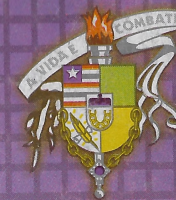


Criada em 2002, a **Revista Bibliomar** tem a finalidade de atuar como laboratório para as práticas da disciplina Política Editorial e como canal para divulgação da produção dos alunos do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.



UFMA

Vol. 6 N. 2  
ISSN 1677-7220  
Julho a Dezembro de 2006

Revista  
**BIBLIOMAR**



Um novo olhar para o conhecimento

Publicação Semestral do Curso de Biblioteconomia  
Universidade Federal do Maranhão

Apoio:

DAC/PROEX  
Imprensa Universitária

PET Biblioteconomia  
Padaria Diniz



### Editor

Rita Gonçalves Marques Portella Ferreira

### Editor Assistente

Roberto Carvalho

### Comissão de Captação de Originais

Cyntia Caroline (Coordenadora)

Alessandra Castro

Anilde Maciel

Lindalva Chaves

Rosa Santiago

### Comissão de Comunicação e Divulgação

Dárlson Moraes (Coordenador)

Fransuelem Almeida

Larissa de Castro

Luís Cláudio Borges

Samira Assunção

### Comissão Editorial

Roberto Carvalho (Coordenador)

Sebastião Wilker

Silvanilde Corrêa

Walnélyya Botentuit

### Comissão de Patrocínio

Leila Costa (Coordenadora)

Odilon Benício

Sâmia Castelo Branco

### Comissão de Finanças e Comercialização

Alessandra Cristina (Coordenadora)

Alessandra Duarte

Analídia Maciel

Julieta Martins

Kennia Teresa

Núbia Cristiane

### UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Prof. Dr. Natalino Salgado Filho  
Reitor

### CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Prof. Dr. César Augusto Castro  
Diretor

### CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Profa. Ms. Maria da Glória Serra Pinto de Alencar  
Chefe do Departamento

Profa. Dra. Cenidalva Miranda de Sousa Teixeira  
Coordenadora

Profa. Ms. Rita Gonçalves Marques Portella Ferreira  
Profa. Esp. Sylvania Cavalcante de Sá  
Professoras da Disciplina Política Editorial



Um novo olhar para o conhecimento

## ARTIGOS

- A ESCRITA ANTES E DEPOIS DE GUTENBERG** ..... 5  
Alexsandra Martins Ferreira, Eglauce Marcelle, Elcilene Fonseca Costa,  
Marta Coelho Coutinho, Samara Ribeiro Brandão, Soraya Vieira de Albuquerque
- AS BIBLIOTECAS PÚBLICAS E O COMÉRCIO DE LIVROS NO BRASIL  
E MARANHÃO** ..... 19  
Leila Costa
- A PRAÇA DO COMPOSTO DE MARKETING NO CONTEXTO DA  
UNIDADE DE INFORMAÇÃO** ..... 29  
Elcilene Fonseca Costa, Marnhietie Sousa Martins, Nádia Maria dos Santos Moreira,  
Nayara Costa Pinheiro, Soraya Vieira de Albuquerque
- A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO NAS BIBLIOTECAS** ..... 46  
Alexsandra Costa Duarte, Núbia Cristiane Silva Matos
- O BIBLIOTECÁRIO NO CONTEXTO DO SEU PERFIL PROFISSIONAL EM  
UNIDADES DE INFORMAÇÃO** ..... 55  
Cyntia Caroline Martins Oliveira
- O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO DO SETOR DE REFERÊNCIA NO CONTEXTO  
ATUAL: comportamento ético e função gerencial em unidades de informação** ..... 68  
Ana Lourdes dos Anjos Costa, Poliana Gonçalves Nogueira, Leandro Carlos de  
Carvalho Silva, Leila de Cácia Spíndola Silva, Marta Coelho Coutinho
- GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL** .. 81  
Cyntia Caroline Martins Oliveira, Ramyze Uchôa da Silva
- A EVOLUÇÃO DO LIVRO: do impresso ao digital**..... 95  
Walnélyya de Azevedo Botentuit Pereira
- ENTREVISTA** ..... 108
- NORMAS PARA PUBLICAÇÃO NA BIBLIOMAR**..... 114

Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte.

**Edição e Capa:** Roberto Sousa Carvalho  
**Revisão de Normalização:** Cyntia Caroline Martins Oliveira  
**Revisão de Edição:** Sebastião Wilker Cardoso Pereira  
**Impressão:** Imprensa Universitária/UFMA  
**Tiragem:** 150 exemplares

**Consultores Ad Hoc:** Prof<sup>a</sup> Ms. Cláudia Pecegueiro  
Prof<sup>a</sup> Esp. Maria Cléa Nunes  
Prof<sup>a</sup> Ms. Márcia Pimenta  
Prof<sup>a</sup> Ms. Raimunda Ribeiro  
Prof<sup>a</sup> Ms. Silvana Vetter

**Distribuição: Comissão de Comunicação e Divulgação**

Universidade Federal do Maranhão – Centro de Ciências Sociais

Coordenação Curso de Biblioteconomia

End.: Av. dos Portugueses, S/N

Campus Universitário do Bacanga

São Luís – Maranhão – CEP.: 65.080-040

As informações expressas na **Revista Bibliomar**  
são de responsabilidade exclusiva de seus autores.

Revista Bibliomar / Curso de Biblioteconomia. – v. 1, n. 1 (2002)-. – São  
Luís: UFMA, 2007-.

v. 6; 15 x 21cm.

Semestral

ISSN 1677-7220

1. Biblioteconomia – Periódicos I. Universidade Federal do Maranhão.  
Curso de Biblioteconomia.

CDD 020.5  
CDU 02 (05)

## Editorial

### INFORMAÇÃO – esse é o nome do jogo

Muitas empresas perceberam que podem capturar uma tremenda vantagem competitiva simplesmente descobrindo, o mais cedo possível, o que aconteceu ontem. A informação muda a natureza da competição, porque você não pode mais se beneficiar da ignorância do consumidor. Dominar tecnologias de informação, portanto, é vital para ser alguém na economia do futuro.

A Tecnologia da Informação está presente em todas as carreiras, desde o operador de microondas de uma lanchonete até o mais alto executivo. A pergunta básica, nas empresas deste novo século, é: “Como podemos fazer melhor o que estamos fazendo?” Crescerá quem tiver respostas, e terá respostas quem conviver em excelentes termos com o conhecimento tecnológico.

Um dos principais impactos que a tecnologia promete ter na vida das empresas é a crescente possibilidade de se utilizar a potência dos computadores par coordenar tarefas, missão hoje exercida por legiões de executivos.

Computadores, dentro de uma empresa, agem ao mesmo tempo em duas direções diferentes: devoram cargos exercidos por quem executa trabalhos de rotina, Poe mais sofisticada que possa ser sua descrição no organograma, e multiplicam cargos exercidos por quem executa funções que exijam conhecimento, criatividade ou capacidade de inovação. De que lado será melhor ficar?

A tecnologia, entre outros fatores, empurrará os cargos mais importantes, bem remunerados e promissores para os profissionais cujo trabalho se ligue abertamente com os mecanismos de mercado. E o afastará daqueles que operam os sistemas internos das empresas. Valerá mais quem funcionar fora do escritório. Valerá menos quem só funcionar dentro.

Outro ponto-chave é a globalização nas empresas, que é a capacidade de agir fora de seu país e no maior número possível de lugares no mundo. Para as pessoas, globalização é qualquer atividade que possa exercer



internacionalmente. Nada vai parar o movimento de internacionalização, e isso afetará muito mais do que se imagina a maneira como as pessoas vivem. Nenhuma empresa ou atividade poderá pensar de maneira globalizada, o que implicará uma busca constante na qualidade e melhora de desempenho. Diante de um quadro desse, as empresas e atividades que podem ser globais levarão vantagens decisivas.

Da mesma forma como o microprocessador é a lama da nova tecnologia, as pessoas, com suas qualidades individuais, serão tudo para o setor de serviços.

É um teorema bem simples: as empresas, para conquistar, manter e multiplicar seus clientes num mercado de competição cada vez mais implacável, terão de oferecer serviço de primeiríssima qualidade – rápido, cortez, competente, inesperado, criativo, audacioso, permanente, alegre, individualizado. Para tanto terão que contar com funcionários altamente motivados, talentosos, capazes de decidir sem consultar chefias e entusiasmados em envolver-se com as necessidades do cliente. Como contratar e reter gente assim? Pagando bem dando chances contínuas de promoção e investindo muito no seu desenvolvimento profissional.

Portanto, no mundo dos negócios, no milênio que se vislumbra, guardará pouca semelhança com tudo que já se viu. Serão tempos de competição duríssima, de sobressaltos constantes, de ansiedade de níveis talvez inéditos, mas também de esplêndidas, freqüentemente fascinantes oportunidades. Esse mundo pertencerá a quem compreender claramente que existe uma obsolescência irreversível nas fronteiras que separam povos, países, culturas. E também souber fazer do computador o que ele é: não um assassino de empregos, não um inextricável aparelho feito por um punhado de sabichões para outro punhado de sabichões – e sim um instrumento longe do qual não haverá salvação para nenhuma carreira.

*Prof. Esp. Sylvania Cavalcante de Sá*

## A ESCRITA ANTES E DEPOIS DE GUTENBERG\*

Alexsandra Martins Ferreira\*\*

Eglauce Marcelle\*\*

Eicilene Fonseca Costa\*\*

Marta Coelho Coutinho\*\*

Samara Ribeiro Brandão\*\*

Soraya Vieira de Albuquerque\*\*

### RESUMO

O estudo aborda a escrita antes e depois de Gutenberg, enfatizando a história da escrita. Afirma que as primeiras formas de escrita foram criadas por povos da Antigüidade, sendo os principais: a Mesopotâmia com os sumérios, Egito e China. Enfoca as principais escritas, tais como: cuneiforme, hieroglífica, com ênfase nas formas mais primitivas até as formas mais modernas. Relata a biografia de Gutenberg e a invenção da imprensa, ressaltando fatos históricos pertinentes a esse desenvolvimento. Expõe as invenções relacionadas à escrita depois do surgimento da imprensa. Enfatiza a produção em massa de livros e a acessibilidade destes, contribuindo como parcela significativa à evolução da escrita, além disso, focaliza o progresso da mesma em meio à informática e o aparecimento dos computadores que revolucionou as formas de apresentação da escrita e conseqüentemente do livro. Finaliza com a utilização do hipertexto que se constitui como forma inovadora da escrita.

**Palavras-chave:** Escrita. Gutenberg. Imprensa.

\* Trabalho apresentado à disciplina História do Livro e das Bibliotecas, ministrada pelo Professor Dr. César Augusto Castro da Universidade Federal do Maranhão.

\*\* Estudantes do 7º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

## 1 INTRODUÇÃO

A escrita é processo antigo que se constitui a partir da necessidade do homem em comunicar-se e também de registrar a linguagem falada de modo permanente, pois nos primórdios as primeiras civilizações expressavam-se “[...] por meio de desenhos ou sinais simbólicos; era a forma que tinha para perpetuar suas lembranças e transmitir experiências ou anseios de comunicação [...]” (CASTELLO BRANCO, 1978, p. 4).

Com o passar dos anos, a escrita tornou-se cada vez mais essencial para o ser humano, proporcionando formas de registro e disseminação da informação que perpassa desde tempos remotos aos dias de hoje, sofrendo modificações e acumulando características em tempos e sociedades diferentes. A sua forma de apresentação foi norteadada pelo tempo histórico em que estava incorporada, perpetuando desse modo, pela Antiguidade, Idade Média, Idade Moderna e até a atualidade como forma de preservar a memória da humanidade. Desse modo, Chagas (2004, p. 89) ressalta que “Na história tradicional, enfatizava-se que o documento escrito era a única fonte possível de memória [...]”.

Mediante o exposto, o estudo compreende o tema: “*A escrita antes e depois de Gutenberg*”, cuja finalidade é retratar a evolução da escrita e demonstrar a importância de Gutenberg por meio da invenção da imprensa. Este estudo se origina a partir de uma atividade acadêmica proposta pela disciplina História do Livro e das Bibliotecas, com o intuito de gerar um conhecimento abrangente acerca do processo evolutivo da escrita.

Trata-se de uma pesquisa documental, tendo como referencial teórico os autores: Martins, Castello Branco e outros que foram partes significativas do estudo. Além disso, utilizou-se artigos recuperados em meio eletrônico que contribuíram para a atribuição de informações na abordagem.

O estudo encontra-se dividido da seguinte maneira: inicialmente tem-se o objetivo, a justificativa e a metodologia aplicada para produção deste. Na seção dois há o percurso histórico da escrita anterior a invenção de Gutenberg (a imprensa), mostrando os primeiros povos que construíram a escrita. Na terceira seção aborda-se uma breve biografia de Gutenberg, enfocando características desta personalidade. Na quarta seção enfatiza-se a escrita posterior a Gutenberg com apresentação da popularização do livro, as máquinas de escrever, a informática que tem como base o computador e o hipertexto que se constitui como fruto da internet. Na quinta seção encontra-se a conclusão com a confirmação do contexto desenvolvido e reflexões sobre o tema proposto.

Espera-se que esta abordagem contribua de forma relevante a estudos posteriores que enfatizem esta temática.

## 2 A ESCRITA ANTES DE GUTENBERG

Na pré-história o homem buscou se comunicar através de desenhos feitos em cavernas. Através dessas representações trocavam mensagens, passavam idéias e transmitiam desejos e necessidades, sendo que o homem “[...] em toda a sua história, tiveram basicamente quatro meios para fazer registros ou transmitir informações: os pictogramas, os ideogramas (ou escrita analítica), os silabários e o alfabeto [...]” (AEVOLUÇÃO..., 2000). Mas esse tipo de comunicação não podia ser chamada de escrita, pois não existia uma organização, nem padronização das representações gráficas.

O primeiro registro da escrita apareceu na região entre os rios Tigre e Eufrates, na Mesopotâmia, onde surgiram as primeiras civilizações urbanas. Essa escrita surgiu da necessidade de um controle administrativo que foram os registros contábeis relacionados com as quantidades de sacos de grão ou cabeças

de gado. Esses registros contábeis eram feitos sobre tábuas de argila, que uma vez escritas eram secas ao sol. Esse tipo de escrita desenvolvido pelos Sumérios era chamado escrita Cuneiforme. Para Queiroz (199\_?) "O cuneiforme é o sistema mais antigo de escrita até hoje conhecido [...]".

Os egípcios antigos também desenvolveram a escrita quase na mesma época que os sumérios. O sistema egípcio reproduz quase que totalmente a língua falada, reflete realidades abstratas e concretas. Era formada por alguns signos como: pictogramas (desenhos que representam coisas), fonogramas (desenhos que representam sons), hieróglifos (escrita gravada sagrada) e outros signos determinantes. Além disso, no Egito havia vários tipos de escrita, sendo que as principais foram: a hieroglífica que se constitui por ser uma escrita monumental, possuindo sinais figurativos e cuja origem é na egípcia primitiva, a hierática ou sacerdotal que era uma escrita reservada aos sacerdotes denominada cursiva, utilizada em papiros religiosos e oficiais, esta evoluiu a partir da escrita hieroglífica, e além dessas, tem-se a escrita demótica que surgiu através da simplificação da escrita hierática.

Esta civilização caracterizou-se também por ter introduzido ao mundo clássico a forma material do livro, o uso do papiro em forma de rolo, o emprego da tinta e a utilização das ilustrações como complemento explicativo de textos.

No século IX aparece o alfabeto grego com 24 letras incluindo as vogais, porém os primeiros alfabetos originaram-se no Oriente Médio por volta de 1.500 a.c., mas era usado somente as consoantes, as vogais só passaram a ser utilizadas no começo do primeiro milênio a.C. pela adaptação feita pelos gregos a partir do alfabeto fenício. Porém, somente na época clássica, no chamado Século de Péricles, estende-se a produção e comércio de livros, nessa época generaliza-se a leitura individual.

[...] Péricles foi um dos principais líderes democráticos de Atenas, e talvez o mais célebre [...] consagrou-se como maior personalidade política do século V a.C. A presença dele foi tão marcante, que a época em que ele viveu denominou-se **Século de Péricles**. Eleito e reeleito várias vezes como estrategista-chefe [...], ele acumulou a chefia civil e a liderança militar da cidade, fazendo com que Atenas alcançasse a maior projeção política econômica e cultural em toda a sua história. (PERICLES..., [199\_?], grifo do autor).

Nesse mesmo século surgem os Códices com sua forma de utilização, seus elementos decorativos e sua produção. Códices é o plural de códex e que

[...] na definição de Rouveyre, 'é o nome dado aos manuscritos cujas folhas eram reunidas entre si pelo dorso e recoberta de uma capa semelhante à das encadernações modernas. É em suma, o livro quadrado e chato, tal como ainda hoje o possuímos'. (MARTINS, 2001, p. 68)

Com a queda do império romano, a produção de livros teve uma lenta evolução, nesse período há um grande empobrecimento e uma grande ruralidade, o que faz crescer o analfabetismo e surgir o monaquismo ( igreja detentora do saber).

A partir do século XII a Europa se expandiu e a vida cultural se deslocará dos mosteiros. No século XIII começam funcionar várias universidades: Paris, Oxford, Salamanca entre outras. Nesse momento, com a necessidade de dispor de novos textos, surgiu a figura do estacionário, pessoa encarregada de conservar os exemplares, fazendo com que a difusão fosse feita com a máxima fidelidade. As cópias eram feitas pelos próprios alunos, no caso chamados de copistas. "Apesar do zelo assim despendidos pelos monges copistas, eram frequentes os erros cometidos na cópia ou no ditado (quando se desejava obter

várias cópias simultâneas um monge ditava a vários copistas o texto original)". (MARTINS, 2001, p. 99).

Uma das revoluções da história do livro surge em fins do século XIII com a aparição do papel. Papel, palavra originária do latim "papyrus" nome dado a um vegetal da família "ceperes" (cyperua papyrus). Foram os chineses os primeiros a fabricarem o papel como o atual, começando a produção do papel a partir de fibras de bambu e de seda.

O fato que deu grande impulso à fabricação do papel, foi sem dúvida, a invenção da imprensa. A imprensa, ou seja, a técnica baseada no uso dos tipos móveis e na prensa, provoca uma revolução. Até a metade da década de 1450 só era possível reproduzir um texto copiando-o à mão, com a criação da imprensa, reduz-se o tempo de reprodução do texto, diminuindo também o custo do livro. Gutenberg foi o primeiro a mecanizar os procedimentos de impressão. O primeiro livro impresso por Gutenberg foi a Bíblia.

### 3 BIOGRAFIA DE GUTENBERG

Johannes Gensfleisch Zur Laden Zum Gutenberg nasceu na década de 1390 em Mogúncia na Alemanha, era filho de comerciantes e desde jovem sentia-se atraído pelo ato da leitura, onde nesta época os livros eram escritos à mão, por monges e escribas, portanto havia muita demora ao ser preparado, além de outro fator preponderante na época que era o alto valor que estes livros possuíam, dificultando assim, o acesso à leitura.

Gutenberg foi um inventor que contribuiu para a tecnologia da impressão e tipografia. Ele inventou uma liga para os tipos de metal e tintas à base de óleo, além de uma prensa gráfica, inspirada nas prensas utilizadas para espremer as uvas no fabrico do vinho.

Embora a noção intuitiva da informação tenha precedido em milênios a invenção da imprensa, foi à criação de Gutenberg que a sistematizou. Ele e seus tipos móveis (pequenos carimbos com letras, inicialmente feitos em madeira e, mais tarde, em metal) permitiram a organização e disseminação do conhecimento de uma forma nunca antes vista.

Esse foi apenas o primeiro passo, pois muito tempo se passou entre os carimbos de madeira de Gutenberg e os links de um hipertexto, na forma como hoje vemos na internet. A essência, entretanto, não mudou: democratizar a informação.

A imprensa é outra das contribuições de Gutenberg, com anterioridade se tinham empregado, também desde a época de Suméria, discos ou cilindros sobre os quais se tinha lavrado o negativo do texto a imprimir (JOHANNES..., [199-?]).

A imprensa criada por Johannes Gutenberg nunca foi um invento pacífico. Desde os primórdios, a nova arte de reproduzir livros criou temores de toda ordem. Para muitos, o livro saído de um prelo (e não da tinta de um monge copista) era uma força subversiva, capaz de abalar a fé e de reduzir a autoridade estabelecida.

As atividades de Gutenberg, em seus últimos anos de vida, são quase totalmente desconhecidas. Sabe-se que, provavelmente por causa da cegueira, ficou abandonado completamente depois de 1465, morrendo pobre em fevereiro de 1468. Entretanto, vale ressaltar que o invento de Gutenberg barateou o livro, tornando a cultura acessível a um maior número de pessoas.

### 4 A ESCRITA DEPOIS DE GUTENBERG

A escrita constitui-se como algo fundamental para manifestar a memória de um povo e a cultura incorporada a ele, além disso, ultrapassar os

obstáculos do tempo, para então demarcar sua presença seja no tempo em que está sendo registrada, seja no tempo posterior a este registro escrito, possibilita não só a memória, mas a história da humanidade.

