to do so, it approaches the area of information and its condition of creation through the perspective of cartography inspired by the thought of Deleuze and Guattari and Milton Santos. It reports on the development of graphite from its arrival in Brazil and its consequent diffusion in Florianópolis. In the methodological procedures, graffiti photographs were selected in the social network instagram that had picture framing, visibility, sharpness and absence of people. The analysis indicates the emergence of a common theme among city graffiti, which expresses the conflict between a vertical hegemonic logic and a horizontal, creative dialectic. The hegemonic logic homogenizes the territory and unifies the codes in search of the predatory expansion of the urban structure, while the horizontal dialectic resists uncontrolled urbanization and values another relationship with nature. The cartography describes forces that constitute the documentary of graphite, and enables actions and services of information more active in the social dynamics understood in the municipality of Florianópolis.

SOBRE OS AUTORES

Adilson Luiz Pinto

Doutor em Documentação pela Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Mestre em Ciência da Informação pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas) e em Documentação Audiovisual pela UC3M. Graduado em Biblioteconomia pela PUC-Campinas. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor efetivo do Departamento de Ciência da Informação da UFSC (graduação e pós-graduação). Editor geral da revista Encontros Bibli. Membro do Grupo de Pesquisa Inteligência, Tecnologia e Informação – Research Group (ITI-RG). Especialista em Ciência da Informação, com ênfase em Representação, Organização e Visualização da Informação, atuando principalmente nos temas: Estudos Métricos da Informação (bibliometria, cienciometria, informetria, librametrics, webometria e arquivometria), E-Science (mineração automatizada de dados), Visualização da Informação (Análise de Redes Sociais, Visualização analítica, Visualização de textos, Modelagem de Processo, Visualização temporal, Geolocalização de dados e Clusterização).

Adriana Stefani Cativelli

Mestre em Gestão de Unidades de Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGInfo/UDESC). Graduada em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bibliotecária da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Doutoranda em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PGCIN) da UFSC. É avaliadora da Revista Associação catarinense de Bibliotecários (ACB). Membro do Grupo de Pesquisa Inteligência, Tecnologia e Informação – Research Group (ITI-RG). Possui interesse em: patentes; indicadores métricos de informação; recuperação da informação, estratégia de busca e pesquisa em bases de dados.

Críchyna Madalena

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação (PPGInfo), no mestrado profissional em Gestão de Unidades de Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Linha de pesquisa: Gestão de Unidades de Informação. Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Santa Catarina (2012). Áreas de interesse: Empreendedorismo, Atuação, Ensino e Formação na Biblioteconomia. Representante discente (suplente) no Programa de Pós-Graduação - Gestão da Informação da UDESC na gestão 2016/2017.

Daniela Fernanda Assis de Oliveira Spudeit

Professora no curso de graduação em Biblioteconomia e no Programa de Pós-Graduação de Gestão da Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina. Possui mestrado em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina, especialização em Gestão de Unidades de Informação pela UDESC, especialização em Didática do Ensino Superior pelo SENAC, bacharelado em Biblioteconomia pela UFSC e licenciatura em Pedagogia pela UDESC. Atualmente, coordena o Grupo de Bibliotecários da Área Escolar em Santa Catarina (GBAESC), é vice-presidente da Associação Brasileira de Educação em Ciência da Informação (ABECIN), editora da Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação (REBECIN). Áreas de interesse: Gestão de unidades de informação, empreendedorismo, gestão da qualidade, de processos e projetos em Biblioteconomia, planejamento e *marketing*, competência em informação, bibliotecas escolares e universitárias, atuação, ensino e formação em Biblioteconomia.

Daniela Spudeit

Mestre em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (PGCIN/UFSC). Especialista em Didática do Ensino Superior pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e em Gestão de Unidades de Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Graduada em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e em Pedagogia pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Atua como pesquisadora no Grupo de Pesquisa em Informação (GPINFO) do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação na UDESC e também no Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Competência em Informação (GPCIn) no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFSC, com foco de interesse em gestão de unidades de informação, empreendedorismo, gestão da qualidade, gestão de processos e de projetos na Biblioteconomia, planejamento e *marketing*, competência em informação, ensino, atuação e formação em Biblioteconomia. É professora no curso de Biblioteconomia e no Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação na UDESC.