Nesta perspectiva, o homem teve a idéia de popularizar a escrita, mesmo se deparando com aqueles que discordavam desta popularização, a exemplo tem-se a igreja que detinha o conhecimento. Contudo esta popularização foi impulsionada pela imprensa inventada por Gutenberg que se caracterizou em ser a tecnologia da época, isto é, do século XV. A seguir têm-se as principais formas de escritas que perpassaram o tempo, desde a invenção da imprensa até a atualidade.

#### 4.1 A invenção da imprensa

A imprensa foi criada por Gutenberg em 1451, sendo que o primeiro livro a ser impresso foi a chamada Bíblia de Gutenberg com 36 linhas. Esta invenção alterou a forma, a produção e a propagação da escrita, possibilitando fabricação de vários livros idênticos em um tempo de produção menor do que antes quando os textos eram produzidos copiando a mão.

A princípio esta invenção não foi vista com bons olhos por um grupo específico da época, pois

[...] Profecias apocalípticas foram efetuadas no hemisfério dessa descoberta por aqueles que detinham em suas mãos os manuscritos, modelos similares e não desejavam que esse saber estivesse ao alcance de todos, mas que continuasse restrito aos conventos e bibliotecas de acesso restrito ao povo. (NEITZEL, 2001).

Com o passar dos tempos, essas profecias desmoronaram e a produção de livros aumentou cada vez mais, passando a circular em limites

diferentes e diversos, deixando de ser restrito a pequenos grupos, isto é, tornaram-se disponíveis, no que se refere à apropriação e ao uso. Desse modo, o livro constituiu-se em ser “[...] uma instituição que a cultura pós-Gutenberg confiou a tarefa de armazenar e fazer circular o conhecimento [...]” (QUEIROZ, [200\_?]). Logo, o livro é um meio de socialização que disseminou a compreensão de aspectos relacionados ao universo que o homem faz parte. Percebe-se que, assim como, o surgimento da escrita marca a história, a invenção da imprensa impulsiona as mudanças no modo de pensar e o viver da sociedade, pois proporciona a divulgação de conhecimentos, antes restritos. E esse novo olhar da sociedade marcou a escrita impressa, modificando a forma de lê que passou ser individual e silenciosa.

Em decorrência ainda, desta invenção e conseqüentemente popularização do livro, houve na época uma multiplicação de empresas que faziam o serviço de impressão e em meio a isso, os impressores tomaram a decisão de abordar temas diversos que provocasse a curiosidade de leitores, sendo que estes temas poderiam ser acontecimentos históricos ou outros que despertasse a atenção.

Mesmo com a imprensa, considerada na época como a principal tecnologia intelectual, o homem ainda não estava satisfeito e começou a idealizar outros meios de comunicação e registro que permitisse proximidade de culturas e divulgação de saberes de modo rápido e amplo. Conforme isso começou a dedicar-se a aperfeiçoar os meios que poderia usar para assim minimizar obstáculos de distância e tempo.

#### 4.2 Máquina de escrever

Mediante a evolução da escrita teve-se outros inventos com o mesmo propósito de aperfeiçoá-la, e dentre estes, tem-se, por exemplo, “[...] [as] máquinas de escrever surgidas no século XIX [...]” (CHAGAS, 2004, p. 89),



que compreende a arte da datilografia e definem-se em serem um mecanismo que possibilita a produção de textos datilografados que são análogos aos textos impressos, consistindo num grupo de teclas correlacionadas as letras do alfabeto, algarismos e sinais gráficos, essas teclas são acionadas manualmente para a produção de textos.

Abrange uma ação física com o objetivo de gerar marcas no papel e assim, caracterizar a escrita datilografada que contém um alinhamento mecanizado, cujo espaçamento é simples entre as linhas Este surgimento compreende-se como mais um marco na história da escrita.

### 4.3 Computador

Com o passar dos anos, e o aperfeiçoamento cada vez mais necessário da escrita, surge o computador em meados do século XX, consistindo em ser um mecanismo com função de receber, armazenar e enviar dados que foram programados previamente, possuindo característica lógica e sistemática com a finalidade de resolver problemas. Proporciona uma escrita eletrônica feita através do espaço contido na tela do computador.

Soares (2002) Ressalta que:

[...] quem escreve ou lê a escrita eletrônica tem acesso, em cada momento, apenas ao que é exposto no espaço da tela: o que está escrito antes e depois fica oculto (embora haja a possibilidade de ver mais de uma tela ao mesmo tempo, exibindo uma janela ao lado da outra, mas sempre em número limitado). O que é mais importante, porém é que a escrita na tela possibilita a criação de um texto fundamentalmente diferente do texto no papel [...] o chamado texto *hipertexto*.

O hipertexto consiste em ser um texto organizado, possibilitando a remissão de outros textos através de links que conduzem múltiplas telas sem ordem pré-definida. Todavia o hipertexto não é restrito ao mundo virtual, pois Leonardo da Vinci já fazia uso destes, pois em meio as suas anotações de textos, ele possibilitava ao leitor passar por outros textos (QUEIROZ, [200\_?]) Percebe-se que algumas formas de escrita assim como o hipertexto possui base em projeções anteriores sendo apenas aperfeiçoado com a evolução dos tempos, transpondo a visão errônea de ser algo inovador.

Dessa forma o computador além de revolucionar a forma de escrita, também modifica a leitura e a forma de estabelecer comunicação pessoal. A leitura pode ser feita por meio da tela do computador, distinguindo-se da leitura erudita e da leitura do texto impresso, cuja diferença é demarcada pela forma que a leitura é executada. Já o estabelecimento da comunicação é marcado pela chamada correspondência virtual, tendo características distintas e semelhantes da correspondência manuscrita. Distinta, no que se refere ao suporte que está disposta e semelhante, no que diz respeito à intencionalidade de produção de texto. Atualmente vivência-se esta inovação que se encontra incorporada na cultura da sociedade, mas isso não significa dizer que as correspondências manuscritas chegaram ao fim, apenas compartilham o mesmo espaço com as correspondências virtuais.

O texto eletrônico apresenta vantagens e desvantagens ao leitor. As vantagens referem-se a forma eficaz de escrita que possibilita correções mecanizadas e ferramentas que auxiliam a digitação e quanto ao hipertexto a possibilidade de ter vários textos através de um, fundamentando significativamente a pesquisa caso o texto tenha relevância. Por outro lado há as desvantagens, principalmente no que se refere à falta de controle destes textos eletrônicos

dispostos na internet.<sup>1</sup> Os leitores podem interferir alterar e mudar os caminhos de leitura. Além disso, o hipertexto não é estável, sendo que todas estas desvantagens ocorrem devido a livre produção de textos na tela do computador.

Contudo, mesmo com vantagens e desvantagens o texto eletrônico é eficaz quando torna ágil a escrita e marca uma forma diferente de escrever. Portanto a escrita perpassou a evolução dos tempos e chegou a um nível elevado, mas o homem a cada dia procura desenvolver algo cada vez mais inteligível e mais rápido.

## 5 CONCLUSÃO

A escrita, como foi exposta nasceu da necessidade do homem em comunicar-se, e a partir dessa necessidade surgem às formas de registrar o conhecimento escrito.

Desde os primórdios da civilização, o homem desenvolveu técnicas de escritas que mais condiziam com sua época, como: a escrita cuneiforme que é a escrita mais antiga registrada, passando por várias evoluções até a invenção da imprensa em 1450 que veio reduzir o tempo de produção e facilitar o acesso do livro para as pessoas. Com isso, o que se pode observar foi o desenvolvimento das formas de escrita e leitura, pois além dos livros, usa-se o computador, a internet e outros meios eletrônicos.

Portanto, o estudo sobre o tema pôde proporcionar uma maior compreensão sobre a evolução da escrita e a contribuição de Gutenberg no desenvolvimento intelectual de uma sociedade que até então era limitada a lê livros produzidos pelos monges e escribas.

<sup>1</sup> Grupo de redes de computadores conectados através de um protocolo de transmissão.

A humanidade presenciou essa grande invenção que foi a criação da imprensa e continua a presenciar outras inovações proporcionadas pela tecnologia.

## THE WRITING BEFORE AND AFTER GUTENBERG

### ABSTRACT

The study it before approaches the writing and after Gutenberg, emphasizing the history of the writing. It affirms that the first forms of writing had been created by peoples of the antiquity, being the main ones: the Mesopotâmia with the sumérios, Egypt and China. It focuses the main writings, such as: cuneiform, hieroglífica, with emphasis in the forms most primitive until the forms most modern. It tells to the biography of Gutenberg and the invention of the press, standing out pertinent historical facts to this development. It displays the inventions related to the writing after the sprouting of the press. It emphasizes the production in book mass and the accessibility of these, contributing as significant parcel to the evolution of the writing, moreover, focuses the progress of same in way to computer science and the appearance them computers that consequently revolutionized the forms of presentation of the writing and of the book. It finishes with the use of hipertexto that one consists as innovative form of the writing.

**Keyword:** Writing. Gutenberg. The press.



## REFERÊNCIAS

A EVOLUÇÃO da escrita. In: Box pesqui. [S.l., 2000]. Disponível em: <[http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2000/jusp504/manchet/rep\\_resp/rep\\_int/boxpesqui.html](http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2000/jusp504/manchet/rep_resp/rep_int/boxpesqui.html)>. Acesso em: 27 jan. 2007.

CASTELLO BRANCO, Zelina. **Encadernação: história e técnica**. São Paulo: Hucitec, 1978.

CHAGAS, Luiz. Arquivo milenar. **Isto é**, São Paulo, n. 1813, jul. 2004.

JOHANNES Gutenberg. In: Wikipedia. [S.l., 199-?]. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Johannes\\_Gutenberg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Johannes_Gutenberg)>. Acesso em: 23 jan. 2007.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: História do livro, da imprensa e da biblioteca**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2001.

NEITZEL, Luiz Carlos. **O bit na galáxia de Gutenberg**. [S.l., 2001]. Disponível em: <<http://abn.com.br/arttheca34guten.htm>>. Acesso em: 23 jan. 2007.

PERICLES. In: Wikipedia. [S.l., 199-?]. Disponível em: <<http://www.wikipedia.org/wiki/P%C3%A9ricles>>. Acesso em: 02 fev. 2007.

QUEIROZ, Rita de C. R. de. **A informação escrita: do manuscrito ao texto virtual**. São Paulo, [200-?]. Disponível em: <[http://www.cinform.ufba.br/vi\\_anais/docs/RitaQueiroz.pdf](http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/RitaQueiroz.pdf)>. Acesso em: 23 jan. 2007.

SOARES, Magda. **Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura**. Campinas, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2007.

## AS BIBLIOTECAS PÚBLICAS E O COMÉRCIO DE LIVROS NO BRASIL E MARANHÃO\*

Leila Costa\*\*

### Resumo

Este estudo apresenta as implicações culturais da vinda da família real no contexto do Brasil Colonial em dois níveis: metrópole e colônia. Examina as dimensões políticas, administrativas, sociais, econômicas e culturais nesta dinâmica. Enfoca-se o emergente mercado editorial e a importância das bibliotecas como formadoras de leitores. Trata-se ainda de abordagem das características e contribuições da leitura para o desenvolvimento do pensamento crítico da sociedade.

**Palavras-chave:** Mercado Editorial. Biblioteca.

### 1 INTRODUÇÃO

A cultura nos primeiros tempos do Brasil colônia estava intimamente ligada à metrópole, graças ao domínio que os jesuítas exerciam nessa área, tendo como característica básica a inexistência de um público leitor, pois vivia-se numa sociedade escravista na qual, mesmo aqueles que sabiam ler não se interessavam pela leitura. Os livros eram contrabandeados ou, muitas vezes, vinham com a capa de outros livros para burlar a censura e a Inquisição.

O desenvolvimento comercial e urbano do séc. XIX propiciou inúmeras transformações sociais, econômicas, políticas e, principalmente,

\* Artigo apresentado à disciplina História do Livro.

\*\* Estudante do 6º Período de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

culturais com a implantação da Biblioteca Nacional e da tipografia, responsáveis pelo desenvolvimento intelectual da incipiente nação.

Um número maior de livros, revistas e jornais estrangeiros passou a circular no Brasil, e com a criação da Imprensa Régia, apareceram os primeiros jornais brasileiros: A Gazeta do Rio de Janeiro, em 1808, e A Idade D'Ouro do Brasil, em Salvador, em 1810.

No Maranhão, por outro lado, a mudança da família real para o Brasil teve pouca repercussão por aqui, pelo fato do Estado ter vivido muito tempo isolado do resto do país, ligado diretamente a Portugal.

Mesmo com a adesão do Maranhão à Independência, por questões puramente políticas e econômicas, a situação da Província não mudou significativamente, pois, a luta ocorreu muito mais entre as classes dominantes do que em toda a sociedade, acarretando o acirramento das divergências e decretando uma situação de instabilidade política e social que se fez sentir muito mais no meio rural devido, principalmente, à falta de decisão do poder central da Província gerado por uma luta entre moderados e conservadores que irradia gradativamente o resto da população já explorada e vivendo em péssimas condições de vida.

O Maranhão em relação às demais províncias era privilegiado por possuir uma biblioteca e um museu, duas instituições ligadas à cultura e ambas com a missão de educar, no entanto, não dava importância a tal fato, uma vez que viviam esquecidas [...] (PINHEIRO, 2004, p. 39).

Essa breve explanação demonstra as disparidades vividas pela capital do Brasil e a Província do Maranhão e é nesse quadro conturbado que ocorrem as idas e vindas das bibliotecas, comércio de livros e a prática de leitura.

## 2 A PRODUÇÃO LIVRESCA

Enquanto o Rio de Janeiro dinamizava-se com um surgimento de um público leitor, antes voltado para os jornais, criando-se assim condições necessárias para o florescimento de uma nova perspectiva para a cultura no Brasil, o Maranhão tentava manter aberta a sua biblioteca pública sem recursos, com acervo escasso. Convém mencionar que:

A vinda da Biblioteca e da Imprensa Real também não representou indicadores efetivos do acesso e da disponibilidade de informação para toda a sociedade. No entanto, no dia 5 de fevereiro de 1811, Pedro Gomes Ferrão de Castello Branco encaminhou um projeto ao governador da Capitania da Bahia, solicitando a aprovação do plano para a fundação da Biblioteca. Esse documento, que historicamente é o primeiro projeto na história do Brasil com o objetivo de facilitar o acesso ao livro, mostrava grande preocupação com a área da educação. O plano foi aprovado, e a Biblioteca inaugurada no Colégio dos Jesuítas em 4 de agosto de 1811. Posteriormente, todas as providências para a fundação de bibliotecas partiram sempre da iniciativa governamental. (SUAIDEN, 2000, p. 2).

O que deixava em evidência o interesse em tomar o país "letrado" nos moldes dos países europeus.

No Maranhão viviam-se momentos tensos politicamente e a vida cultural mesmo com a criação da Biblioteca Pública da Província era delegada ao segundo plano por falta de interesses concretos e eficientes, sem local adequado e com grande dependência financeira que para manter-se recebia verbas municipais, um dos problemas de entraves para viabilização de continuidade e sucesso da biblioteca. A dependência financeira colocava a biblioteca numa situação delicada, enquanto instituição, pois apesar



de receber uma quantia do Governo da Província, esta não era suficiente para que a mesma cuidasse das suas instalações e investisse na compra de livros novos, além de reparos naqueles que necessitassem. (PINHEIRO, 2004, p. 29).

Entre nós, até o século XVIII, a educação esteve a cargo dos jesuítas. Com a expulsão dos mesmos, o país ficou, até o século XIX, destituído das instituições educacionais por eles mantidas. Somente após a Constituição de 1824 estabeleceu-se o ensino gratuito, que de certa forma, deu impulso à educação e ao mercado editorial. A atividade editorial, proibida durante a colônia, apenas iniciou-se no século XIX, num meio marcado ainda pelo analfabetismo. Nesta época eram publicados jornais, periódicos e livros no país, mas tudo ainda demasiadamente restrito a poucos centros urbanos (BARRETO, 2006, p. 20).

Apesar de a Igreja ter monopolizado o saber, é preciso enfatizar que, a Igreja representou um importante papel para a construção do conhecimento ocidental, na preservação e conservação de obras nos períodos conturbados.

A situação econômica e social no Maranhão era de extrema desigualdade, pela continuação do domínio das classes que detinham o poder adquirido desde a colonização e no campo esta diferença era ainda mais agravante, por causa da decadência do algodão e as precárias condições de vida da população rural, fatores responsáveis pelo conflito conhecido como Balaiada.

[...] a Província passava por um momento delicado, além dos efeitos da Balaiada, a educação exigia mudanças. Neste contexto, a biblioteca foi esquecida, calavam-se os comentários e, apesar do Presidente da Província mostrar-se interessado na instituição, não houve nenhum grande feito que pudesse elevar a biblioteca [...] (PINHEIRO, 2004, p. 37).

Não só o atraso da chegada da imprensa ao Brasil, não só a precariedade de mercado editorial anterior à República foram os grandes culpados pela falta de mobilização em torno da leitura. Seu processo de institucionalização via escolas, não foi suficiente para formar um povo leitor. De acordo com Zilberman (apud BARRETO, 1998, p. 21) alguns fatores foram primordiais para essas condições:

- A inauguração tardia da imprensa;
- O entrave causado pelo Estado no que se refere ao crescimento do público leitor. O império mantém-se omissivo nas questões ligadas à indústria livreira, favorecendo Portugal;
- O sistema educacional conturbado, a delegação do ensino às ordens religiosas e a morosidade na constituição de uma escola laica;
- Falta de coerência na interpretação de uma política para o livro didático;
- Autoritarismo com relação à adoção a determinados autores portugueses;
- A falta da qualidade do ensino: salários dos professores, condição dos prédios e ausência de metodologias;
- O percurso rápido dos sistemas de comunicação

No Brasil a cultura era praticada como forma de ascensão social para garantir cargos públicos. Saber ler e escrever era condição indispensável para a promoção social.

Ainda assim, podiam-se perceber algumas contradições: enquanto na Europa a cultura era resultado de um sistema liberal, baseado no trabalho assalariado, no Brasil e Maranhão prevalecia a mão-de-obra escrava e apesar de imitar a europeia, mantinha diferenças marcantes. O ato da leitura é visto como prática que amplia a visão de mundo e, portanto, passível de repressão. Penso que, por isto, o gesto de ler seja censurado em algumas sociedades, para

desintegrar o homem e favorecer o controle sobre ele. Neste caso, o gesto que reprime impede o gesto que liberta (BARRETO, 2006, p.125).

Muitas das dificuldades da indústria livresca no Brasil são ao mesmo tempo causa e conseqüência do quadro cultural e econômico do vivido pelo país, não somente naquela época, mas em dias atuais também. Sobretudo, se considerarmos os baixos níveis de escolaridade da mão de obra, a falta de tradição de hábito de leitura e acesso de boa parte da população às bibliotecas, entre outros fatores.

Se a imagem da biblioteca era de castigo e de punição, o livro tinha uma imagem de instrumento de elitização por causa do custo. As pessoas colocavam os livros nas salas de visitas para demonstrar que tinham conhecimento. O livro era para ser preservado, e não consumido (SUAIDEN, 2000, p. 6). Ter acesso à informação representava e ainda representa status social, pois só ela tem a capacidade ilimitada de transformar o homem e a sociedade. A reforma do ensino, elaborada seguidas vezes na história brasileira, nunca deu prioridade à questão da leitura e da biblioteca. As famílias que possuíam melhor poder aquisitivo adquiriam os livros que consideravam importantes no processo de educação dos seus filhos (SUAIDEN, 2000, p. 6).

É fundamental criar o hábito da leitura, seja na escola, com o apoio da biblioteca ou em casa, integrando os pais, o que confirma que a qualidade do ensino melhora. É preciso somar esforços, multiplicar resultados e dividir responsabilidades para aumentar o círculo do conhecimento.

### 3 O PAPEL DAS BIBLIOTECAS NA FORMAÇÃO DOS LEITORES

Durante o período colonial, ainda não eram sólidas as condições essenciais para o florescimento da literatura, tais como existência de um público

leitor ativo e influente, imprensa e gráficas. Os livros produzidos por escritores nascidos no Brasil eram então impressos em Portugal e depois trazidos à Colônia. Os primeiros textos escritos no Brasil não tinham uma função literária apenas finalidade de catequese e pedagógica como do Padre José de Anchieta que era composta de cartas que informavam sobre o andamento da catequese e de uma gramática em língua tupi. Existiam ainda aquelas voltadas para informação relatando as viagens, diários de navegação, os primeiros contatos com os Índios. A importância destes escritos está no seu contexto histórico ou como testemunho de aventuras ou como registro do choque cultural entre colonizadores e colonizados.