Danielly Oliveira Inomata

Doutora em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (PGCIN/UFSC). Mestre em Ciência da Informação pela UFSC. Graduada em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Atua como pesquisadora do Núcleo de Gestão para Sustentabilidade (NGS/UFSC) e do Grupo de Pesquisa Informação, Tecnologia e Sociedade (GRITS/UFSC), com foco de interesse em fluxos de informação, gestão da informação e do conhecimento, *startups*, incubadoras de empresas, parques tecnológicos e redes colaborativas. Professora do curso de Biblioteconomia, na Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Eduardo Silveira

Doutorando em Ciência da Informação na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) na linha de pesquisa Informação, Gestão e Tecnologia. Possui mestrado em Ciência da Informação pela UFSC, graduação em Biblioteconomia – Habilitação em Gestão da Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina e graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina. Linhas de pesquisa de interesse: Estudos Métricos da Informação, com ênfase na Webometria (Análise menções *web*) e Contabilidade para não contadores. Integra o Grupo de Pesquisa ITI-RG ligado ao Programa PGCIN/UFSC.

Gabriela Bazan Pedrão

Doutoranda em Ciência da Informação (CI) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). Bolsista pesquisadora da Fundação Biblioteca Nacional (2016-2017). Pesquisas ligadas à organização da informação através da história dos catálogos, utilizando como base de estudo o Catálogo de Panizzi. Mestre em CI também pela Unesp (2013), desenvolvendo uma pesquisa, subsidiada pela Capes, sobre memória e arquivos pessoais, tendo como objeto de estudo a Coleção Zeferino Vaz na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduada em Ciências da Informação e Documentação (2010) pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo (USP). Desde 2014 produz conteúdo para o canal “É o último, juro!”, no YouTube, sobre literatura e Biblioteconomia.

Genilson Geraldo

Acadêmico do curso de Biblioteconomia do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), especialização em Catalogação, indexação, organização, fontes, estratégias, gestão de documentos e recuperação da informação em Unidade de Informação. Atualmente trabalha na Assessoria Jurídica da Eletrosul Centrais Elétricas, como assistente jurídico com especialidade em Análise e distribuição de intimações judiciais, petições iniciais, assistência e suporte aos processos jurídicos, em busca de informações e documentos como subsídios de defesas em prol da empresa.

Gregório Jean Varkais

Doutor em Manufacturing Engineering pela Loughborough University of Technology (1991), mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC, 1982) e graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS, 1979). Atualmente, é professor titular da UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC) e no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PGCIN). Tem experiência na área de Gestão, com ênfase em Gestão de Processos, Gestão do Conhecimento e Gestão de Organizações de Serviços, atuando principalmente nos seguintes temas: inovação, gestão do conhecimento, produtividade, melhoria contínua, tecnologia de informação e fluxo informacional.

Igor Soares Amorim

Doutorando em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (PGCIN/UFSC). Mestre em Ciência da Informação pela UFSC. Graduado em Ciências da Informação e da Documentação pela Universidade de São Paulo (USP), com foco de interesse organização do conhecimento, ciência da informação, biblioteconomia, análise de domínio, filosofia da ciência da informação.

Jean Fernandes Brito

Mestrando em Ciência da Informação – Área de Concentração: Gestão da Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), pela Faculdade de Filosofia e Ciências, *Campus* de Marília, e aperfeiçoamento em Língua Portuguesa pela WR Educacional. Atualmente é pesquisador e bolsista CAPES membro de grupo de pesquisa Inteligência, Tecnologia e Informação (ITI - RG) da linha de pesquisa Informação, Gestão e Tecnologia. Tem interesse de pesquisa nas temáticas: Arquitetura da Informação digital, Tecnologias de Informação e Comunicação Usabilidade. User Experience. Gênero e sexualidade no contexto das TIC – Ambientes informacionais digitais – Linguagens e Cognição.

Jorge Moisés Kroll do Prado

Doutorando em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Gestão de Unidades de Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Bacharel em Biblioteconomia pela UDESC. Coordena a Rede de Bibliotecas do Senac em Santa Catarina.

Ketry Gorete Farias dos Passos

Doutoranda em Ciência da Informação (2015 – até o momento) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Ciência da Informação (2012) e Especialista em Gestão de Bibliotecas Escolares (2015) pela UFSC. Graduada em Biblioteconomia – Habilitação em Gestão da Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC, 2009). Atualmente, é professora colaboradora do Departamento de Biblioteconomia e Gestão da Informação – DBI/UDESC (2014 – até o momento). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Gestão da Sustentabilidade NGS/EGC/UFSC (2010 – até o momento).

Márcio Matias

Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC, 2003), mestre em Ergonomia, com graduação em Ciência da Computação. Atualmente é professor adjunto, Chefe do Departamento de Ciência da Informação da UFSC e membro do grupo de pesquisa ITI-RG (Inteligência,

Tecnologia e Informação), atuando nos temas: Tecnologias da Informação e da Comunicação, Representação da Informação, Recuperação da informação, Inteligência, Arquitetura da Informação, Usabilidade, Interação Humano-Computador, User Experience, Visualização da Informação, Webometria, Cibermetria, Inovação.