No Brasil, a institucionalização das escolas foi um processo moroso e complexo. A chegada dos jesuítas criou uma escola da difusão católica, como manifestação contrária ao movimento da Contra-reforma, na Europa. Os letrados dos primeiros decênios eram homens da religião. Sem imprensa e sem escola, a Colônia dificilmente pôde contar com práticas de leitura. Com a chegada da Corte Portuguesa, o panorama cultural/educacional ainda era ruim, reflexo da expulsão dos jesuítas; só depois, com o Império, é que o país começou a sofrer alterações.

As escolas desse período receberam algum incentivo para a leitura de livros escolares destinados ao preparo moral, instrução na gramática, aritmética, enfim, para fundamentar os conteúdos dos programas escolares. Eram poucas escolas e com um ensino de baixa qualidade, com raras exceções [...] (BARRETO, 2006, p. 158-159).

A biblioteca tem sido relegada em todas as políticas educacionais e quando é contemplada, não atua adequadamente. Nas escolas, o desenvolvimento das bibliotecas tem sido menosprezado.



Historicamente, as bibliotecas tiveram diferentes concepções acerca da leitura. Cada uma dessas concepções refletia o tipo de sociedade de determinada época, com um discurso de incentivo ou não de leitura. Até o início do século XIX, o modelo de biblioteca atendia à idéia de arquivo-museu, lugar de memória e depósito do patrimônio bibliográfico. Este modelo viera a ser substituído por outro a partir da 2ª metade do século, que acreditava no efeito moralizador e educativo da leitura sobre o povo. Houve então, na Europa, a proliferação de bibliotecas públicas e escolares (BARRETO, 2006, p. 166).

No Brasil, a criação de bibliotecas limitou-se à reprodução dos modelos de outros países. Não havia políticas que lhes atribuíssem significados específicos e contextualizados, o que fez com que a biblioteca pública assumisse o papel de biblioteca escolar.

#### 4 CONCLUSÃO

As perspectivas de crescimento do número de leitores, tanto no Brasil quanto no Maranhão, ainda precisam ser pensadas com interesse, à medida que bibliotecas, escolas correspondem como um dos grandes desafios na atualidade.

As distâncias entre estas duas instituições são grandes, a falta de estrutura de ambos e a distribuição de investimentos entre as regiões representam um entrave a esse fim.

O crescimento e o fortalecimento passam, portanto, pelo desenvolvimento de canais alternativos para suprir essa necessidade de ampliação de um público cada vez maior de leitores, bem como, o barateamento dos livros para torná-los acessíveis, aumentando assim a expansão do mercado editorial.

A cultura nacional tem no segmento livresco um de seus mais importantes pontos de apoio. O vínculo da cultura com a indústria livresca é profundo e necessário. Por isso, uma indústria do livro frágil acaba por fragilizar também toda uma importante vertente da cultura.

Procurar apoiar a cadeia produtiva do livro, investir na aquisição de acervos atualizados para as bibliotecas, comungar escola e biblioteca é o primeiro passo. O amor às bibliotecas, como a maioria dos amores, deve ser aprendido. Ninguém que pise pela primeira vez num aposento repleto de livros saberá instintivamente como se comportar nem o que se espera o que se promete e o que é permitido. Há quem fique tomado de horror – diante da barafunda ou da vastidão, do silêncio, do lembrete zombeteiro de tudo que sabemos, da vigilância -, e parte dessa sensação acachapante pode perpetuar, mesmo depois que os rituais e as convenções foram aprendidos, que o território foi mapeado e que os nativos foram julgados amistosos (MANGUEL, 2003, p. 13).

#### THE PUBLIC LIBRARIES AND TRADE IN BOOKS IN BRAZIL AND MARANHÃO

##### ABSTRACT

This study presents the cultural implications of the coming of the royal family in the context of Brazil Colonial on two levels: metropolis and colony. It examines the political, administrative, social, economic and cultural dynamics in this. Focus is the emerging market editorial and the importance of libraries as forming of readers. It is yet to approach the characteristics and contributions of reading to the development of critical thinking in society.

**Keywords:** Market Editorial. Library.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Ângela Maria. **Memória e leitura: as categorias da produção de sentidos**. Salvador: EDUFBA, 2006.

CASTELLO, José Aderaldo. **A literatura no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Sul Americana, 1969.

GONDAR, Jô; BARRENECHA, Miguel Angel de. (Org.). **Memória e espaço: trilhas do contemporâneo**. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2003.

VIVEIROS, Jerônimo de. **História do comércio do Maranhão**. São Luis: [s.n], [200?].

MANGUEL, Alberto. **A biblioteca à noite**. Tradução Samuel Titan Jr. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

PINHEIRO, Ana Luiza Ferreira. **Caminhos e Descaminhos da Biblioteca Pública da Província do Maranhão**. 2004.81f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2004.

SUAIDEN, Emir José. **A biblioteca pública no contexto da sociedade da informação**. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652000000200007&lng=pt&nrm=iso.htm&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652000000200007&lng=pt&nrm=iso.htm&tlng=pt)>. Acesso em: 30 mar. 2007.

## A PRAÇA DO COMPOSTO DE MARKETING NO CONTEXTO DA UNIDADE DE INFORMAÇÃO\*

Elcilene Fonseca Costa\*\*  
Marrhiette Sousa Martins\*\*  
Nádia Maria dos Santos Moreira\*\*  
Nayara Costa Pinheiro\*\*  
Soraya Vieira de Albuquerque\*\*

### RESUMO

O estudo apresenta o terceiro p do composto de marketing, a praça, no contexto da Biblioteca compreendendo a forma que a praça atua na mesma. Resulta de uma pesquisa bibliográfica e documental baseada em textos impressos e eletrônicos significativos à atribuição de informação no estudo, tendo como referencial teórico Las Casas, Kotler, Acar Filho dentre outros. Objetiva compreender e esclarecer a partir do conceito e características da praça do composto de marketing a relevância deste para as Bibliotecas e o âmbito social. Aborda a definição de praça, mostrando que é ela é uma parte importante do composto de marketing para o desenvolvimento de uma empresa, instituição e biblioteca. Enfoca os componentes que formam a praça, tais como: canais de distribuição, varejo, atacado, cobertura, sortimento, estoque, localização e transporte, enfatizando definições e aspectos característicos dos mesmos. Enfatiza a praça no âmbito da Biblioteca, destacando a relevância desta ao bom atendimento do usuário e sendo este um meio estratégico de torná-lo freqüente. Finaliza destacando a importância tanto para o meio empresarial e no campo das bibliotecas.

**Palavras-chave:** Terceiro P. Composto de Marketing. Praça. Bibliotecas. Componentes da praça.

\* Trabalho apresentado à disciplina de Marketing em Unidades de Informação do Curso de Biblioteconomia da UFMA, ministrada pela Professora Rita Portella.

\*\* Estudantes do 7º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente percebe-se consumidores atuantes, os quais contribuem para o progresso do mercado, isso refere-se ao processo de mudança que os mesmos passaram desde a Segunda Guerra Mundial até os dias de hoje através do auge do Marketing, pois tomaram-se cada vez mais exigentes, ativos e responsáveis pelo desenvolvimento de um produto ou serviço. E é pensando em atendê-los e satisfazer suas necessidades que as empresas ou instituições têm como base o Marketing. Este por sua vez, é algo fundamental para a sobrevivência das mesmas, pois proporciona um diferencial no mercado, visando satisfazer os anseios e interesses de consumidores e de empresas produtoras, o mesmo tem como base o processo comercial. Dessa forma o marketing é uma ferramenta indispensável para o crescimento empresarial e social, conforme Kotler (2000, p. 30, grifo do autor):

**Marketing** é o processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros.

Mediante os aspectos fundamentais e característicos do marketing tem-se o composto de marketing também conhecido como marketing mix que tem função de alicerce gerencial, tendo como definição:

[...] conjunto de variáveis relativas a um produto ou linha de produto que uma empresa pode manipular, procurando a máxima rentabilidade de seu investimento. Essas variáveis formam quatro grandes grupos: variáveis de produto, de preço, de promoção e propaganda e de distribuição. Análise das diversas combinações possíveis dessas macro variáveis e a escolha da composição ideal constitui

o objeto da Estratégia de Marketing. (ACAR FILHO, 1997, p. 12)

De acordo com exposto, o Marketing Mix é formado por quatro P's, são eles: produto, preço, praça e promoção. Logo o estudo tem o propósito de explanar o tema à praça do composto de marketing, que se caracteriza por "[...] preocupa-se com a distribuição e refere-se aos canais através dos quais o produto chega aos clientes [...]" (MARKETING..., [200\_?]), sendo que essa explicação é em função da Biblioteca, tal estudo tem a intenção de fazer uma ponte entre a Biblioteconomia e a Administração, tendo como finalidade esclarecer e adquirir um conhecimento abrangente acerca do tema, além de ser alvo de uma atividade acadêmica.

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, que teve como referencial teórico os autores: Las Casas, Acar Filho, Kotler dentre outros e artigos em meio eletrônico que fundamentaram a atribuição de informações no estudo.

Espera-se que o estudo atinja a finalidade descrita e seja base para o desenvolvimento de outros estudos.

## 2 O TERCEIRO P DO COMPOSTO DE MARKETING

Os conceitos de Praça, Ponto de Venda ou Canal de Distribuição como é conhecido estão necessariamente ligados à idéia de levar o produto ao consumidor para que a venda se realize. Segundo Domelas ([200\_?]) "[...] a praça representa as diferentes maneiras pelas quais o produto é colocado à disposição do consumidor. O propósito do processo de distribuição é levar ao consumidor o que ele precisa". Assim, o ponto de distribuição precisa de maneira efetiva conduzir seus bens até os consumidores finais.

De acordo com Las Casas (2006, p. 307):

Os canais de distribuição existem no marketing para facilitar o processo de transferência de produtos e serviços, desde o produtor até o consumidor. Assim, o fabricante vai necessitar de lojistas para que os seus produtos sejam vendidos ao consumidor final. Muitas vezes necessitará de atacadistas para que estes, por sua vez, vendam para os varejistas, e assim por diante.

A praça compreende tanto a distribuição física, como o canal de distribuição. A primeira relaciona-se a movimentação física do produto, enquanto a segunda visa à intermediação do produto, o resultado da junção das duas promove aquilo que os mercadólogos chamam de:

- a) Utilidade de tempo: adquirir o produto no momento em que ele é desejado;
- b) Utilidade de lugar: aquisição do produto com facilidade;
- c) Utilidade de posse: significa que o usuário tem a garantia de que está comprando um produto que está em funcionamento;

Nesse contexto, podemos entender que após um produto ser produzido e ter seu preço definido, ele precisa ser distribuído no mercado, nesse momento percebe-se a importância da praça ou distribuição, pois é a partir desta que o consumidor terá acesso a oferta dos produtos. O objetivo do ponto de distribuição é a venda, significando levar o produto na sua materialidade ou levar um símbolo do produto até o consumidor.

Sabe-se que os produtos depois de produzidos necessitam chegar ao consumidor final, para isso, passam por diversos elos da cadeia de distribuição, sendo importante destacar os intermediários (revendedores), transportadores e armazenadores que fazem a ligação entre a empresa produtora e o consumidor final.

Desse modo:

O ponto de venda ou distribuição pode ser entendido como a combinação de agentes através dos quais o produto flui, desde o vendedor inicial (geralmente o fabricante) até o consumidor final. Uma empresa pode, a depender da logística planejada, utilizar-se do atacadista, do distribuidor, do varejista, do correio, de loja própria ou de qualquer outro canal para distribuir seus produtos na praça. (O TERCEIRO P... 200?)

É evidente que o uso de um ou mais agentes leva em consideração os custos, características do produto, área geográfica que se quer alcançar a concorrência, a tradição e ainda decidir qual e quais canais de distribuição a ser usado leva em consideração fatores como o valor do produto, frequência da compra, preferências dos consumidores e características dos produtos.

No que diz respeito à colocação dos produtos nos pontos de venda, deve-se levar em consideração as áreas de maior tráfego (os produtos devem ser vistos pelo maior número possível de pessoas), evitar o conflito entre o produto informado pela propaganda visual e o produto efetiva mente exposto no local.

## 2.1 Canais de Distribuição

Canais de distribuição é um conjunto de organizações que atuam de forma sistemática e se relacionam entre si com a finalidade de exercer determinadas funções de marketing, como transferir posse e, principalmente, distribuir produtos e serviços do produtor ao consumidor na praça, se estabelecendo uma relação vantajosa tanto para os consumidores quanto para os fabricantes.

Para decidir qual e quais os canais de distribuição é levado em consideração alguns aspectos, tais como: valor e tipo de produto, frequência de compra, preferência dos consumidores, e características do produto e sua potencialidade de vendas no mercado.



As vantagens do Canal de distribuição para as empresas são: aumento do estoque e manutenção do estoque, aumento dos esforços dos vendedores, melhoria de serviços à clientela, etc.

O Canal de distribuição também proporciona vantagens para os clientes, tais como: satisfação, utilizar um determinado lugar para facilitar as compras de produtos de forma conveniente.

O Canal de distribuição possui as seguintes funções: coleta e disseminação de informação sobre o mercado, minimização dos custos de marketing e maximização dos resultados e lucros, promoção e circulação dos produtos, etc.

Em relação aos objetivos variam de acordo com as características do produto e devem ser declarados de acordo com os níveis de produção de serviços visados. A intensidade da distribuição de uma empresa é dividida em: intensiva, seletiva ou exclusiva. Então pode-se dizer que:

A intensidade da distribuição depende do número de lojas ou distribuidores que a empresa deseja ter em determinadas *trading áreas*. Essas áreas de negócios podem ser uma cidade, um bairro ou algum território considerado pela empresa. O maior ou menor número de intermediários nessas áreas determina os níveis de intensidade de distribuição. (LAS CASAS, 2006)

A **distribuição intensiva** é caracterizada pelo fato do fabricante disponibilizar seus produtos e serviços no maior número de estabelecimentos possível, dando ampla cobertura ao mercado de atuação e expondo intensivamente seus produtos para ampliar suas chances de vendas.

A **distribuição exclusiva** os distribuidores trabalham exclusivamente para determinadas regiões ou com determinado produto, marca ou linha.

Estabelece uma relação de exclusividade já que o revendedor não pode trabalhar com marcas concorrentes.

A **distribuição seletiva** envolve a escolha de alguns intermediários bem escolhidos que se encontram dispostos a vender um produto específico e possibilita ao produtor uma cobertura adequada de mercado com mais controle e menos custo que a distribuição intensiva.

## 2.2 Varejo

Ao falar em varejo retrata-se diretamente de comercialização a consumidores. E segundo Las Casas (2006, p. 320) a American Marketing Association define varejo como “[...] uma unidade de negócio que compra mercadorias de fabricantes, atacadistas e outros distribuidores e vende diretamente a consumidores finais e eventualmente aos outros consumidores”.

Las Casas (2006, p. 320) ainda enfatiza que estabelecimentos varejistas são aquelas empresas em que mais de 50% de suas operações são oriundas de vendas e varejo.

O comércio varejista pode ser chamado de varejo lojista e não lojista. O varejo lojista acontece quando as mercadorias são repassadas para as lojas e a venda acontece nas lojas. Já o não lojista é quando a venda é diretamente, não acontece por meio das lojas.

Na época da república ocorreu um grande crescimento do comércio e a história relata que Irineu Evangelista de Sousa foi um comerciante muito importante e depois o Barão e Visconde de Mauá, depois disto novos varejistas foram surgindo no Brasil. Surgi em 1906 Lojas Pernambucanas e em 1912, a Mesbla e com isso começou a estabelecer a tendência do comércio brasileiro que era a descentralização e o desenvolvimento do varejo em shopping center.

### 2.2.1 Tipos de Varejo

Vários são os formatos de varejista e estes estão em destaque: as Lojas de Departamento, Lojas Independentes, Lojas em cadeias, Cooperativas, Lojas Especialistas e Supermercados.

#### 2.2.2 Lojas de Departamento

Trabalha com diversos produtos de mercadorias, como acessórios femininos, masculinos e infantis, etc. Pode ser comparadas com várias lojas de especialidades num mesmo lugar.

#### 2.2.3 Lojas Independentes

São lojas formadas por um estabelecimento e em sua grande maioria são comércio varejistas. O atendimento ao cliente é personalizado.

#### 2.2.4 Lojas em Cadeia

São lojas que compõe um grupo de quatro ou mais lojas para obter vantagem na economia de escala. Sua administração é feita em conjunto.

#### 2.2.5 Cooperativa

São grupos de varejistas independentes que se reúnem para garantir benefícios de atuação em grupo.

### 2.2.6 Lojas Especializadas

São lojas que possui uma linha de produto, oferecendo aos consumidores vários estilos e sortimentos, como eletrodomésticos, jóias e outros.

#### 2.2.7 Supermercados

O surgimento dos supermercados no Brasil teve início somente na década de 50. As primeiras lojas que apresentaram característica de self-service no Brasil foram as Lojas Americanas e deu-se no Rio de Janeiro, por volta de 1952. Já em 1953 o supermercado de Disco foi inaugurado também no Rio de Janeiro.

Os Hipermercados surgiram com base nos supermercados. Porém, constituem lojas de grande porte e que apresentam também em seu mix produtos não alimentícios. Las Casas (2006, p. 322) retrata que no Brasil, os hipermercados alcançaram êxito devido aos seguintes fatores:

- a) Pouca disponibilidade de espaço nos centros urbanos para grandes lojas e estacionamentos adequados.
- b) Altos índices de inflação e dificuldade em proteger o orçamento doméstico com compras mensais logo após o recebimento de salários
- c) Ausência de concorrência de outros formatos de varejo.

Na década de 90 os hipermercados constituíram o varejo preferido de muitos consumidores, e com isso as grandes redes passaram a se expandir para várias cidades.

### 2.2.8 Variáveis do Composto Marketing Varejista

Las Casas (2006, p. 322) descreve as principais variáveis do composto do marketing varejista que foi desenvolvido por Lazer e Keiley, são eles: Subcompostos de Produtos e Serviços, comunicação e Distribuição.

Os subcompostos de produtos e serviços definem os produtos e serviços a serem oferecidos aos consumidores. Já o subcompostos de comunicação engloba tudo que se refere à comunicação da empresa, inclusiva a propaganda. E o subcomposto de distribuição compreende toda parte da distribuição de produtos, como por exemplo, o canal de distribuição.

### 2.3 Atacado

São todas as atividades que compreende a venda de produtos e serviços para revenda, geralmente os atacadistas fornecem para os varejistas realizando serviços de intermediação.

Os serviços prestados pelos atacadistas dependem do tipo de atacado, que pode ser: atacado com funções completas, neste caso inclui todos os serviços relacionados ao atacado. E também pode ser um atacadista com funções limitadas.

"Os atacadista igualmente decidem sobre as variáveis do composto, como produto, preço, distribuição e promoção". (LAS CASAS, 2006, p. 324). Com essa decisão, os atacadistas oferecem grande variedade de produto aos consumidores.

O preço é um fator de grande importância na distribuição, sendo que seu procedimento é de acrescentar uma margem que possa ultrapassar as despesas e ainda proporcionar lucros.

Algo que se faz necessário e que contribuía na venda dos produtos é o relacionamento harmonioso entre os atacadistas e os fabricantes.

### 2.4 Cobertura

É o processo em que as empresas almejam atender a grupos de consumidores de forma ampla com todos os produtos que possam necessitar. As grandes empresas podem cobrir um mercado amplamente de duas formas: através do marketing indiferenciado ou do marketing diferenciado.

O Marketing Indiferenciado ocorre quando uma determinada empresa pode ignorar as diferenças de segmento de mercado e procurar o mercado amplo com apenas uma oferta, focando as necessidades dos compradores, em vez das diferenças entre eles.

O Marketing Diferenciado ocorre quando a empresa atua em vários segmentos e desenvolve distintos programas para cada segmento.

### 2.5 Sortimento

Um outro aspecto que deve ser considerado no ponto de venda é o sortimento dos produtos ou serviços. Diz respeito a variedade de produtos e serviços disponibilizados para os clientes.

### 2.6 Estoque

Manter um bom nível de estoque é de extrema importância para que não falte mercadoria ou ultrapasse a procura das mercadorias, ou seja, se o estoque é baixo para atender a uma determinada demanda, há uma perda de

oportunidade de venda, em contrapartida, se há excesso de estoque a empresa aumenta seus custos e resulta em queda da taxa de lucro. Então, é indispensável haver uma boa administração de estoques para que permaneça o equilíbrio entre a produção e a demanda.

Além dessas considerações, a empresa precisa avaliar o custo de processamento e os custos de estoques. Se os custos do processamento são elevados, os fabricantes tendem a produzir mais e a estocar mais, porém, se os custos de processamento são baixos, tende a produzir itens com maior frequência.

A manutenção de uma mercadoria em estoque, os fabricantes ou comerciantes incidem em muitas despesas, tais como: custos de armazenamento, custo do capital, taxas e seguros, depreciação e ainda obsolescência. Assim, estabelece-se então o nível ideal de estoques.

## 2.7 Transporte

Determinar quais os meios a serem utilizados para despachar os produtos do fabricante aos intermediários ou consumidores, ou de um intermediário a outro é uma decisão fundamental envolvendo o sistema de logística de uma empresa.

Uma vez tomada a decisão quanto ao meio de transporte a ser utilizado, a empresa pode estabelecer seus próprios meios, tais como seu próprio caminhão, ferrovia ou serviço de barcas, ou então poderá valer-se de empresas transportadoras.

## 2.8 Localização

A localização é especialmente importante ao nível de varejo, porém esse ponto também deve ser levado em conta na escolha dos intermediários atacadistas, porque o local onde uma firma está instalada geralmente relaciona-se à sua capacidade de atingir o público colimado.

A localização de uma loja deve ser levada em consideração quanto às lojas concorrentes e à área comercial em que se situa. O fabricante que queira selecionar uma loja especializada dentro de um centro comercial ou "shopping center" deve primeiramente estabelecer se o "shopping center" é realmente o local mais conveniente na praça. E um dos casos, o "shopping center" em apreço não tinha nenhuma loja de departamentos e por isso uma loja de especialidades não foi instalada nele. Até mesmo a localização da loja de varejo dentro do "shopping center" pode constituir-se numa consideração de suma importância. Fabricantes de bens de consumo procuram escolher varejistas numa área onde existe grande movimento de compradores.

A organização que determina que venderá a varejo os seus serviços, em vez de entregá-los diretamente terá de tomar uma outra decisão sobre em quantos locais de varejo irá operar. Geralmente é mais econômico para a organização ter apenas uma filial.

Mantendo uma grande biblioteca numa cidade importante, os custos de duplicação de livros, de administração e de construção poderão ser evitados. Os cidadãos ganharão pelo fato de encontrarem uma enorme coleção de livros, num só local. Entretanto, pagará o preço de ter de viajar uma distancia maior. (RODRIGUES, [200\_?]).

Um sistema constituído de muitas pequenas filiais poderá atrair mais usuários por tal razão. A maioria das grandes cidades entra em acordo quanto à



construção de uma biblioteca num local central e de diversas bibliotecas filiais para a conveniência dos consumidores. Algumas chegaram a colocar bibliotecas ambulantes, que estacionam em diferentes vizinhanças em determinados dias e tornaram os livros populares disponíveis aos consumidores.

### 3 A PRAÇA DO COMPOSTO DE MARKETING E A BIBLIOTECA

A biblioteca constitui-se como um espaço relevante para a circulação da informação, preservação da memória de uma sociedade, disseminação da informação e produção de conhecimento, tendo cunho social, ela atende o meio em esta inserida. Para um bom atendimento, ela dispõe das técnicas biblioteconômicas e das técnicas administrativas referentes ao Marketing. “[...] O marketing é uma ferramenta que certamente ajudará o setor ser reconhecido e divulgado dentro da instituição. O profissional que trabalha na biblioteca deve pensar quais são as estratégias que usa para melhorar a imagem do centro de informação [...]”. (FIGUEIREDO apud RODRIGUES, [200\_?]).

Nessa linha de bom atendimento o bibliotecário tem o composto de marketing como alicerce para atender melhor o usuário e criar estratégias que divulguem os produtos e serviços da Biblioteca. Dentre o composto de marketing tem-se o terceiro p, a praça, que tem a função de disponibilizar os serviços e os produtos no espaço para que o usuário os utilize.

A praça da Biblioteca visa possibilitar um olhar para o futuro, proporcionando a idealização de uma distribuição criativa que atraia o usuário e deixe a mesma em foco freqüente. Dessa maneira Rodrigues [200\_?] ressalta que:

Nas bibliotecas, a distribuição física do setor ou distribuição logística consiste no armazenamento do produto, sua organização, disseminação, no controle bibliográfico, no processamento do pedido – a entrevista de referência

-, a localização física do setor e o serviço ao cliente. O variar do nível de distribuição – consulta e disseminação da informação, atividades programáticas, usuário que está sempre na biblioteca – apresentam cada um desses, canais de distribuição também.

Portanto a praça do composto de marketing na Biblioteca proporciona o percurso dos produtos e dos serviços aos usuários, cujo propósito é tornar o usuário de potencial para real e melhorar cada vez mais a imagem da mesma.

### 4 CONCLUSÃO

O surgimento do Marketing proporciona um avanço para as empresas ou instituições com fins lucrativos ou não lucrativos e uma nova atuação dos consumidores, pois estes contribuem para o surgimento dos produtos e serviços e algumas bibliotecas não fogem a esta linha devido a sua grande importância de transmitir informação de forma satisfatória a seus clientes e diante de todo o progresso do marketing desenvolveu-se o Composto de Marketing que é formado pelos 4 P's, dentre estes, o estudo contextualizou o terceiro p, que refere-se a praça, também chamada de canal ou ponto de distribuição.

No que diz respeito à praça, podemos perceber que a mesma tem como principal objetivo a venda, que diz respeito aos canais de distribuição, a distribuição física, transporte e armazenagem. Assim, percebemos que a mesma é uma atividade muito importante para a satisfação geral do cliente

Destacamos aos canais de distribuição que podem ser entendidos como um conjunto de organizações que estão inter relacionadas para distribuir produtos e serviços ao consumidor. Sendo visto que uma grande vantagem destes canais é a satisfação dos clientes e para assegurar tal satisfação é preciso manter um bom nível de estoque para que não falte mercadoria.

Afirmamos ainda que o varejo é uma unidade de negócios onde ocorre a comercialização, ou seja, a compra de mercadorias e a venda para consumidores podendo ser chamada de lojista e não lojista. Já o atacado diz respeito à comercialização, porém, retrata a compra de grande quantidade de mercadorias e repassa para os varejistas. Neste contexto é importante determinar quais os meios a serem utilizados para despachar os produtos do fabricante aos intermediários ou consumidores, sendo a localização especialmente importante ao nível de varejo, porém esse ponto também deve ser levado em conta na escolha dos intermediários atacadistas.

#### THE MARKET-PLACE OF COMPOSED OF MARKETING IN THE CONTEXT OF THE UNIT OF INFORMATION

##### ABSTRACT

The study presents the third p of the made up of marketing, the market-place, in the context the Library understanding the form that the market-place acts in the same. It results of documentary and bibliographical research and based in texts significant printed matters and electronic to the attribution of information in the study, It's having as referencial theoretician Las Casas, Kotler, Acar Son and others. Objective understand and clarify from the concept and characteristics the market-place of the made up of marketing the relevance this for the Libraries and the social scope. It approaches the market-place definition, showing that it is an important part of the made up of marketing for the development of a company, institution and library. It focuses the components that form the market-place, such as: canals of distribution, retail, attacked, covering, assortment, supply, localization and transport, emphasizing characteristic definitions and aspects of the same ones. It emphasizes the market-place in the scope of the Library, detaching the relevance this to the good attendance of the user and being this a strategical way to become frequent. It finishes in such

a way detaching the importance for the enterprise way and in the field them libraries.

**Keywords:** Third P. Composed of Marketing. Market-place. Libraries. Components of market-place.

#### REFERÊNCIAS

ACAR FILHO, Nelson. **Marketing no projeto e desenvolvimento de novos produtos: o papel do desenhista industrial.** São Paulo: FIESP / Detec, 1997. (Série Manuais Técnicos – Design, 1).

DORNELAS, José. **Como fazer o Plano de Marketing do seu Plano de Negócios.** Disponível em: [http://www.planodenegocios.com.br/Dinamarca\\_artigos.asp?tipo\\_tabela=artigo&id=31](http://www.planodenegocios.com.br/Dinamarca_artigos.asp?tipo_tabela=artigo&id=31). Acesso em? 27.05.2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Estratégia de distribuição – varejo e atacado.** In: **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira.** São Paulo: Atlas, 2006. p. 307-331.

MARKETING mix. In: Wikipedia. [S.l., 200\_?]. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_mix](http://pt.wikipedia.org/wiki/Marketing_mix)>. Acesso em: 26 jul. 2007.

O TERCEIRO "P" ponto de venda e suas abordagens. [S.l., 200-?]. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/livromarketing/cap20.htm>>. Acesso em 26 jul. 2007.

RODRIGUES, Ângela Beatriz Luckei. **A biblioteca escolar como diferencial na compra dos serviços educacionais.** [200\_?]. Disponível em: <<http://www.eci.ufmg.br/gebe/downloads/322.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2007.

## A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO NAS BIBLIOTECAS

Alexsandra Costa Duarte\*  
Núbia Cristiane Silva Matos\*

### RESUMO

Conceituação de planejamento, destacando o enfoque de alguns autores. Identifica as principais características do planejamento. Destaca os tipos de planejamento, suas definições e características. Aborda as etapas do planejamento, no que tange ao diagnóstico. Mostra a importância do planejamento nas bibliotecas, despertando o bibliotecário a visão de empreendedor e gestor da unidade de informação.

**Palavras-chave:** Planejamento. Planejamento Estratégico. Bibliotecas.

### 1 INTRODUÇÃO

É inquestionável o valor e a importância do planejamento para uma administração eficiente de qualquer organização, ou seja, planejar é antes de tudo um exercício mental e crítico-reflexivo que envolve principalmente a atitude humana, daí a necessidade de fazer um planejamento antes de executar qualquer atividade, portanto o planejamento é a mola propulsora para o desenvolvimento de qualquer organização. Este artigo tem como finalidade destacar pontos que vão contribuir nas atividades dos bibliotecários, no que tange a gestão das bibliotecas.

Com o crescimento do mercado e a competitividade em alta, as unidades de informação que são consideradas como organizações, que como

qualquer outra estão sujeitos a ameaças que possam desestruturar a execução das suas atividades é que o ato de planejar nos levou a buscar através dos seus conceitos que vantagens o mesmo possa trazer para as bibliotecas. O planejamento torna-se uma ferramenta importante na organização das unidades de informação, mas a preocupação com a administração nessas unidades só começou a acontecer recentemente.

Nesse sentido mostramos alguns conceitos básicos sobre planejamento, suas características, destacando tipos e etapas a serem executadas nessas organizações.

### 2 CONCEITUAÇÃO

Antes de ser uma atividade acadêmica empresarial, o planejamento faz parte da atividade humana. O homem moderno precisa fazer um planejamento nos diferentes campos de sua vida seja na família, na área profissional, financeira, enfim, planejar para que haja uma organização e assim o mesmo possa sobreviver. Da mesma forma acontece com as empresas que buscam permanecer no mercado e resistindo a essa competitividade existente no mundo atual, para isso a mesma deve ter noção do objetivo que deseja alcançar na sociedade globalizada.

O planejamento é sem dúvida importante para qualquer organização, pois através desse planejar identifica – se todo trajeto que a mesma terá que percorrer para alcançar seus objetivos, como afirma Kwasnicka (2006, p. 205):

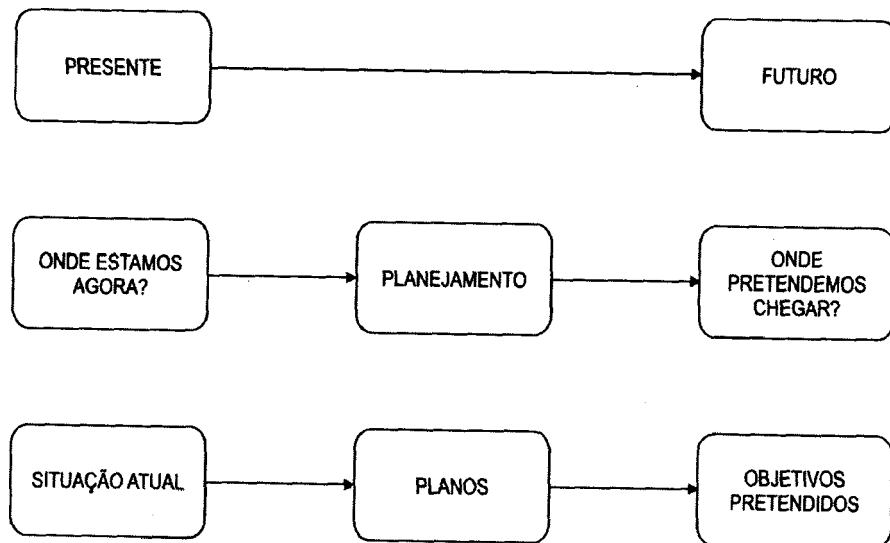
A função planejar é definida como análise de informações relevantes do presente e do passado e a avaliação dos prováveis desdobramentos futuros, permitindo que seja traçado um curso de ação que leve a organização a alcançar bom termo em relação à estratégia competitiva e obter vantagem competitiva perante seus concorrentes [...].

\* Estudantes do 6º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

Nisto percebe-se que o planejamento trabalha com duas vertentes, o presente e o futuro e é importante que o bibliotecário identifique a situação atual da biblioteca, pois esta será o ponto de partida para que seja elaborado o plano a ser executado na biblioteca. O planejamento define onde se quer chegar, o que é preciso fazer, quando fazer e como fazer.

O planejamento é a ferramenta que permite o estabelecimento do percurso das atividades na organização, assim, planejar é definir os objetivos e escolher antecipadamente o melhor curso de ação para alcançá-los. (CHIAVENATO, 2001 p.221).

Figura 1. As premissas do planejamento



Fonte: Chiavenato, 2001, p. 221.

Diante dessas definições pode se perceber que o planejamento traz vantagens para a administração de qualquer instituição, nas bibliotecas não será diferente, pois o mesmo reduz os custos e riscos trazendo segurança

e produtividade, além de permitir uma supervisão das ações desenvolvidas, checando-se as atividades estão sendo executadas da maneira prevista.

Através do planejamento, o bibliotecário saberá como conduzir os serviços da unidade de informação, conhecendo a sua realidade atual e a partir buscar dela buscar os mecanismos necessários para gerenciar as suas ações, ou seja o planejamento é a bússola que mostrará a direção a ser seguida para que a biblioteca possa ter seus objetivos alcançados. O planejamento possui características

É um processo permanente e contínuo;

- Visa o futuro;
- Tomada de decisão de forma racional;
- É sistemático;
- Promove a interação de grupo;
- É cíclico;
- Busca mudanças e inovações.

### 3 TIPOS DE PLANEJAMENTO

O planejamento possui vários níveis de organização, como o estratégico, tático e operacional.

**a) Planejamento Estratégico** – é a ferramenta que permite o estabelecimento da missão, das políticas e das diretrizes que nortearão as atividades da organização a médio e longo prazo. Através do planejamento estratégico a mesma define e redefine seus objetivos e metas para a interação com o ambiente externo, compondo as seguintes características:

- Projetado ao longo prazo, repercutindo seus efeitos no decorrer dos anos;



- Envolve a empresa em sua totalidade, abrangendo toda a sua estrutura interna e externa;
- É definida pela alta administração;
- É voltada para o desenvolvimento amplo da organização.

Nas bibliotecas, o planejamento estratégico é definido pela a direção, e este deve envolver toda a instituição.

**b) Planejamento Tático** – é desenvolvido por cada departamento, mas com base no planejamento estratégico. Suas principais características são:

- Projetado em médio prazo (anual);
- Preocupa-se em satisfazer as necessidades departamentais;
- Desenvolve atividades internas da organização.

Cabe a cada setor da biblioteca desenvolver seu plano de ação mediante ao plano que foi determinado pelo planejamento estratégico,

**c) Planejamento Operacional** – é voltado para a execução das atividades e suas características são:

- É projetado em curto prazo (diária ou semanal);
- Desenvolve atividades isoladas e busca alcançar metas específicas;
- É determinado pelo nível operacional.

São as ações determinadas pelo planejamento operacional, ou seja é o trabalho realizado por cada funcionário da biblioteca, são as rotinas de trabalho determinadas diariamente ou semanalmente.

Figura 2 – Os três níveis de planejamento

PLANEJAMENTO	CONTEUDO	EXTENSÃO DE TEMPO	FOCO	AMPLITUDE
<b>Estratégico</b>	Genérico, Sintético e Abrangente	Longo Prazo	Eficácia	Macroorientado: aborda a empresa como uma totalidade
<b>Tático</b>	Menos genérico e mais detalhado	Médio prazo	Coordenação interna	Aborda cada unidade da empresa separadamente
<b>Operacional</b>	Detalhado, específico e analítica	Curto prazo	Eficiência	Microorientado: aborda apenas cada tarefa ou operação

Fonte: Chiavenato, 2001, p. 225

#### 4 O PLANEJAMENTO NAS BIBLIOTECAS

Como já foi visto, o planejamento consiste na elaboração de objetivos a serem alcançados na organização, para isso o mesmo, se constitui de etapas que facilitam a sua execução. De acordo com as idéias de Chiavenato (2001, p. 226) “[...] o planejamento é um processo que começa com a determinação de objetivos; define estratégias, políticas e detalha os planos para alcançá-los; estabelece um sistema de decisões e inclui uma revisão periódica dos objetivos[...]”.

O processo do planejamento inicia com a definição do objeto a ser estudado, contendo as informações básicas do ambiente, isto é, o diagnóstico, que consiste numa análise minuciosa detectando os pontos fortes e fracos, internos e externos da organização. Através desse processo faz se um levantamento de dados que servirão como base para implementação de projetos a serem executados.

As bibliotecas são consideradas fonte de conhecimento e informação, portanto precisam desempenhar suas atividades devidamente planejadas, pois as mesmas estão dentro de contexto organizacional que requer uma visão sistemática. Haja vista que essa preocupação em planejar é algo recente nas bibliotecas, até porque não se tinha uma visão empreendedora das mesmas. Um dos fatores que contribuíram, para que essa imagem permeasse por muitos anos é a própria estrutura curricular da maioria das universidades que possui o curso de biblioteconomia, que se preocupava somente com o tecnicismo do curso.

Com o passar do tempo os bibliotecários constataam a necessidade desse planejamento e hoje essa ferramenta se torna indispensável na organização, nisto buscam a utilização do planejamento estratégico como instrumento para a solução dos problemas com que se defrontam. Como já foi descrito o planejamento estratégico abrange a organização em sua totalidade, tendo suas decisões concentradas na alta administração e desenvolvidas em longo prazo. Nesse contexto o planejamento estratégico apresenta-se como um instrumento ideal para que a gerência da biblioteca possa estabelecer suas diretrizes e definir as políticas e metas a alcançar.

Notamos o quanto a biblioteca evoluiu em seu conceito mais rudimentar que era vista somente como um espaço físico onde se estocava livros, hoje ela vista como um organismo vivo que busca inovações oferecendo novos produtos e serviços de maneira a satisfazer as necessidades dos usuários. Com o surgimento da sociedade da informação abriu-se um novo leque de oportunidades, para as bibliotecas e com isso novos desafios ram a fazer parte da rotina das unidades de informações. Desafios estes que exigem do gestor uma visão estratégica de como organizar, traçar planos e aplicar projetos.

O planejamento estratégico é uma nova forma de reavaliação da administração em bibliotecas, pois este permite que a unidade de informação conheça suas fraquezas, seus pontos fortes, a otimização dos seus serviços,

definir metas, controle e avaliação dos seus serviços. Segundo Lima (1996, p.9) “[...] A utilização do plano estratégico é importante para as bibliotecas, mesmo com as restrições que se pode observar, pelo fato do mesmo estabelecer os elos entre os meios e os fins.”

As bibliotecas devem estar atentas ao clima de mudanças, já que toda mudança traz tanto ameaças como oportunidades e estas são desafios a serem vencidos, observando e avaliando sua postura em função da estratégia da organização significando que um sistema pode ter sua própria estratégia desde que a mesma seja consistente e respeite a filosofia da instituição.

## 5 CONCLUSÃO

Diante do que foi exposto constatou se que o planejamento é uma ferramenta de fundamental importância para organização com destaque para o planejamento estratégico que quando formulado claramente permite estabelecer planos, reunir recursos e tomar decisões controlando seu futuro sem eliminar riscos e incertezas. Na realidade o planejamento estratégico é uma forma de garantir a sobrevivência e o crescimento das unidades de informações.

O planejamento permitirá que o gestor da biblioteca estabeleça as medidas que serão tomadas para que os serviços e os produtos oferecidos pela unidade de informação atendam as necessidades dos seus usuários, para isso é importante que o bibliotecário busque conhecer as áreas administrativas.

E importante frisar que planejamento estratégico somente se concretizará se houver uma mudança de pensamento, fazendo com que os bibliotecários estejam abertos ao livre pensar e aceitação de situações diversas desenvolvendo uma visão gestora nas bibliotecas. Nisto, cabe ao profissional da informação buscar especializações na área da administração, assim, tomando-se um bibliotecário atuante com visão empreendedora, pois a biblioteca não deixa

de ser uma unidade de negócio, onde existem clientes (usuários) que buscam o produto (informação) e que exigem qualidade tanto nos serviços como no próprio produto. É preciso que os bibliotecários pensem estrategicamente.

## THE IMPORTANCE OF THE PLANNING IN THE LIBRARIES

### ABSTRACT

Conceptualization of the planning, detaching the approach of some authors. It identifies the main characteristics of the planning. It detaches the types of planning, its definitions and characteristics. It approaches the stages of the planning, in what it refers to the diagnosis. It shows to the importance of the planning in the libraries, to awake the librarian to an enterprising and managing vision in the Unit of Information.