Marisa Bräscher

Professora do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre e doutora em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília (UnB), com dois anos de pesquisa na Université de Nice Sophia Antipolis (França). Líder do Grupo de Pesquisa Organização do Conhecimento e Gestão Documental.

Marli Dias de Souza Pinto

Professora adjunta II, do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação e dos cursos de graduação do DPTCIn/UFSC. Graduada em Biblioteconomia (1994); mestre em Administração (1999) e doutora em Engenharia de Produção (2003), toda titulação obtida na Universidade Federal de Santa Catarina. Participa do Núcleo Docente Estruturante do curso de graduação em Biblioteconomia; é integrante do Colegiado do curso de graduação em Administração (CSE/UFSC); integra o Colegiado do curso de graduação em Biblioteconomia; faz parte da Comissão de Marketing Biblioteca Universitária da UFSC. Vice-líder do Grupo de Pesquisa Instituto Biblion/UFSC. Tem experiência na área de Ciência da Informação, atuando principalmente nos seguintes temas: *Marketing* da Informação; Gestão do Conhecimento, Gestão de Pessoas; Competência Profissional e Sustentabilidade em Unidades de Informação, Estudos de Usuários da informação e Gestão Organizacional. Faz parte do Banco de Avaliadores (BASis) do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), desde 2006.

Orestes Trevisol Neto

Graduado em Biblioteconomia e mestre em Ciência da Informação ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Docente no curso de Biblioteconomia EaD na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ) e bibliotecário da UDESC/Pinhalzinho. É avaliador da Revista ACB e membro editorial da Revista CSBEA. Conselheiro do CRB-14, atuando como coordenador da comissão de divulgação e valorização profissional. Possui interesse em comunicação científica, bibliometria, cienciometria e institucionalização científica e moda enquanto campo de conhecimento.

Pedro Ivo Silveira Andretta

Doutorando em Ciência da Informação (2017 – até o momento) pela Universidade de São Paulo. Mestre em Linguística (2013), mestre em Ciência, Tecnologia e Sociedade (2015) e graduado em Biblioteconomia e Ciência da Informação (2010) pela Universidade Federal de São Carlos. Atualmente, é professor assistente

do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Rondônia. Desenvolve atividades no Laboratório de Estudos Interdisciplinares das Representações discursivas do leitor brasileiro contemporâneo (LIRE-UFSCar) e Migrações, Memória e Cultura na Amazônia Brasileira (UNIR). Os temas de pesquisa com os quais atua são: Leitura, Literatura, Análise do discurso, Tecnologias da Informação e Comunicação científica.

Priscila Machado Borges Sena

Doutoranda em Ciência Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Possui mestrado em Ciência da Informação pela UFSC (2014); especialização em Gestão do Conhecimento pela Faculdade Integrada da Grande Fortaleza (2012); graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Mato Grosso (2009); experiência na área de Ciência da Informação, atuando principalmente nos seguintes temas: ecossistema de *startups*, empreendedorismo, tecnologia e inovação, gestão documental, gestão da informação, gestão do conhecimento, bibliotecas universitárias na educação a distância e bibliotecas escolares. Participou do Grupo de Pesquisa Informação, Tecnologia e Sociedade (GrITS). Participa do Grupo de Estudos em Biblioterapia, Bibliotecas Escolares e Leitura (GEBBEL), do Grupo de Pesquisa Via Estação do Conhecimento (VIA) e do Instituto de Pesquisas Biblion (BIBLION), todos da UFSC. Atuou como professora substituta de 2015 a 2016 no Departamento de Ciência da Informação da UFSC.

Soraia Pereira Magalhães

Bibliotecária formada pela Universidade Federal do Amazonas, mestra em Sociedade e Cultura na Amazônia (UFAM), doutoranda no Programa de Doutorado Formación en la Sociedad del Conocimiento, pela Universidade de Salamanca, Espanha, onde analisa a atuação do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Amazonas. Criadora do *blog* Caçadores de Bibliotecas, atividade que lhe favoreceu visitar bibliotecas em diversas cidades brasileiras e mais de vinte países. Esteve entre as cinquenta personalidades bibliotecárias do Movers & Shakers 2013, do Library Journal (prêmio concedido nos EUA), na categoria Advocacy pela luta realizada em prol da reabertura da Biblioteca Pública do Amazonas.