**Keywords:** Planning. Strategic Planning. Libraries.

### REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da Administração**. 6.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

KWASNICKA, Eunice Lavaca. **Introdução à Administração**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LIMA, Arnaldo José de. Aplicabilidade de planejamento estratégico em bibliotecas: uma apreciação crítica. **Universidade e desenvolvimento**. Florianópolis, v.3, n.1, p.8-24, abr. 1996.

## O BIBLIOTECÁRIO NO CONTEXTO DO SEU PERFIL PROFISSIONAL EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Cyntia Caroline Martins Oliveira\*

### RESUMO

Aponta que informação pelo fato de ter sofrido grande influência das novas tecnologias acabou afetando no modelo tradicional de profissionais atuantes em áreas que necessitam da mesma para estabelecer mediações entre ele próprio e o usuário / cliente. A pesquisa e a investigação são fundamentais para a formação do profissional da informação, pois através delas há uma comunicação entre a formação e a prática profissional do mesmo. Mas, muitas vezes, o conhecimento transmitido aos alunos é apenas aquele repassado pelo professor na academia, não havendo a pesquisa, o questionamento, a dúvida. Ocorrendo, assim, que ao fim de seu curso gradual, o aluno não se sinta capaz e experiente para investigar, pois a pesquisa fica em última instância em sua organização curricular. A partir daí é que se criam conceitos pejorativos quanto ao perfil do profissional da informação, uma vez que o mesmo não se manifesta para mudar, deixando permanecer a idéia de ele ser um profissional pacato, sem criatividade e iniciativa.

**Palavras-chave:** Informação. Perfil profissional. Formação profissional. Novo profissional da informação. Bibliotecário. Unidades de informação.

### 1 INTRODUÇÃO

Qualquer que seja o campo profissional habitado, tem-se como base fundamental a informação.

\* Estudante do 6º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal da Maranhão.

A sociedade atual nos oferece inovações tecnológicas e nos obriga a conviver com elas e, é nesse contexto sócio-econômico que se inicia a grande avalanche informacional, onde tudo e todos podem ser considerados "incompetentes ou alienados" a partir do momento em que se distanciam da nova era informacional que chega.

Com isso, o perfil dos novos profissionais da informação começou a ser esboçado. Embora, haja versões que os diferenciem, acabam eles dirigindo-se para alguns pontos afins. Encaixar-se neles, tornou-se vital para a sobrevivência de algumas profissões tradicionais, principalmente Biblioteconomia e Arquivologia.

O novo profissional da informação deve ser capaz de:

- a) acompanhar e avaliar informações sobre o ambiente social, cultural, político e econômico;
- b) exercer seu enfoque crítico sobre a informação e suas fontes para que possa produzir;
- c) escolher, pôr em ordem e distribuir as informações solicitadas para o desempenho de diferentes usuários;
- d) examinar o conteúdo e dialogar com o produtor e o consumidor sobre a qualidade da informação e seu melhor uso.

O profissional da informação/bibliotecário vem procurando adaptar-se às novas tecnologias vigentes, que interferem ou contribuem para a constituição dos saberes e fazeres da Biblioteconomia. Essa adaptação se dá a partir do momento em que o profissional da informação se dispõe a configurar um novo padrão de pesquisa, método e técnicas do trabalho, para, assim, ativar de modo rápido e eficiente, seu ritmo de aprendizagem e produtividade neste novo âmbito empresarial que já nasceu em nosso meio e necessita de profissionais qualificados para atuarem nele.

Vê-se, então, que há um crescente mercado de trabalho sendo oferecido; basta apenas o profissional da informação / bibliotecário reformular alguns conceitos a respeito de sua profissão e abraçá-la com respeito. Só assim paradigmas negativos serão quebrados, dando espaço a uma nova visão que irá compor a nova realidade ocupacional do "novo profissional da informação".

## 2 O PERFIL DO PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO

A informação tem sofrido grande influência das novas tecnologias, e isso, por vez, acaba afetando o modelo tradicional de profissionais atuantes em áreas que necessitam da mesma para, assim, fazer mediações entre o usuário e ele próprio. Este profissional da informação deve se encontrar ciente da realidade em que vive, se situar no ambiente que atua para que, mediante transformações na sociedade, crie recursos propícios à sua atuação profissional.

No entanto, como nos relata Valentim (1999), há um paradigma que interfere na atuação deste profissional da informação, e este deve ser mudado de paradigma do acervo para paradigma da informação. Antes, "[...] o acervo era norteador de todos os procedimentos, métodos e técnicas da área, como: armazenamento, gestão, organização (VALENTIM, 1995)"; hoje, a informação é quem cumpre este papel na atuação deste profissional, por isso é necessária uma reformulação do mesmo, no que diz respeito ao seu modo de ver e atuar na profissão. Alguns autores destacam que o profissional que devemos ser será vivo e atuante através de um aprimoramento contínuo e afinado com a realidade. Porém, isso só será possível, se o mesmo se auto-avaliar e, conseqüentemente, se atualizar e adequar à essas mudanças paradigmáticas.

Propõe Valentim que, para o profissional se enquadrar neste novo perfil, é preciso que ele adote alguns pontos fundamentais em sua "nova formação profissional":



- a) **realidade:** ter noção da realidade vigente em seu país;
- b) **identidade:** conscientizar-se daquilo que diz ser, o que quer e aonde chegará;
- c) **foco:** qual seu objetivo com a sociedade;
- d) **processos:** seus serviços informacionais, o que servirá como produto para a sociedade;
- e) **recursos:** unir a tecnologia à informação;
- f) **perspectivas:** qual seu objeto de trabalho e o que ele significa para a sociedade.

De fato, esses pontos são cobrados dos profissionais, mas não são trabalhados com clareza durante sua formação (desde a graduação), devendo, portanto, haver um aperfeiçoamento nas técnicas apresentadas na academia para que os futuros profissionais da informação possam trabalhar com a mesma de maneira clara, objetiva e dinâmica.

Questionamentos vêm sendo levantados a respeito deste novo perfil que os profissionais da informação deve adotar. Desta forma, bibliotecários, arquivistas, gestores da informação, enfim, profissionais que lidam com a informação, já devem estar cientes que esta ciência dominante, vem, cada vez mais, se desenvolvendo e formando seu corpo teórico-metodológico, para que ao se utilizarem das novas tecnologias, estes profissionais atuem no mercado de trabalho de maneira segura e competente.

Valentim (1999), no decorrer de seu texto, nos expõe muitos conceitos em relação ao perfil que o profissional da informação deve adotar, mas, para que este atue de forma sociocultural na sociedade em que vive, é preciso que saiba trabalhar em conjunto, tendo noção da multidisciplinaridade de seu papel e servindo como mediador na busca da informação. Alguns fatores auxiliam na busca desta informação de modo a modificar o meio e a forma como ela é buscada,

dentre eles, a Internet, visto que o profissional que trabalha com a informação deve conhecer este novo canal de distribuição da informação adequando-se, assim, às novas realidades. A atuação contínua deste profissional é fundamental, pois esta será sempre vista como alicerce para a progressão deste profissional no mercado de trabalho. O profissional da informação deve ser criativo, empreendedor, político, social, dinâmico, fazendo com que sua atuação no mercado seja a melhor possível (VALENTIM, 1995, p. 140).

Três grandes grupos podem ser identificados sistematicamente na atuação do profissional da informação (bibliotecário) no mercado de trabalho: o primeiro é o *mercado informacional tradicional*, talvez o único lembrado pelo bibliotecário, composto por bibliotecas públicas; o segundo é o *mercado informacional existente e não-ocupado*, que expõe as bibliotecas escolares como não-ocupadas, e, por fim, o terceiro grupo, que é o *mercado informacional – tendências*, onde se vê um crescimento na atuação do profissional da informação no mercado de trabalho.

Inovações são vistas a todo o momento, e o profissional da informação deve atender a essas novas denominações retratando seu perfil como empreendedor, dinâmico e proativo, dentre outros. Suas perspectivas profissionais estão interligadas com a tecnologia e telecomunicação, contribuindo sobremaneira para um panorama mutante e dinâmico. Afirma Tarapanoff (1996, p. 124) que a “[...] informação é um recurso cinagético: quanto mais a temos, mais a usamos e mais útil ela se torna [...]”. Desta forma, para atuar neste novo mercado de trabalho, o profissional da informação, como nos propõe Valentim, deve repensar as seguintes questões: “remodelagem da unidade; capacitação contínua dos profissionais; clareza quanto à vocação da unidade de trabalho; visualização da unidade de trabalho”.

É fundamental, também, para o profissional da informação a pesquisa, a investigação, fazendo com que ambas sirvam de interface entre a formação e a prática profissional do mesmo.

Este tipo de procedimento (investigação) é feito na universidade, gerando, assim, um "paradigma científico da modernidade", que defende a neutralidade do conhecimento e nega o senso comum, e isso acaba ocorrendo numa área específica das ciências naturais, humanas e sociais que é o método científico, que passa a ser o parâmetro para o conhecimento verdadeiro e a experimentação, a fonte de autoridade para a fundamentação do saber.

Mas, muitas vezes, na academia, o conhecimento transmitido aos alunos é apenas aquele repassado pelo professor, não havendo a pesquisa, o questionamento, a dúvida, fazendo, assim, com que, ao fim de seu curso gradual, o aluno não se sinta capaz e experiente para investigar, pois a pesquisa fica em último lugar em sua organização curricular.

O fato é que, diante de tantas modificações sociais, culturais, a partir da Teoria da Relatividade, o caráter mecanicista e determinista que distinguiu o paradigma tradicional (professor – aluno), começa a enfrentar discussões e críticas.

Uma nova concepção de ensino é relevante no momento em que trata a pesquisa como ponto fundamental para a inserção do profissional da informação no mercado de trabalho, e esta concepção se dá a partir da consideração de que o

[...] paradigma de ensinar e aprender se contrapõe ao modelo de ensino vigente na universidade. Privilegia a análise sobre a síntese. Entende que aprender não é estar em atitude contemplativa, mas sim de estar envolvido na produção de dados culturais da sociedade [...]" (RODRIGUES, 2004, p. 151).

A partir daí, vê-se que um estudante da área da informação que exerce o papel de investigador se predispõe à prática social e profissional, com certeza, sua importância como profissional da informação será revalidada a cada dia e o fará sobrevivente de qualquer "revolução tecnológica" e por fim, este, saberá responder às exigências do mundo do trabalho.

É nessa perspectiva investigatória que o bibliotecário deve ser considerado um gerenciador da informação, influenciador na formação de uma sociedade opinativa – crítica e comerciante do consumismo informacional emergente da sociedade em que se encontra. Agindo assim, ele poderá retirar essa imagem estereotipada de um profissional pacato, sem motivação e criatividade, com capacidades teóricas, habilidades técnicas e competência metodológica, e colocar a imagem de um profissional especializado em gerar informação, interagir com o usuário, ensinando-o e condicionando-o a uns pensamentos concretos, positivos do verdadeiro perfil da respectiva profissão.

Há quem diga que o bibliotecário é um profissional excluído das relações sociais, uma vez que ele escolhe a Biblioteca como um local de refúgio; porém, este profissional não é um indivíduo tímido e reservado, que dá impressão de fugir das pessoas e preferir uma Biblioteca abandonada. Vê-se que essa afirmação é relevante a partir do momento em que ele considera a Biblioteca um local abandonado, porém, a Biblioteca é, talvez, o lugar mais sociável, capaz de reunir gêneros e números de pessoas incontáveis, e o bibliotecário é quem se responsabiliza em atendê-los e compreendê-los ao visitar uma Biblioteca. Portanto, quem afirma ser o Bibliotecário um profissional tímido e incapaz de relacionar-se socialmente, está completamente equivocado, uma vez que o mesmo convive com as crianças, donas – de – casa a políticos, economistas, engenheiros etc.

O bibliotecário deve, portanto, assumir essa postura diferenciada e mais ativa em relação ao seu perfil e lutar por um reconhecimento social garantido,

pois é a partir daí que a sociedade constrói um novo pensamento a seu respeito e passa a ver o profissional com uma outra visão, desta vez uma visão de construtor da informação e não mais um profissional tímido e incapaz de relacionar-se.

O perfil dos "novos profissionais da informação" é tão diferenciado que sua atuação não se restringe aos limites das Bibliotecas. Sua presença está na área empresarial, pois este pode atuar tanto na Gestão de conhecimento/Informação quanto na implantação/gerência de serviços de Inteligência Competitiva.

Sabe-se que desafios serão e devem ser enfrentados por esses profissionais, tais como a questão cultural, a formação profissional, as práticas profissionais e até mesmo o domínio das tecnologias; mas não serão esses desafios que impedirão que profissional da informação exerça sua função com segurança, objetividade e compromisso.

O bibliotecário/profissional da informação deve estar ciente destes desafios e compreender que, dentro do imenso mercado de trabalho oferecido para ele, estão inclusos diversos outros profissionais de diversas áreas do conhecimento que, dentro do processo de gestão de Unidades de Informação, têm que lidar com atividades administrativas e organizacionais, estando inseridos no contexto social e fazendo uso das novas tecnologias. Daí, então, o bibliotecário observa que dispõe de conhecimento para tal exercício profissional e se coloca à frente de qualquer outro profissional que por ventura estará no âmbito da competitividade para com o mesmo objetivando o cargo.

O fato de vivermos numa Sociedade de Informação apresenta-nos novos desafios no campo de atividades profissionais. O crescimento do mercado informacional é um fenômeno global. A demanda crescente e variada por informações está ocorrendo na sociedade como um todo. O setor de informação parece não ser mais um construtor acadêmico. Novas ocupações estão sendo criadas, novas oportunidades se abrem, novas habilidades estão

sendo demandadas, surgindo, assim, uma diversidade de carreiras relacionada com a informação. Todos os profissionais hoje estão sendo entendidos como profissionais de informação, pois necessariamente precisam manipular informação para o desempenho de seus papéis econômicos, políticos e sociais, como exigência natural da ordem dominante [...] Verifica-se, portanto, uma diversidade das carreiras relacionadas com a informação, as quais precisam ser estudadas e melhor conhecidas. (MARENGO, 1996, p. 14).

A inclusão do bibliotecário neste amplo Campo de Atividades de Informação depende exclusivamente de sua atuação a partir da identificação de suas oportunidades, de sua qualificação profissional, na atualização curricular e no fortalecimento da profissão perante a sociedade.

Ao se falar em mercados e carreiras alternativos, globalização da informação, inovações tecnológicas, novos esquemas e funções ocupacionais, deve-se pensar na adequada preparação para enfrentá-los, através da capacitação técnica e pessoal. O planejamento de atividades dessa natureza e a preparação do caminho por entre todos os caminhos e as oportunidades que se apresentam ao poderão ser alcançados se os profissionais forem capazes de identificá-los e aceitá-los como um desafio, para o qual devem saber e conhecer muito bem a extensão e profundidade de sua condição de enfrentamento. É decisivo que o bibliotecário se habilite para uma atuação mais flexível e condizente com as necessidades do mercado e questões, de forma a promover análises de sua conjuntura e a elaboração de propostas concretas e factíveis à atuação profissional. Isso também implica a modificação efetiva dos enfoques curriculares, a expansão e adequação dos programas de educação permanente e dos cursos de pós-graduação e, finalmente, a participação efetiva dos órgãos representativos da classe profissional.

De fato, todos esses aspectos são encontrados no dia-a-dia acadêmico de maneira muito nova, dando aos estudantes a impressão de que o mercado de trabalho está aí e logo, logo, você estará pronto(a) pra bem entender. As mudanças tanto no perfil quanto no campo de atuação profissional estão acontecendo a todo e qualquer momento e o profissional atuante na área deve se encontrar ciente deste episódio e apto a enfrentá-lo de maneira objetiva e determinada.

Com isso, uma formação profissional que vise ao universo do trabalho e a não somente a ele, tal como hoje se configura, deve situar no foco das atenções algo que não é novo, que sempre existiu, mas que produzia seus efeitos de modo coadjuvante ou colateral: as competências básicas a serem desenvolvidas dizem respeito à formação pessoal, às capacidades pessoais, que transcendem os temas estudados, que sobreviverem às transformações cada vez mais rápidas dos cenários dos equipamentos e da produção material.

Nesse sentido, uma formação profissional que se delinea como ideal é aquela voltada para a construção da cidadania “[...] consciente e ativa, que favoreça aos alunos bases culturais as quais lhes permitiam posicionar-se frente às transformações em curso e incorporar-se na vida produtiva [...]” (CASTRO, 2002, p. 189).

Desta forma a formação profissional da informação deve ser capaz de :

- a) desenvolver consciência;
- b) estimular a capacidade de resolver problemas;
- c) ter capacidade em tecnologia da informação;
- d) esclarecer a importância social do bibliotecário e da informação;
- e) explorar a questão sociocultural do bibliotecário;
- f) atuar no gerenciamento e administração de empresas etc.

### 3 CONCLUSÃO

Pode-se defender a idéia de que é necessário uma reformulação / atualização das técnicas, princípios e habilidades que regem na formação do profissional da informação / bibliotecário, de modo a incluir esses profissionais no mercado empresarial, reconhecendo e aproveitando as oportunidades para gerenciamento de Unidades de Informação. Tal transformação só poderá ser melhor sucedida se houver uma ação generalizada em diferentes ambientes de atuação profissional: Bibliotecas Públicas, Escolares, Universitárias, Centro de Informação, Docência em Graduação e Pós – Graduação. No entanto, essa reformulação se dá a partir de uma educação continuada na qual o profissional se insere no contexto social, ativo e sempre atual.

Enfim, o profissional atuante na área da informação deve estar sempre em constante renovação de idéias, planejamento e metas, a partir do momento em que o mesmo tem por ação crescente em seu currículo a produção científica, no “[...] desenvolvimento das tecnologias aplicáveis ao manejo da informação e das comunicações desta nova era chamada *Era do Conhecimento* [...]” (CASTRO, 2002, p.187).

Portanto, observa-se que o profissional da informação, além de trabalhar com a mesma, se responsabiliza em organizá-la e gerenciá-la para, assim, facilitar ao usuário o seu acesso. Para efeito, com desordem não há controle, sem controle não há ordem, sem ordem não tem como organizar e / ou realizar um trabalho. Daí então a importância significativa do bibliotecário ser um profissional organizado, dedicado e possuidor de um espírito de ordem ativo.

**THE LIBRARIAN IN THE CONTEXT OF YOUR  
PROFESSIONAL PROFILE IN UNITS OF INFORMATION**

**ABSTRACT**

The information for the fact of having suffered great influence of the new technologies ended up affecting in the traditional model of professionals actuates in areas that need the same to establish mediations among him own and the user / customer. The research and the investigation are fundamental for the professional's of the information formation, because through them there is a communication between the formation and the practice professional of the same. But, a lot of times, the knowledge transmitted to the students it is just that reviewed by the teacher in the academy, not having the research, the questyonnement, the doubt. Happening, like this, that to the end of your gradual course, the student doesn't feel capable and expert to investigate, therefore the research is ultimately in your organization curricular. Since then it is that grow up pejorative concepts with relationship to the professional's of the information profile, once the same doesn't show to change, letting his idea to stay to be a quiet professional, without creativity and initiative.

**Keywords:** Information. Professional profile. Professional training. New professional information. Librarian. Units of information.

**REFERÊNCIAS**

CASTRO, César Augusto. Ciência da Informação e Biblioteconomia: múltiplos discursos. In: CASTRO, César Augusto (Org.). **Formação profissional da informação: uma abordagem crítico-reflexiva**. São Luís: EDUFMA : EDFAMA, 2000, p. 199.

CUNHA, Miriam V. da; CRIVELLARI, Helena Maria T. O mundo do trabalho na sociedade do conhecimento e os paradoxos das profissões da informação. In: VALENTIM, Marta L. (Org). **Atuação profissional na área da informação**. São Paulo: Polis, 2004, p. 39-54.

RODRIGUES, Marta Eliane F. A dimensão investigativa para o exercício profissional em Ciência da Informação. In: VALENTIM, Marta L. (Org). **Atuação profissional na área da informação**. São Paulo: Polis, 2004, p. 151-165.

TARAPANOFF, Kira. **Perfil do profissional da informação no Brasil**. Brasília: IEL / DF, 1997, p. 133.

VALENTIM, Marta L. Atuação e perspectivas profissionais para o profissional da informação. In: VALENTIM, Marta L. (Org). **Profissionais da informação: formação, perfis e atuação profissional**. São Paulo: Polis, 2000, p. 135-152.



## O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO DO SETOR DE REFERÊNCIA NO CONTEXTO ATUAL:

comportamento ético e função gerencial em unidades de informação\*

Ana Lourdes dos Anjos Costa\*\*  
Poliana Gonçalves Nogueira\*\*  
Leandro Carlos de Carvalho Silva\*\*\*  
Leila de Cácia Spíndola Silva\*\*\*  
Marta Coelho Coutinho\*\*\*

### RESUMO

Aborda-se a necessidade de se seguir uma conduta ética nos serviços de referência oferecidas pelos profissionais da informação – bibliotecários. Perpassa pelo processo de referência com suas particularidades. Indica a importância da função gerencial dentro de Unidades de Informação, a qualidade de seus serviços e a capacidade que cada gerente deve obter. A funcionalidade do código de ética profissional dentro da Biblioteconomia referindo-se ao bibliotecário de referência.

**Palavras-chave:** Processo de Referência. Ética Profissional. Função Gerencial. Bibliotecário de Referência. Serviço de Referência. Unidades de Informação.

### 1 INTRODUÇÃO

É cada vez mais latente a necessidade de o profissional da informação – bibliotecário – estar atento às novas vertentes da sociedade na qual

\* Artigo apresentado à disciplina Referência, ministrada pela professora Márcia Pimenta.  
\*\* Estudantes do 6º período do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão e tutorandas do Programa de Educação Tutorial (PET).  
\*\*\* Estudantes do 6º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

está inserido e ao surgimento das novas tecnologias que poderão ajudá-lo no desenvolvimento e aprimoramento de novos produtos e serviços dentro de uma Unidade de Informação (U.I.).

Nessas sociedades de informação e tecnologia crescentes, há uma grande preocupação com o perfil e a qualificação do profissional da informação, que precisa estar constantemente atualizando seus conhecimentos e avaliando seu posicionamento dentro do ambiente da U.I.

Dentro desta perspectiva, está o bibliotecário de referência, em permanente contato com o usuário freqüentador da U.I., e a todo instante exercitando habilidades técnicas e humanas para orientar esse usuário na busca da informação desejada.

Mas o que parece uma coisa simples e repetitiva, na verdade, se revela um processo decisório que obedece a uma seqüência lógica de etapas encadeadas, que constituem o processo normal de referência, como: o surgimento de um problema; a necessidade de informação; uma indagação; uma questão a ser reformulada; estratégias de busca; o processo de busca; a resposta e a solução em potencial do problema do usuário.

Nesse contexto, o profissional da informação do setor de referência desempenha inúmeras funções, inclusive a de gerenciar os produtos, serviços e as ações dentro da Unidade de Informação, devendo apresentar um perfil dinâmico, flexível, empreendedor, criativo, dentre outros, além de ética para lidar com as mais diversas situações. A Ética como será visto adiante deve estar presente no desempenho das funções do profissional da informação, como maneira de propor regras que norteiem o comportamento desse profissional.

Além do papel da ética para o profissional da informação, abordaremos neste artigo a função gerencial desse profissional no setor de referência, entendendo que o gestor na Unidade de informação é o responsável pela qualidade de processos, serviços e produtos.

## 2 O PROCESSO DE REFERÊNCIA

O Serviço de Referência nas Unidades de Informação trata da questão cliente-profissional da informação e informações. Segundo Almeida Jr. (2003, p. 39), "o serviço de referência e informação [...] apresenta-se como espaço em que se realiza a relação usuário e informação [...]". Então o ponto-chave da referência pousa sobre as ações desenvolvidas pelo bibliotecário para levar as informações principais requisitadas pelos usuários.

Contudo, o Serviço de Referência não é tão simples, ele perpassa por um processo de referência, que é esta "[...] atividade que envolve o consulente e durante a qual se executa o serviço de referência [...]" (NEILL, [19 -?], p. 50). Todo o processo inicia-se com a necessidade do cliente pela informação e termina quando este a obtém com sucesso.

Segundo Neill ([19 -?], p. 51), pode-se elencar oito passos para definir o processo de referência. Estes passos definem a seqüência lógica de um processo de referência, que, encadeadas, leva à decisão final.

- a) o problema: nasce de uma dúvida ou necessidade de um usuário por determinada informação;
- b) a necessidade de informação: é o avanço dado pelo usuário quando este percebe sua necessidade informacional e pretende então buscá-la;
- c) a questão inicial: é a apresentação da questão (problema) ao profissional da informação;
- d) a questão negociada: um passo que se deve ter bastante atenção, pois o profissional da informação tem que analisar bem a questão inicial dela retirar todos os aspectos relevantes à busca da informação;

- e) a estratégia de busca: de acordo com a finalização da codificação da pergunta inicial, o bibliotecário verá qual é a melhor maneira de se buscar a informação desejada;
- f) o processo de busca: basicamente, a busca feita ao acervo porém, na sociedade atual, essa busca vai além de uma simples olhada na estante; de acordo com o tipo de Unidade de Informação esta busca pode ser feita em vários suportes e meios informacionais;
- g) a resposta: é a possível solução para a necessidade de informação do usuário, a resposta, porém será estudada na interação do bibliotecário e usuário para saber se esta supre estas necessidades;
- h) a solução: é a resposta em potencial, após analisada e verificada, quando não resta nenhuma dúvida no bibliotecário quanto à satisfação do propósito do consulente.

Assim vemos que o processo de referência não é uma simples interação entre o bibliotecário e o usuário; vai além e retoma os valores éticos de conduta social e relações humanas.

## 3 FUNÇÃO GERENCIAL DO PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO

As Funções Organizacionais, segundo Maximiano (2004, p. 28), são as tarefas especializadas que as pessoas e os grupos executam para que a organização consiga realizar seus objetivos.

Todas as organizações têm aproximadamente as mesmas funções. As mais importantes são: produção (ou operações), marketing, pesquisa, desenvolvimento, finanças e recursos humanos.

As organizações possuem essas funções e adquirem recursos para desenvolver e fornecer produtos e serviços, objetivando resolver problemas de seus clientes e de seus administradores.

"O papel da administração, em resumo é assegurar a eficiência e a eficácia das organizações [...]" (MAXIMIANO, 2004, p. 32). A partir do século XXI, a palavra administração foi gradualmente sendo substituída pelos termos gerência, gestão, administrativo, administrations, management, manejo, etc.

As palavras gerência e gestão, conforme o dicionário Aurélio, vêm do latim *gerentia*, de *gere*, fazer, significando o ato de gerir e as funções do gerente. Gestão significa ação. É um processo dinâmico de tomar decisões e realizar ações.

O gestor de uma Unidade de Informação (U.I.), do setor de Referência ou de qualquer outra instituição, necessita ter a capacidade gerencial, além da capacidade analítica, de julgamento, de decisão, de liderança e de enfrentar riscos e incertezas. Essa capacidade gerencial é adquirida através do aprendizado gerencial mais detalhado e a experiência de cada dia.

Conforme Motta (2001, p. 1), a função gerencial divide-se em dois momentos: em primeiro lugar, a visão ordenada e tradicional de gerência fazia crer que o dirigente era – ou deveria ser – um decisor racional, um planejador sistemático e um coordenador e supervisor eficiente das atividades organizacionais. Entretanto, pesquisas sobre a função gerencial, mesmo nas grandes organizações consideradas eficientes, têm revelado que o lugar-comum da gerência é exatamente o contrário. Em segundo lugar, a visão ordenada do mundo organizacional implícita na própria idéia de "organização", induzida a se pensar a realidade administrativa como racional, controlável e passível de ser uniformizada. Essa visão tem se provado enganadora, pela constatação cada

vez mais freqüente de que a organização é, significativamente, uma realidade caótica.

Dentre outras funções, ela é mais uma das funções que possuem as organizações para satisfazer as suas necessidades e as do cliente, e cabe ao gerente realizar o processo decisório organizacional.

Como as empresas possuem sua própria cultura organizacional e complexidades, para cada uma delas exige-se um novo aprendizado. Mas para os gerentes de sucesso os comportamentos gerenciais são os mesmos, pois esses comportamentos são habilidades gerenciais típicas que foram decodificadas.

Segundo Motta (2001, p. 2-3), a gerência é a arte de pensar, de decidir e de agir; é a arte de fazer acontecer, de obter resultados. Resultados que podem ser definidos, previstos, analisados e avaliados, mas que têm de ser alcançados através das pessoas e numa interação humana constante. Ela possui quatro dimensões básicas: a cognitiva, a analítica, a comportamental e a habilidade de ação (ver quadro 1).

**QUADRO 1. SIGNIFICADO E OBJETIVO DE HABILIDADES GERENCIAIS**

TIPO DE HABILIDADE	SIGNIFICADO	OBJETIVO
COGNITIVA	Saber categorizar os problemas administrativos, ver as relações entre categorias e compreender o particular através do conhecimento do geral.	Aprender sobre administração, a partir do estoque de conhecimento existente sobre definições de objetivos e formulação de políticas e as idéias sistematizadas sobre estruturas, processos, técnicas e comportamentos organizacionais.
ANALÍTICA	Saber a utilidade e a potencialidade das técnicas administrativas e adquirir mais realismo, profundidade e criatividade na solução de problemas.	Aprender a decompor problemas administrativos, identificar variáveis fundamentais, estabelecer relações de causa e efeito na busca de novas soluções, objetivos, prioridades e alternativas de ação.
COMPORTAMENTAL	Comporta-se de forma diferente do anteriormente acostumado para obter respostas comportamentais mais consistentes com objetivos de eficiência, eficácia, satisfação e segurança no trabalho.	Aprender novas maneiras de integração humana dentre padrões alternativos conhecidos e validades socialmente, como novas formas de comunicação de interação, grupal ou de exercer ou lidar com poder e autoridade.
DE AÇÃO	Desenvolver a capacidade de interferir intencionalmente no sistema organizacional, ou seja, de transformar objetivos e conhecimentos em formas efetivas de ação.	Aprender sobre si próprio, sobre sua função e sobre os objetivos e condições operacionais de sua organização. Desenvolver comprometimento com a missão socioeconômica

Fonte: MOTTA, P. R. **Transformação organizacional: a teoria e prática de inovar**. 4. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

Motta (2001, p. 4) também aborda que a ação gerencial é uma expressão individual de autonomia, de reflexão e segurança, de conhecimento de si próprio e de seu papel na organização em que trabalha. Além do mais, a

ação reflete o comprometimento, a autodisciplina e a adaptabilidade pessoal na consecução de uma missão. A habilidade da ação gerencial alia, portanto, toda a dimensão de segurança fornecida pelo conhecimento administrativo com o comportamento pessoal na busca de novos horizontes.

A gestão na U.I. proporciona que as informações pertinentes cheguem ao cliente solucionando o seu problema e que os recursos não sejam desperdiçados na obtenção e manutenção de informação sem utilidade.

Para Beal (2004, p. 129 – 130), gerenciar a informação exige o estabelecimento de definições, formatos, estruturas, domínios e regras que permitam tratar a informação como um recurso a ser administrado, com responsabilidades claras com relação ao provimento, padronização, distribuição, acesso, armazenamento, proteção etc. Do ponto de vista da tecnologia da informação, é necessário ir além da preocupação com a aquisição e implantação de recursos tecnológicos avançados, substituindo a visão tecnocêntrica, focada em chips, algoritmos e aplicativos, por uma perspectiva mais ampla, em que a preocupação está no suporte tecnológico necessário à geração e a disseminação de informação provido de contexto e significado.

Maximiano (2004, p. 35) enfatiza cinco passos do processo da gestão, que são:

- a) planejamento: processos de definir objetivos, atividades e recursos;
- b) organização: processo de definir e dividir o trabalho e os recursos necessários para realizar os objetivos. Implica a atribuição de responsabilidades e autoridade a pessoas e grupos;
- c) liderança: processo de trabalhar com pessoas para assegurar a realização dos objetivos;

- d) execução: processo de realizar atividades e consumir recursos para atingir os objetivos;
- e) controle: processo de assegurar a realização dos objetivos e de identificar a necessidade de modificá-los.

Todos esses passos levam a um bom gestor a realizar com eficiência e eficácia, a seu gerenciamento. Um gerente da informação tem que se posicionar dentro das normas reais de relações sociais, pois este terá que ter competências determinadas para lidar bem com o pessoal e gerenciar melhor seus serviços. Assim, competências seriam habilidades e atitudes necessárias para desempenhar atividades (MAXIMIANO, 2004, p. 41). Pode-se elencar quatro competências importantíssimas para qualquer gerente.

- a) intelectuais: habilidades e formas de raciocínio lógico para desempenhar funções e executá-las;
- b) interpessoais: posição interpessoal que o gerente deve assumir para liderar sua equipe;
- c) técnica: são os conhecimentos que o gerente deve ter para agir de forma correta na tomada de decisões;
- d) intrapessoal: é a capacidade de introspecção do gerente, ou seja, a capacidade deste de se auto-avaliar, ter um autocontrole, autoconhecimento etc.

O profissional da informação, adquirindo todas essas competências, obterá a competência informacional para gerenciar, de forma eficiente e eficaz, a U.I.

#### 4 ÉTICA DO PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO

A ética profissional é um assunto discutido desde os primórdios das civilizações. Em locais como a Grécia Antiga, a ética era “[...] defendida como ciência dos princípios que regem a conduta social do homem.” (CFB, 2005, p. 1)

O conceito da palavra ética vem do grego *ethos*, que, segundo Souza (2007, p. 136)

[...] tem a mesma base etimológica da palavra moral, do latim *Moraes*. Os dois vocábulos significam hábitos e costumes, indicando normas de comportamento que se tornaram habituais. Alguns autores fazem a distinção entre ética e moral. A ética compreende uma teoria ou reflexão crítica sobre os fundamentos de um sistema moral, ou de um sistema de costumes de uma pessoa, grupo ou sociedade. O que a sociedade se acostumou a aceitar como habitual não é necessariamente, ético.

No contexto atual, com os avanços tecnológicos e a exclusão social, o termo ética vem sendo abordado constantemente para se analisar o comportamento que os profissionais devem ter diante das pessoas. Assim, ética deixa de ser lema de discussões filosóficas para normatização de conduta, o que é explicado pelo autor Souza (2007, p. 143-144) na sua passagem: “[...] perde-se cada vez mais o sentido de uma discussão ética que fundamenta a norma de conduta e dá base para formulá-la e afirma-se que a ética é o mesmo que a normatização de conduta [...]”.

Os códigos de ética profissional são normas e condutas a serem seguidas. Existem códigos de ética dos advogados, médicos etc. a Biblioteconomia não é diferente; segundo o CFB-10, “[...] Ética é o conjunto das normas de conduta do bibliotecário, no exercício de sua profissão. Essas normas se consubstanciam no Código de Ética Profissional [...]” (CFB, 2005, p. 1).



O código de ética é regido de acordo com técnicas legislativas, determinando como deve se comportar o profissional no seu meio de trabalho; portanto, o profissional da informação deve segui-lo no local onde está situado. Entretanto, os códigos de ética são diferentes, levando em consideração as variáveis como as comunidades, técnicas e tecnologias distintas.

Souza (2007, p. 145) diz que os “[...] conceitos discutidos em torno das práticas éticas e de sua expressão nos respectivos códigos de ontológicos que empregam, para orientar sua conduta [...]”. Os profissionais da informação devem seguir suas práticas éticas, de acordo com o código específico. Maior importância é dada ao profissional da informação do setor de referência, este que está em pleno contato com o público, deve, acima de tudo, respeitar os valores que “[...] decorre do reconhecimento da igualdade humana e da liberdade de ação, com origem na Declaração Universal dos Direitos Humanos” (SOUZA, 2007, p. 145).

## 5 CONCLUSÃO

O profissional da informação do setor de referência desempenha uma função primordial e ímpar no universo da Biblioteconomia, já que está diretamente envolvido no processo de mediação entre o cliente e a informação.

Atualmente, o perfil do profissional da informação do setor de referência sofreu sérias mudanças, em decorrência das novas exigências da Sociedade da Informação e dos novos clientes, cada vez mais exigentes.

Além disso, o profissional da informação não apenas precisa ter um perfil cada vez mais dinâmico, como também deve estar preparado para desempenhar funções gerencial e ética nas organizações. Como o processo de referência, nas palavras de Neill ([19 -?], p. 50) do começo ao fim, é uma seqüência de problemas, o bibliotecário tem que ser ético para avaliar todas as situações que

surgirem e posicionar-se de acordo com o pré-estabelecido no código adotado na instituição.

Além do comportamento ético, assume, também, a função de gerenciar todo o fluxo de entrada e saída de informações, os serviços oferecidos na Unidade de Informação os produtos, bem como o relacionamento interpessoal entre os membros da equipe de referência.

É também responsável pelo planejamento das atividades, a elaboração de planos e a proposição de metas traçadas para atingir os objetivos definidos pela instituição pela qual é responsável.

Como se pôde perceber, o processo de referência envolve esforços de ambas as partes, profissional da informação e usuário, e só termina quando há um entendimento no que diz respeito à resposta do problema existente, se ela satisfaz a necessidade de informacional do usuário, lembrando que o trabalho do bibliotecário exige grande capacidade de análise e de percepção para esclarecer a questão inicial e chegar a um acordo mútuo entre todas as alternativas de processo e busca da informação, de acordo com as estratégias da Unidade de Informação.

### THE PROFESSIONAL OF THE INFORMATION OF THE SECTION OF REFERENCE IN THE CURRENT CONTEXT: ethical behavior and managerial function in units of information

#### ABSTRACT

The need is approached of following an ethical conduct in the reference services offered by the librarians. Through for the reference process with your particularities. It indicates the importance of the managerial function inside of units of information, the quality of your services and the capacity that each manager

should obtain. The functionality of the code of professional ethics inside of the biblioteconomia referring to the reference librarian.

**Keywords:** Process of Reference. Professional ethics. Managerial function.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. **Biblioteca pública: avaliação de serviços.** Londrina: Edisel, 2003.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação...** São Paulo: Atlas, 2004.

CFB – CONSELHO FEDERAL DE BIBLIOTECONOMIA. Resolução nº42 de 11 de dezembro de 2001. **Código de Ética Profissional do Bibliotecário.** Disponível em: <http://www.crb10.org.br/codigoeticabibliotecario.html>. acesso em 30 nov. 2005.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração.** 6 ed. Ver. Ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

MOTTA, P. R. **Transformação organizacional: a teoria e prática de inovar.** 4. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NEILL. O processo de referência. [S.l.; s.n] [19 -?].

SOUZA, Francisco das Chagas de. **Ética bibliotecária no contexto atual. Perspectiva em ciência da informação.** Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 136-147, jan. jun, 2002.

## GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

Cyntia Caroline Martins Oliveira\*  
Ramyze Uchôa da Silva\*

### RESUMO

Imprime a necessidade de a competitividade repensar as estratégias organizacionais de modo a focar esforços em fatores que representem efetivamente uma oportunidade de diferenciação. Enfoca que a teoria e práticas contemporâneas têm apontado os recursos humanos como sendo o elemento que merece destaque, uma vez que o retorno esperado é sempre frutuoso. Destaca a gestão do conhecimento como processo sistemático de identificação, criação, renovação e aplicação dos conhecimentos que são estratégicos na vida de uma organização. Revela que organização que aprende possui a capacidade de, continuamente, criar o futuro que realmente deseja, revelando o aparecimento do desenvolvimento das organizações que visa a clara percepção do que está ocorrendo nos ambientes interno e externo da organização, a análise e decisão do que precisa ser mudado e a intervenção necessária para provocar a mudança, tomando a organização mais eficaz, e conciliando as necessidades humanas fundamentais com os objetivos e metas da organização..

**Palavras-chave:** Gestão do conhecimento. Competências. Desenvolvimento organizacional. Recursos humanos.

\* Estudante do 6º período do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal da Maranhão.

## 1 INTRODUÇÃO

As organizações vêm passando por profundas transformações nos últimos tempos. Essas transformações não estão relacionadas apenas a aspectos econômicos e financeiros, mas se relacionam principalmente, às mudanças sociais e históricas impostas sempre que se cumpre um ciclo de desenvolvimento gerado pela transição entre um modelo de organização de trabalho que cumpriu o seu papel histórico, esgotou as suas potencialidades e cedeu lugar a um outro modelo qualitativamente superior.

Nas últimas três décadas, as organizações brasileiras, tanto privadas como públicas, de forma crescente passaram a se conscientizar da importância da revisão dos seus modelos de gestão: no caso das empresas privadas, a motivação era a sua sobrevivência e competitividade no mercado; no caso das empresas públicas, tal motivação era a sua capacidade de cumprir sua missão, ou seja, atender com qualidade a prestação de serviços de interesse da sociedade. Nesse contexto, o problema de pesquisa que se pretende abordar nesse artigo é o alinhamento da gestão do conhecimento ao desenvolvimento organizacional, de forma a disponibilizar e desenvolver as competências necessárias à organização.

## 2 BREVE RELATO SOBRE A GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Tal como uma ciência, a gestão observa e modela a realidade. E, é neste cenário que a informação passa a ser o grande objeto das transformações que geram novas informações. Informações estas que precisam ser gerenciadas por profissionais que estejam consoantes com as novas exigências da moderna sociedade globalizada da qual fazem parte.

A gestão da informação deve assentar num sistema de informação desenvolvido à medida das necessidades da empresa, desempenhando um papel

de apoio na articulação dos vários subsistemas que a constituem (entendida como um sistema global) e os sistemas envolventes, na medida em que efetua o processamento de dados provenientes de múltiplas fontes, gerando informação útil e em tempo real à gestão e à tomada de decisão na empresa por forma a criar vantagens competitivas do mercado.