Ursula Blattmann

Atua desde 1993 como professora da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) nas áreas de Biblioteconomia, Arquivologia e Ciência da Informação. Realizou a pesquisa de pós-doutorado na Universidade Federal de Pernambuco, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (março de 2014 a fevereiro de 2015). Participa como autora e leitora de material didático para o Curso de Bacharelado em Biblioteconomia na modalidade educação a distância da UFRJ em parceria com a CAPES (<http://www.bibead.ufrj.br/index.php>). Possui graduação em Biblioteconomia pela UFSC (1986), mestrado em Biblioteconomia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1994) e doutorado em Engenharia de Produção pela UFSC (2001). Participa em conselhos e corpo editorial de revistas técnicas e científicas. Líder do Instituto de Pesquisas Biblion e pesquisadora no Núcleo de Pesquisas Arquivos Contemporâneos NUPEAC do Departamento de Ciência da

Informação UFSC. Coordenadora de Trabalhos de Conclusão de Curso Arquivologia (mar. 2015 – mar. 2019).
A partir de 2011 atua na editoria da revista *Ágora* (<http://agora.emnuvens.com.br/ra/>).

ÍNDICE REMISSIVO

Amazonas

Área de Informação

Arte de Rua

Associações industriais

Atitude

Atuação profissional

Autazes (AM)

Base de dados

Benjamin Constant (AM)

Biblioteca comunitária

Biblioteca da Diversidade

Biblioteca escolar

Biblioteca pública

Biblioteca universitária

Bibliotecário

Bibliotecas públicas

Bibliotecas Públicas no Amazonas

Biblioteconomia

Bissexual

Blogs

Booktube

Branding

Cartografia

Cidades do Amazonas

Ciência

Ciência da Informação

Cinema Mundo

Colaboração

Competências

Conhecimento

Conhecimento crítico

Consultoria
Cooperação
Criatividade
Criatividade
Deleuze e Guattari
Design Thinking
Dispositivos móveis
Diversidade sexual
Documentalidade
Empreendedorismo
Empresas
Espaços de trabalho
Estratégia competitiva
Estratégia de busca
Estudos de caso
Fator de impacto na *web*
Filosofia
Florianópolis
Fluxos da informação
Fontes de informação
Fontes de inovação
Fontes externas
Fontes internas
Formação profissional
Fotografia
Gay
Gênero
Gestão da informação
Gestão de marcas
Gestão do conhecimento
Grafite
Hashtag
Heterossexual

Homossexual
Identidade da marca
Identidade de gênero
Indexação
Informação
Informação Científica e Tecnológica
Informação estratégica
Inovação
Inovação em bibliotecas
Inovação em Serviços de Informação
Inovação tecnológica
Instagram
Leitura
LGBT
Links
Literatura
Makerspace
Marcas
Marketing
Mediação
Menção *web*
Mercado
Mercado de trabalho
Metadados
Metodologia
Oportunidade
Orientação sexual
Parques tecnológicos
Patentes
Perfil profissional
Pesquisa
Pixo

Planejamento estratégico
Práticas de gestão do conhecimento
Prestação de serviços
Produção científica
Produtos de bibliotecas
Recuperação da informação
Recursos de busca
Redes colaborativas
Representação
São Sebastião do Uatumã (AM)
Serendipidade
Serviço
Serviços de bibliotecas
Sexo
Sistema de classificação
Startups
Tamanho de *website*
Tecnologia
Tecnologia de Informação e Comunicação
Tefé (AM)
Tipos de Inovação
Transexual
Travesti
Turismo
Urucurituba (AM)
Visibilidade
Web
Web 2.0
Webometria
Website
YouTube

Argos Editora da Unochapecó
www.unochapeco.edu.br/argos
www.facebook.com/EditoraArgos

Título: Inovação em biblioteconomia: temas transversais

Organizadoras: Danielly Oliveira Inomata e Orestes Trevisol Neto

Colaboradores: Adilson Luiz Pinto, Adriana Stefani Cativelli, Críchyna da Silva Madalena, Daniela Fernanda Assis de Oliveira Spudeit, Daniela Spudeit, Eduardo Silveira, Gabriela Bazan Pedrão, Genilson Geraldo, Gregório Jean Varvakis, Igor Soares Amorim, Jean Fernandes Brito, Jorge Moisés Kroll do Prado, Ketry Gorete Farias dos Passos, Márcio Matias, Marisa Bräscher, Marli Dias de Souza Pinto, Pedro Ivo Silveira Andretta, Priscila Machado Borges Sena, Soraia Pereira Magalhães, Ursula Blattmann.

Coleção: Perspectivas, n. 20

Coordenadora: Rosane Natalina Meneghetti Silveira

Assistente editorial: Caroline Kirschner

Assistente comercial: Luana Paula Biazus

Editor de textos: Carlos Pace Dori

Divulgação: Renan Zimmer de Almeida

Distribuição e vendas: Luana Paula Biazus e Vítor Emanuel Sparremberger

Projeto gráfico: Caroline Kirschner

Capa: Caroline Kirschner

Diagramação: Kamila Kirschner

Revisão: Juliane Fernanda Kuhn de Castro

Formato: PDF

Publicação: 2018