Segundo Chiavenato (1999, p.30), "[...] na era da informação, as organizações requerem agilidade, mobilidade, inovação e mudanças necessárias para enfrentar as novas ameaças e oportunidades em um ambiente de intensa mudança e turbulência".

Assim, diante deste contexto o Bibliotecário deve desenvolver suas habilidades gerenciais com o objetivo de repassar para os usuários serviços inovadores, de modo que este cliente seja correspondido com a informação desejada, inserindo também o planejamento que é necessário para organizar, controlar, e direcionar qualquer ambiente de trabalho.

Para o entendimento da expressão gestão da informação é importante observarmos que é um termo empregado para designar técnicas para a tomada de decisão de forma a atingir eficazmente objetivos.

O profissional da informação tem funções básicas, criar estratégias de disseminar a informação de forma a torná-la acessível a todos; direcionar o fluxo de informação de toda a instituição trabalhada na hora certa para seu devido lugar, organizar, armazenar e proporcionar seu uso.

Tendo a biblioteca como um sistema complexo e alvo de nosso estudo, se faz necessário estudar as redes de biblioteca que formam verdadeiros consórcios, cooperativas, parcerias e associações que permutam informações constantemente, como as bibliotecas digitais, virtuais, eletrônicas que tem proporcionado o aparecimento de várias profissões, técnicos e cientistas.

### 3 GESTÃO DO CONHECIMENTO

O conhecimento entende-se pela informação interpretada, ou seja, o que cada informação significa e que impactos no meio cada informação pode causar, de modo que a informação possa ser utilizada para importantes ações e tomadas de decisões. Sabendo como o meio reage às informações, pode-se antever as mudanças e se posicionar de forma a obter vantagens e ser bem sucedido nos objetivos a que se propõe.

Para compreender Gestão do Conhecimento, deve-se iniciar descrevendo os conceitos de *dado*, *informação*, *conhecimento*, chegando por fim, ao processo de *Gestão do Conhecimento*.

*Dado* pode ter significados distintos, dependendo do contexto no qual a palavra é utilizada. Para uma organização, *dado* é o registro estruturado de transações. Genericamente, pode ser definido como um conjunto de fatos distintos e objetivos, relativos a eventos. É informação bruta, descrição exata de algo ou de algum evento.

*Informação* é uma mensagem com dados que fazem diferença, podendo ser audível ou visível, e onde existe um emissor e um receptor. É o insumo mais importante da produção humana. São dados interpretados, dotados de relevância e propósito. É um fluxo de mensagens, um produto capaz de gerar conhecimento.

O *conhecimento* deriva da informação assim como esta, dos dados. O conhecimento não é puro nem simples, mas é uma mistura de elementos; é fluido e formalmente estruturado. O conhecimento pode ser comparado a um sistema vivo, que cresce e se modifica à medida que interage com o meio ambiente. Alguns autores classificaram o conhecimento humano em dois tipos: conhecimento tácito e conhecimento explícito. Conhecimento explícito é o que pode ser articulado na linguagem formal, O conhecimento tácito é difícil de ser

articulado na linguagem formal, é um tipo de conhecimento mais importante. Os conhecimentos tácito e explícito são unidades estruturais básicas que se complementam e a interação entre eles é a principal dinâmica da criação do conhecimento na organização de negócios.

*Gestão do Conhecimento* é, portanto, o processo sistemático de identificação, criação, renovação e aplicação dos conhecimentos que são estratégicos na vida de uma organização. É a administração dos ativos de conhecimento das organizações. Pode-se dizer também que a Gestão do Conhecimento é um processo sistemático, articulado e intencional, apoiado na geração, codificação, disseminação e apropriação de conhecimentos, com o propósito de atingir a excelência organizacional.

A gestão do conhecimento tem como objetivos:

- Tomar acessíveis grandes quantidades de informação;
- Permitir a identificação e mapeamento do conhecimento;
- Apoiar a geração de novos conhecimentos etc.

Um dos principais problemas na gestão do conhecimento é a tendência das pessoas em reter seus conhecimentos. Mesmo as que não o fazem intencionalmente podem simplesmente não estar motivadas a mostrar o que sabem. Para que a gestão do conhecimento produza efeitos práticos nas empresas, deve estar plenamente ancorada pelas decisões e compromissos da alta administração a respeito das iniciativas necessárias em termos de desenvolvimento estratégico e organizacional, investimento em infra-estrutura tecnológica e cultura organizacional, que celebre o trabalho em conjunto e o compartilhamento.

#### 4 O PROCESSO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

A gestão do conhecimento é um processo corporativo, focado na estratégia empresarial e que envolve a gestão das competências, a gestão do capital intelectual, a aprendizagem organizacional, a inteligência empresarial e a educação corporativa. Sob a qual a Gestão das Competências engloba o conhecimento real, a habilidade, a experiência, os julgamentos de valor e redes sociais. É o elo entre conhecimento e estratégia. Não pode ser copiada com exatidão, é transferida pela prática. Na Gestão do Capital Intelectual acontece a soma do conhecimento de todos em uma organização, o que lhe proporciona vantagens competitivas; é a capacidade mental coletiva, a capacidade de criar continuamente e proporcionar valor de qualidade superior. Com a Aprendizagem Organizacional, o tema central da Gestão do Conhecimento é aproveitar os recursos que já existem na organização para que as pessoas procurem, encontrem e empreguem as melhores práticas em vez de tentar criar algo que já havia sido criado. Através da aprendizagem contínua, a organização exercita a sua competência e inteligência coletiva para responder ao seu ambiente interno (objetivos, metas, resultados) e externo (estratégia). A aprendizagem organizacional é, portanto, o processo contínuo de detectar e corrigir erros. Errar significa aprender, envolvendo a autocrítica, a avaliação de riscos, a tolerância ao fracasso e a correção de rumo, até alcançar os objetivos. Pode-se definir Inteligência Empresarial como sendo um processo analítico que transforma informações públicas desagregadas em conhecimento estratégico relevante, acurado e utilizável, sobre concorrentes, sua posição no mercado, performance, capacidades e intenções, ou ainda, como um programa sistemático para coleta e análise de informações sobre as atividades de concorrentes e tendências dos negócios a fim de alcançar os objetivos da organização. Na Educação Corporativa as organizações enfrentam dificuldades na velocidade de sua adaptação. Esse novo contexto empresarial redefine o

perfil do trabalhador da era do conhecimento à nova realidade. É necessária uma nova abordagem na formação, agora necessariamente continuada, para que as pessoas permaneçam produtivas, em condições de acompanhar as mudanças e otimizando seu tempo. Além disso, a tecnologia vem permitindo desenvolver experiências para treinar mais pessoas com maior economia.

#### 5 DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

O Desenvolvimento Organizacional é uma resposta da organização às mudanças. É um esforço educacional muito complexo, destinado a mudar atitudes, valores, comportamentos e a estrutura da organização, de tal maneira que esta possa se adaptar melhor às novas conjunturas, mercados, tecnologias, problemas e desafios que estão surgindo em uma crescente progressão. Visa a clara percepção do que está ocorrendo nos ambientes interno e externo da organização, a análise e decisão do que precisa ser mudado e a intervenção necessária para provocar a mudança, tornando a organização mais eficaz, perfeitamente adaptável às mudanças e conciliando as necessidades humanas fundamentais com os objetivos e metas da organização.

Uma organização é a coordenação de diferentes atividades de contribuintes individuais com a finalidade de efetuar transações planejadas com o ambiente. Toda organização atua em determinado meio ambiente e sua existência e sobrevivência dependem da maneira como ela se relaciona com esse meio. Assim, ela deve ser estruturada e dinamizada em função das condições e circunstâncias que caracterizam o meio em que ela opera.

O conceito de Desenvolvimento Organizacional está intimamente ligado aos conceitos de mudança e de capacidade adaptativa da organização à mudança. Este é um desdobramento prático e operacional da Teoria Comportamental a caminho da abordagem sistêmica. É nada mais que as



mudanças que ocorrem dentro de uma organização. Segundo essa teoria aberta, democrática e participativa, as organizações devem se voltar mais às pessoas do que às técnicas e recursos para conseguir uma maior capacidade de realizar as mudanças necessárias ao desenvolvimento organizacional.

As organizações assumem diferentes formas organizacionais em diferentes ambientes e em diferentes épocas. Mais do que isso, as organizações, durante sua existência, percorrem cinco fases distintas:

**Fase Pioneira:** é a fase inicial da organização pelos seus fundadores ou empresários. Com os poucos procedimentos estabelecidos, a capacidade de empresa para realizar inovações é bastante elevada.

**Fase de Expansão:** é a fase em que a organização cresce e expande suas atividades, intensificando suas operações e aumentando o número de seus participantes. A preocupação básica é o aproveitamento das oportunidades que surgem e o nivelamento entre a produção da organização e as necessidades ambientais.

**Fase de Regulamentação:** com o crescimento das atividades da organização, esta é obrigada a estabelecer normas de coordenação entre os diversos departamentos ou setores que vão surgindo, bem como definir rotinas e processos de trabalho.

**Fase de Burocratização:** a partir do desenvolvimento das operações e de acordo com a sua dimensão, a organização passa a necessitar de uma verdadeira rede de regulamentação burocrática, preestabelecendo todo o comportamento organizacional dentro de padrões rígidos e de um sistema de regras e procedimentos para lidar com todas as contingências possíveis relacionadas com as atividades do trabalho.

**Fase de Reflexibilização:** é uma fase de readaptação à flexibilidade, de reencontro com a capacidade inovadora perdida, através da introdução consciente de sistemas organizacionais flexíveis. O Desenvolvimento Organizacional é exatamente um esforço de reflexibilização.

A organização em si consiste em um número de subsistemas dinamicamente interdependentes, e mudanças em alguns deles podem afetar os outros subsistemas. Da mesma forma, a organização é em si um subsistema em um ambiente que consiste em muitos outros sistemas, todos dinamicamente interdependentes.

O Desenvolvimento Organizacional tem como principais objetivos:

- Incentivar o aparecimento de novas formas de organização, na descentralização do processo de tomada de decisão, na flexibilidade funcional qualificante e na melhoria das condições de trabalho;
- Potenciar a responsabilidade social e ambiental nas empresas bem como diferentes formas de cooperação entre organizações, com claros benefícios para as mesmas e para a comunidade onde estão inseridas;
- Promover a comunicação e o diálogo no seio das organizações.

O planejamento de informação é um processo dinâmico e interativo para determinação de objetivos, políticas e estratégias (atuais e futuras) das funções organizacionais e dos procedimentos das organizações/unidades de informação. E, para uma organização desenvolver-se de forma a crescer cada vez mais é necessário que haja um planejamento daquilo que pretende fazer, possuir valores, missões e estratégias que possibilitem o seu desenvolvimento organizacional.

## 6 GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

No atual cenário econômico mundial, a vantagem competitiva de uma empresa está diretamente relacionada à sua capacidade de introduzir novos

produtos em seu mercado, com prazos e custos comparativamente menores. A crescente competitividade imprime uma necessidade de se repensar as estratégias organizacionais de modo a focar esforços em fatores que representem efetivamente uma oportunidade de diferenciação. Nesse sentido, a teoria e práticas contemporâneas têm apontado os recursos humanos como sendo o elemento que merece destaque, uma vez que o retorno esperado é sempre frutuoso. Diante desse cenário, fica evidente que o sucesso das estratégias organizacionais depende de pessoas comprometidas com a missão e com os objetivos da organização, reconhecendo-se que são elas que fazem a diferença nos momentos cruciais, de crise ou de mudança.

A gestão do conhecimento leva as organizações a mensurar com mais segurança a sua eficiência, tomar decisões acertadas com relação a melhor estratégia a ser adotada em relação aos seus clientes, concorrentes, canais de distribuição e ciclos de vida de produtos e serviços, saber identificar as fontes de informações, saber administrar dados e informações, saber gerenciar seus conhecimentos. Trata-se da prática de agregar valor à informação e de distribuí-la. Há alguns desafios a vencer na Gestão do Conhecimento como influenciar o comportamento do trabalhador, considerado o maior deles; e, determinar como classificar o conhecimento.

Focando a realidade empresarial brasileira, constata-se que as organizações nacionais, tanto públicas como privadas, já desenvolvem esforços no sentido de recuperar o tempo perdido (de pelo menos duas décadas) que levou a um atraso em relação à situação mundial. No entanto, se há poucas empresas brasileiras consideradas de "classe mundial", já é possível avaliar a partir destas a aplicabilidade das novas práticas gerenciais que garantirão a sua sobrevivência num mercado cada vez mais globalizado e competitivo. Este contexto gerou uma busca de novos modelos de gestão empresarial. Assim, idéias como Qualidade

Total, Reengenharia, Gestão Participativa, Terceirização e Alianças Estratégicas, entre outras, precisaram contar com o tempo para ficar claro que as organizações adequam os seus modelos de gestão muito mais por um processo de evolução contínua do que por rompimento ou substituição dos conhecimentos gerenciais.

Durante a Segunda Revolução Industrial, inicia-se, em torno de 1920, a Era da Gestão Empresarial, a qual se divide em 4 períodos diferentes:

- *Era da Produção em Massa* (1920/1949): ênfase na quantidade de produção e na padronização do processo (linha de montagem);
- *Era da Eficiência* (1950/1969): ênfase no controle interno das operações (burocratização da gestão);
- *Era da Qualidade* (1970/1989): ênfase na satisfação do cliente;
- *Era da Competitividade* (a partir de 1990): ênfase na busca da excelência empresarial (eficiência + eficácia), atendendo os interesses de clientes, colaboradores, comunidade e acionistas.

Embora, haja um reconhecimento da importância das pessoas na organização, foi possível observar algumas deficiências no período que antecedeu a adoção do novo modelo de Gestão de Competências.

As principais lacunas percebidas na gestão de pessoas foram:

- Inexistência de um setor de Treinamento e Desenvolvimento;
- Inovação e Coragem;
- O Processo de recrutamento e seleção não seguia um procedimento padrão, uma vez que não havia uma definição clara das competências desejadas pela organização para cada uma das funções;
- A insatisfação do corpo de funcionários com a falta de clareza e sistematização do processo de avaliação de desempenho e conseqüente do enquadramento de pessoal.

Para que a gestão do conhecimento produza efeitos práticos nas empresas, deve estar plenamente ancorada pelas decisões e compromissos da alta administração a respeito das iniciativas necessárias em termos de desenvolvimento estratégico e organizacional, investimento em infra-estrutura tecnológica e cultura organizacional, que celebre o trabalho em conjunto e o compartilhamento.

## 7 CONCLUSÃO

O conhecimento é um aliado fortíssimo para quem o possui. Nas últimas décadas, as empresas somente se preocuparam com a gestão de produtos e redução de custos na linha de produção. Hoje em dia, isso não é mais suficiente e não gera tanto diferencial competitivo no mercado. O conhecimento pode ser considerado um dos melhores produtos para ser comercializado. Pode ser vendido, gerando lucro e permanecendo com seu detentor. Ele é, sem qualquer dúvida, o principal diferencial e, é com ele que novas tecnologias e fórmulas positivas de trabalho surgem para a empresa.

A partir da existência do conhecimento é que temos a gestão do conhecimento cuja definição se resume ao processo corporativo, focado na estratégia empresarial e que envolve a gestão das competências, a gestão do capital intelectual, a aprendizagem organizacional, a inteligência empresarial e a educação corporativa.

Mesmo sendo amplamente defendida como algo de importância ímpar, a gestão do conhecimento ainda não é totalmente aceita. O número de empresas que se mantêm fiéis aos métodos antigos, quase sempre ultrapassados e em desuso no mercado internacional, é imenso no Brasil. Muitos

administradores acreditam que para se enquadrar às exigências de mercado basta empreender. Porém, um dos principais problemas na gestão do conhecimento é a tendência das pessoas de reter seus conhecimentos. Mesmo as que não o fazem intencionalmente podem simplesmente não estar motivadas a mostrar o que sabem, por essa razão é que o desenvolvimento de algumas organizações demora a acontecer, muitas das vezes nem chegam a tal determinação. Neste sentido, é necessário que o gerenciador da organização (líder) invista em idéias que possa motivar seus colaboradores para que assim a organização cresça não só em estrutura física, como também em pessoal qualificado e satisfeito com sua orientação profissional.

## ADMINISTRATION OF THE KNOWLEDGE FOR THE DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

### ABSTRACT

Prints the need of the competitiveness to rethink the strategies way organizationais the focus efforts in factors that represent a differentiation opportunity indeed. He/she/you focuses that the theory and contemporary practices have been pointing the human resources as being the element that deserves prominence, once the expected return is always fruity. He/she/you detaches the administration of the knowledge as systematic process of identification, creation, renewal and application of the knowledge that you/they are strategic in the life of an organization. He/she/you reveals that organization that learns possesses the capacity of, continually, to create the future that he/she really wants, revealing the emergence of the development of the organizations that seeks the egg white perception of what is happening in the atmospheres intern and external of the organization, the analysis and decision than he/she needs to be changed and the necessary intervention

to provoke the change, turning the most effective organization, and reconciling the fundamental human needs with the objectives and goals of the organization.

**Keywords:** Administration of the knowledge. Competences. Development organizational. Human resources.

## REFERÊNCIAS

FIATES, Gabriela Gonçalves Silveira. **Gestão do conhecimento em organizações: o desenvolvimento e implementação de um modelo de gestão de competências em um instituto de pesquisa e desenvolvimento.** Santa Catarina, [s. n.]. Disponível em: <<http://www.wikipedia.org>>. Acesso em: 17 jul. 2007.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues. **O profissional da informação e a gestão do conhecimento.** Minas Gerais: [s.n.], [199?].

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos das organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FLEURY, Maria Tereza Leme, OLIVEIRA JR., Moacir de Miranda (Orgs.). **Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências.** São Paulo: Atlas, 2001.

ANGELONI, Maria Terezinha (Coord.). **Organizações do conhecimento: infraestrutura, pessoas e tecnologias.** São Paulo: Saraiva, 2003.

## A EVOLUÇÃO DO LIVRO: do impresso ao digital

Wainéllya de Azevedo Botentuit Pereira\*

### RESUMO

Trata da história do livro. Enfatiza que a sua história está diretamente ligada à história da humanidade, evoluindo e transformando-se junto com a mesma, abrangendo os principais suportes do livro, o papiro, pergaminho e o papel. Com a invenção da prensa de Gutenberg, se tornou possível fazer vários exemplares de um mesmo livro, popularizando e democratizando a leitura. No Brasil, o livro só chegou em 1808, com a Imprensa Régia, e sofreu grande censura até o término do governo de Vargas. Posteriormente surgem os e-books, que são os livros digitais.

**Palavras-chave:** Livro. Suportes do livro. E-book.

### 1 INTRODUÇÃO

A história do livro se encontra ligada diretamente à história da humanidade, portanto está também relacionada com a sua evolução. Na antigüidade, o que chamamos hoje de livro, para os sumérios era um tijolo de barro cozido, argila ou pedra, com textos gravados ou cunhados, que se chama também de escrita cuneiforme, considerado o primeiro registro humano de escrita, datado de três mil anos a.C.

Havia também a escrita hieroglífica, no Egito, aquela em que escrevia-se nos rolos de papiro, podendo este chegar a vinte metros de comprimento. A escrita era privilégio de sacerdotes, reis e rainhas, assim como

\* Estudante do 6º período de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão.

membros da realeza e escribas. O termo hieróglifo vem do grego hierós (sagrado) + glyphós (escrita).

Os indianos produziam seus livros em folhas de palmeiras. Já os maias e os astecas em forma de sanfona, de um material existente a partir da casca da árvore e sua madeira. Os chineses utilizavam rolos de seda para fazer seus livros e os romanos, por sua vez, escreviam em tábuas de madeira cobertas de cera.

Surgiu o pergaminho, feito normalmente da pele de carneiro, o que tornou possível a produção de livros como conhecemos hoje, com diferença no tamanho, já que eram muito grandes e caros, devido a necessidade da pele de vários animais.

O papel chega na Europa apenas muito tempo depois, embora já fosse conhecido na China. Com a invenção da prensa de Gutenberg, torna-se possível fazer vários exemplares de um livro, feito de papéis costurados e posteriormente encapados, popularizando e democratizando a leitura.

Há muito tempo a escrita é acompanhada pela religiosidade, privilegiando aqueles que detinham, de alguma forma, o controle da sociedade. A história, a transmissão de conhecimento era então registrada e transmitida pelas classes sociais que ocupavam cargos de poder, na Idade Média era privilégio da Igreja.

Por esta ligação com o poder, os livros sempre sofreram censura, tanto por autoridades, como por instituições, pelo teor religioso-teológico, científico, sexual ou informativo. Na época da Inquisição, houve a publicação do Index Librorum Prohibitorum (Lista dos Livros Proibidos) pela Sagrada Congregação da Inquisição Romana, que tinha como objetivo divulgar à sociedade uma relação dos livros que não deveriam ser publicados ou lidos devido o seu conteúdo pernicioso ou subversivo.

Ao longo deste artigo será descrito de forma clara e concisa como ocorreu a evolução do livro, do impresso ao digital.

## 2 SURGIMENTO DO LIVRO

O livro surgiu na China e na Coréia, no segundo milênio antes de Cristo, sendo fabricado com folhas de palmeira, tábuas de madeira polida, folhas de seda e papel. Na assíria e na Caldeia apareceu como placas de argila. No Egito, a escrita se dá em papiro em forma de rolo, ou posteriormente quadrado. Já na Ásia Menor, na Grécia e depois em Roma se utilizou o pergaminho (pele de carneiro, de cabra ou bezerro) alvejado e polido.

Na época do imperador romano Augusto, se teve a idéia de cortar o pergaminho em folhas, dobrá-las e cosê-las em cadernos, dando ao livro ou códice o aspecto retangular que possui desde então. O longo trabalho dos escribas passou a ser substituído por meios mecânicos, se destacando Gutenberg, que aperfeiçoou a tipografia no início do século XV, desenvolvendo a imprensa.

A primeira Bíblia, com tiragem de 100 exemplares, ajudou a difundir a impressão pela Europa e restante do mundo, pois a impressão já era praticada em Moscou, México e na Índia.

### 2.1 Os principais suportes do livro: papiro, pergaminho e papel

O papiro, pergaminho e o papel são os principais suportes do livro. A história do livro está relacionada com vários suportes já utilizados para a escrita. A madeira é supostamente o primeiro suporte do livro, sob a forma de tábuas de madeira ou bambu.

Segundo Katzenstein (1986), na China, quando utilizado para a escrita, o bambu era cortado em cilindros, que em seguida eram partidos em

tiras com um pouco mais de um centímetro de largura por 20 centímetros de comprimento. Estas tiras eram serradas e sua superfície interna raspada por conter um suco que provoca deteriorização e atrai insetos, colocadas em seguida para secar sobre o fogo. Para formar um livro, as mesmas eram furadas e as várias peças reunidas por um fio de seda. Estes livros chegavam a pesar até 120 libras, usados para documentos da corte até por volta do ano 250 a.C.

A argila foi outro suporte utilizado para a escrita, empregado na Mesopotâmia pelos sumérios e assírios. Os tecidos, principalmente a seda (inventada pelos chineses no século VI a.C.) foram outros suportes usados na escrita. Mas, o papiro, o pergaminho e o papel são os seus principais suportes.

### 2.1.1 Papiro

O papiro surgiu no Egito. Era uma planta aquática (*Cyperus papyrus*) existente no delta do rio Nilo. Seu talo em forma piramidal poderia chegar a medir 6 metros de comprimento; considerada sagrada devido sua flor, formada por hastes finas e verdes, lembrar os raios do Sol, divindade máxima do povo egípcio.

A elaboração da folha do papiro se inicia com o corte em tiras da haste da planta, em seguida as colava umas às outras para formar as folhas, que eram superpostas com as fibras cruzadas (como na madeira compensada), para aumentar a espessura e a resistência do produto; depois este "compensado" de papiro era polido com óleo e colocado para secar.

De acordo com Waldvogel (1984, p. 20), às várias folhas escritas sobre o papiro os egípcios chamavam de Biblos e os rolos designavam de volumes, palavra oriunda de *volvere*, que significa enrolar.

Waldvogel (1984, p. 20) afirma que os papiros mais antigos datam de meados do III milênio a.C. Apesar de sua idade ser desconhecida, alguns hieróglifos pensam que seu emprego era mais antigo. Há rolos de papiros brancos e

desenhados datados respectivamente de 3.000 a 2.700 a.C. Permaneceu no Egito como suporte essencial do livro, difundindo-se pela Grécia e Roma, mantendo-se até o século X e XI d.C. O comprimento médio de um rolo era de seis a dez metros, embora a literatura bizantina mencione papiros com uma centena de metros. Sobre cada folha, o texto era escrito em colunas e cada uma delas se colava. Enrolados em um bastonete, chamado de *umbilicus*, formavam os primeiros pergaminhos.

O papiro foi utilizado por 3.500 anos, tendo sua melhor qualidade no Egito. No século XV foi substituído pelo pergaminho e posteriormente pelo papel. Atualmente há barcos feitos de papiro na Etiópia e no Egito sua produção foi reativada como atração turística.

### 2.1.2 Pergaminho

Desde a Antiguidade o pergaminho teve grande relevância para a escrita devido a sua durabilidade. Ainda hoje o pergaminho é utilizado como suporte para alguns documentos. Acredita-se que o pergaminho tenha sido inventado na cidade de Pérgamo, onde se encontrava a raiz de mesmo nome, ou que tenha sido lá que se utilizou o método de limpá-lo, esticá-lo e raspá-lo, tornando possível o uso dos dois lados de uma folha para escrever.

Segundo Katzenstein (1986, p. 179), Marco Terêncio Varro, estudioso romano do século I a.C. e bibliotecário de César, relatou que o rei Eumenes II, de Pérgamo (197-159 a.C.), desejava organizar uma biblioteca enorme e que o rei Ptolomeu, do Egito, como bibliófilo, considerou isto um ato inamistoso e declarou o embargo da exportação de papiro – e que tal fato inspirou Eumenes II a inventar imediatamente o pergaminho. Contudo, os relatos de Varro, sobre a escrita, não são confiáveis. Um outro relato seu diz que o papiro foi inventado por Alexandre, o Grande, embora já fosse conhecido dos egípcios em 3.000 a.C. e Heródoto tenha referido seu uso a 100 anos antes de Alexandre.



O pergaminho era um material mais sólido e flexível que o papiro, além de permitir que o raspasse e apagasse, mas seu emprego se deu lentamente, mantendo-se com um preço elevado devido à relativa raridade da matéria-prima e ao custo da mão-de-obra e do tempo que precisava seu preparo (as peles eram lavadas, secas, estiradas, estendidas no chão com o pelo para cima, cobertas com cal viva do lado da carne; em seguida pelava-se o lado do pelo, empilhava-se as peles num barril cheio de cal; por último lavavam-se, secavam-se, entendendo-as e tomando-as mais finas, poliam-se e talhavam-se de acordo com o corte pretendido).

Palimpsesto (palim = novo, psesto = raspado) era a denominação utilizada para o pergaminho reutilizado após a raspagem, podendo fazer essa rasura duas vezes ao mesmo pergaminho. Atualmente se conseguiu, em alguns casos, fazer reaparecer nesses palimpsestos a escrita primitiva. Mas, os reagentes utilizados são tão fortes que acabam por destruir completamente a folha.

### 2.1.3 Papel

A palavra papel tem origem do latim papyrus, nome de um vegetal da família cypripedaceae (a medula do seu caule era utilizada como o dito pelos egípcios a 2.400 a.C.). Sua invenção foi um processo desenvolvido ao longo do tempo por diversos povos de diferentes regiões geográficas.

A maioria dos historiadores acredita que a sua invenção se deu no ano 105 dessa era, pelo cortesão chinês T'sai Lun. Os segredos de sua produção teriam sido revelados por prisioneiros de guerra chineses, após a batalha de Samarcanda em 751, sendo introduzido na Europa pelos árabes, através da África. Os princípios de sua fabricação atualmente no ocidente, seriam os mesmos empregados há 1.900 anos na China.

Não houve a substituição de imediato sobre o pergaminho, mas apresentava a vantagem de possuir um preço inferior e de maiores possibilidades de fabricação. Era mais fino e felpudo, rasgava com facilidade e tinha menor firmeza, apesar de possuir algumas semelhanças entre ambos, como uma linha em ziguezague, peculiar e idêntica.

Os primeiros moinhos de papel são os de Jativa, na Espanha (antes de 1.100); Fabriano, na Itália peninsular (1276); Troves, na França (1348); e Nuremberg, na Alemanha (1390). Na América, foi introduzido pelos colonizadores e no Brasil em 1809. Seu uso começava a se difundir para cópia dos manuscritos.

Os holandeses, no final de século XVI, inventaram uma máquina que permitia desfazer trapos, desintegrando-os até o estado de fibra, com isso seu uso passou a ser chamado de "holandesa". No fim do século XVIII, com a Revolução Industrial, amenizou a constante escassez de matéria-prima para a indústria de papel e aumentou a demanda, através da criação de um mercado com grande poder de consumo. Em fins do século XVIII e início do século XIX, a indústria do papel ganhou grande impulso com o surgimento das máquinas de produção contínua e do uso de pastas de madeira. No século XX, houve o início das práticas de manejo florestal, o que garante a sustentabilidade do fornecimento de matéria-prima.

O papel disseminou-se por diversas civilizações a partir do momento em que houve a necessidade de um material mais barato. Atualmente é o principal suporte do livro escrito.

### 3 O LIVRO NO BRASIL

No Brasil, o livro só passou a ser impresso a partir da fundação da Imprensa Régia, em 13 de maio de 1808, pelo então príncipe regente D. João, já com a corte no Rio de Janeiro. Contudo, essa imprensa funcionava sob a grande

censura do imperador. Esta imprensa não era livre e nem era um manifesto da opinião pública, sendo proibida a impressão fora das oficinas da corte, publicandose apenas o que era autorizado, ou seja, aquilo que não ofendia o Estado, a religião e os costumes.

No começo do século XIX, o papel se tornou bem mais barato, popularizando o livro e a informação, que antes eram reservados aos nobres e à igreja, já que informação é poder, e não interessava às elites da Idade Média que a massa popular tivesse acesso aos livros e à sua informação.

Foi publicado, a partir da imprensa Régia, a Gazeta do Rio de Janeiro, o primeiro jornal brasileiro, assim como o primeiro livro, Marília de Dirceu, de Tomás Antonio Gonzaga. Depois de ser revogada, em 1821, a proibição de imprimir, multiplicaram-se os jornais, folhetos, revistas (surgiu a primeira revista, As variedades ou ensaios de literatura).

De acordo com o site Cultvox (2007) a atividade editorial, até o fim do século XIX, girava em torno da Faculdade de Direito de São Paulo, no largo de São Francisco. Em 1860, duas editoras tiveram grade destaque, Laemmert e Garnier, pois importavam muitos livros franceses para a elite rica e culta, enquanto a maioria da população não sabia ler. A Laemmert editava publicações populares e manuais, enquanto a Garnier era criticada por enviar para Paris as obras a serem editadas. Com isso, em 1934 ambas as editoras encerraram suas atividades neste conturbado período político-econômico do país e da Grande Depressão.

A história do livro no Brasil pode ser dividida em “antes e depois” de Lobato, pois o autor, a partir de amizades entre políticos e empresários, proporcionou o progresso da literatura.

Com Getúlio Vargas veio o Estado Novo, regime de exceção que ampliava seus poderes. Com isso, toda atividade cultural passou a ser controlada pelo DIP (Departamento de Imprensa), onde a censura estava presente no rádio, imprensa, música, ensino, e, portanto nos livros. Através do DIP, Getúlio

manipulava seus inimigos e divulgava uma boa imagem de seu governo. Editoras foram punidas, escritores, como Jorge Amado, foram perseguidos e tiveram que deixar o país, edições inteiras foram confiscadas e incineradas em praça pública. Além da leitura adulta, o governo controlava a literatura infantil, criando a Comissão Nacional do Livro Escolar, que escolhiam os livros a serem adotados nas escolas. Em 1945, o primeiro Congresso da Associação Brasileira de Escritores surgiu junto com um desejo de liberdade e em Outubro deste mesmo ano houve o fim da censura à imprensa. Contudo, apesar dessa política repressora, pode-se dizer que esse foi um período onde os intelectuais desenvolveram a mais fina cultura brasileira.

Surgiu a Biblioteca Pública Municipal de São Paulo, em 1926, fazendo parte desta a modernidade e a tecnologia. Sofreu grande influência francesa, mas o público procurava a literatura brasileira, como Lobato, Aluísio Azevedo, Eça de Queirós. O número de leitores potenciais aumentou com a reforma do ensino básico, sendo modernizada por Rubens Borba de Moraes e mais tarde rebatizada de Biblioteca Mário de Andrade. Atualmente é a segunda maior da América Latina, tendo mais de 2,5 milhões de consulentes em 1993.

#### 4 O LIVRO DIGITAL

Os e-books, também chamados de livros digitais, eletrônicos ou livros-e, já estão disponíveis na rede há muito tempo. Essa prática já acontece há muito tempo, mesmo antes da música e vídeos, devido ao tamanho reduzido dos arquivos e à facilidade de digitalização.

A quantidade de material distribuído em diversas línguas é muito grande. E assim como acontece com a música e os filmes, os livros também são alvos de pirataria na internet. Em programas de conexão entre usuários (P2P ou torrent) não é difícil se encontrar obras digitalizadas, principalmente best-sellers,

o que viola a Lei de Direitos Autorais (LDA). Mas, devido o maior cuidado, na web esse tipo de pirataria é mais raro, o que não signifique que não possa existir.

Fazer o download de qualquer obra intelectual, mesmo que não seja para fins comerciais, caracteriza-se como pirataria, já que viola a licença (termos de uso) para qual aquela obra foi cedida. De acordo com a LDA (Lei nº 9.610, de fevereiro de 1998) é proibido reproduzir ou distribuir uma obra sem autorização do autor, que é o detentor dos direitos da mesma, a não ser pequenos trechos. Então, para que uma obra seja distribuída gratuitamente na internet é necessário que ela esteja em domínio público, o que ocorre 70 anos após a morte do autor, ou que o próprio autor autorize, o que vem ocorrendo através de licenças públicas como o Creative Commons.

Atualmente, há na web diversos sites e bibliotecas digitais (também chamadas bibliotecas virtuais), tanto em português como em outras línguas. Somente o Project Gutenberg tem no catálogo mais de 20.000 obras, com inserção de 50 novos textos por semana. Criado pelo americano Michael Hart, em 1971, na Universidade de Illinois, o projeto também é denominado como a mais antiga biblioteca digital do mundo. Seu primeiro texto a ser inserido foi a Declaração de Independência dos Estados Unidos da América, de 4 de julho de 1776, que é considerado também como o primeiro e-book.

No Brasil, alguns dos maiores sites que disponibilizam e-books gratuitos são o Cultvox, que oferece cerca de 500 livros e possibilita a compra de outros títulos em formato digital; o Virtual Books, que possui também serviços como, entrevistas e resumo de jomais; e o BookCult, que oferece além de livros, informações sobre a cultura dos e-books, notícias, links, dicas de software e hardware para leitura.

Os e-books sofrem resistência de muitos usuários, devido ao incômodo em permanecer longo período lendo no computador, além de problemas relacionados à postura e complicações oftalmológicas, mas há pessoas que dizem

não sentir esse mal estar. Mesmo assim, existem pessoas que têm a necessidade de sentir o livro em mãos.

O fato de existir os e-books não significa que os livros impressos deixaram de existir. Estes ajudam no acesso às obras e na democratização da leitura.

## 5 CONCLUSÃO

Antigamente eram utilizados métodos pouco convencionais, mas de grande importância para a escrita. Utilizaram-se importantes suportes, como o papiro, pergaminho e papel, que foram importantes para a leitura e para a criação dos livros.

O papiro surgiu de uma planta encontrada nas margens do rio Nilo, onde suas fibras unidas em tiras serviam como superfície para a escrita hieroglífica. Já o pergaminho era feito da pele de animais, o que tornava os manuscritos enormes, além de ser necessário a morte de vários animais para a fabricação de cada livro. O papel surgiu posteriormente, originado na China a partir de um oficial da corte chinesa, através do córtex de plantas, tecidos velhos e fragmentos de rede de pesca. Contudo, o papel demorou muito tempo para chegar ao Ocidente, sendo considerado o principal suporte para divulgação das informações e conhecimento.

A tipografia e a imprensa só apareceram no Brasil em 1808 e permaneceram até 1821 sob o monopólio régio, foi isso o que dificultou e atrasou a disseminação e a cultura do livro entre os brasileiros. A falta de profissionalismo se estendia por todas as etapas de produção do livro, inseridos em uma sociedade pré-capitalista com base escravocrata e com pouca prática de leitura.

A Revolução Industrial trouxe a possibilidade da produção do papel em larga escala, mas essa mesma revolução tecnológica pode ameaçar

a existência do papel. Apesar de o livro ser o principal suporte do livro escrito, ele pode não permanecer como tal. Os e-books surgiram há algum tempo, com a intenção de disseminar a informação e democratizar a leitura, e não com a finalidade de substituir o livro impresso, embora isso não queira dizer que este não possa ser substituído.

Dessa forma, pode-se dizer que o livro é um dos principais suportes que auxiliam na disseminação da informação, possuindo grande relevância para a história da humanidade, já que evoluiu junto com a mesma, influenciando-a e adaptando-se a dita. Passou pelo papiro, pergaminho, papel, até chegar aos e-books, "transformando-se" de acordo com a necessidade do leitor. O livro é, portanto, um grande aliado da informação, não importando o seu formato, tamanho e/ou suporte.

#### HISTORY OF THE BOOK: of the digital print

##### ABSTRACT

It deals with the history of the book. It emphasizes that its history is directly on to the history of the humanity, evolving and reforming themselves together with the same one, enclosing the main supports of the book, the papyrus, parchment and the paper. With the invention of the press of Gutenberg, it became possible to make some units of one same book, being popularized and democratizing the reading. In Brazil, the book alone arrived in 1808, with the Regal Press, and suffered great censorship until the ending from the government from Vargas. Later they appear e-books, that they are the digital books.

**Keywords:** Book. Supports of the book. E-book.

#### REFERÊNCIAS

- A INVENÇÃO do papel. Disponível em: <[apoema.com.br](http://apoema.com.br)>. Acesso em: 18 jul. 2007.
- A ORIGEM do papel. Disponível em: <[www.numaboa.com.br](http://www.numaboa.com.br)>. Acesso em: 18 jul. 2007.
- FEBVRE, Lucien; MARTIN, Henri-Jean. **O aparecimento do livro**. São Paulo: Hucitec, 1992. 572p.
- HISTÓRIA do livro no Brasil. Disponível em: <[http://cultvox.uol.com.br/historia\\_do\\_livro\\_no\\_brasil.asp](http://cultvox.uol.com.br/historia_do_livro_no_brasil.asp)>. Acesso em: 19 jul. 2007.
- HISTORIA do papel. Disponível em: <[www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br)>. Acesso em: 19 jul. 2007.
- KATZENSTEIN, Ursula Ephraim. **A origem do livro: da idade da pedra ao advento da impressão tipográfica no ocidente**. São Paulo: Hucitec, 1986. 455p.
- LABARRE, Albert. **História do livro**. São Paulo: Cultrix, 1981. 105p.
- LIMA, Ilane Coutinho Duarte; AZEREDO, Rosany. **O livro e seus principais suportes: papiro, pergaminho e papel**. Disponível em: <[http://www.unices.com.br/html2/arquivos/artigo\\_rosany.doc](http://www.unices.com.br/html2/arquivos/artigo_rosany.doc)>. Acesso em 20 jul. 2007.
- LIVRO. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Livro>>. Acesso em: 20 jul. 2007.
- MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1996. 519p.
- O LIVRO em pergaminho (códice). Disponível em: <[www.educaterra.terra.com.br](http://www.educaterra.terra.com.br)>. Acesso em: 20 jul. 2007.
- WALDVOGEL, Luiz. **A fascinante história do livro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Shogun, 1984. 74p.

## Entrevista

Profa. Ms. Rita Gonçalves Marques Portella Ferreira



Mestre em Ciência da Informação pela UnB. Especialista em Planejamento e Administração de Sistemas de Informação pela Universidad Haveriana de Bogotá-Colômbia, e em Planejamento de Serviços de Referência pela UFMA. Bacharel em Biblioteconomia pela UFMA.

Professora do Departamento de Biblioteconomia/UFMA. Possui larga experiência nos campos técnico e docente da Biblioteconomia. Atualmente, ministra as disciplinas Marketing em Unidades de Informação e Política Editorial. Editora e Coordenadora do Conselho Editorial das revistas científicas *Infociência* e *Bibliomar*. Coordenadora de Monografia de Graduação, Supervisora de Estágio Curricular e Membro do Colegiado do Curso de Biblioteconomia. Cargos exercidos, em substituição, na UFMA: Pró-Reitora de Graduação, Coordenadora do I Ciclo Básico, Coordenadora do Curso e Chefe do Departamento de Biblioteconomia. Cargo Efetivo na UFMA: Chefe do Departamento de Organização Acadêmica – DEOAC. Outros Cargos: Chefe do Núcleo de Informação e Documentação da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural – EMATER-MA, Chefe da Biblioteca da Associação de Crédito e Assistência Rural – ACAR-MA, Diretora do Diário Oficial do Maranhão. Membro Fundador do Sistema Nacional de Informação e Documentação Agrícola. Membro do Comitê Nacional do Sistema de Documentação do SIBRATER. Implantou e coordenou a Biblioteca Estadual de Agricultura do Maranhão – BEAGRI-MA. Coordenadora do Comitê Estadual de Informação e Documentação Agrícola do Maranhão. Coordenadora do Grupo de Bibliotecários Agrícola do Maranhão. Membro do Conselho Federal de Biblioteconomia – CFB. Coordenadora da Comissão de Ética do CFB. Autora do Livro *Editoração e normalização de Publicações científicas de arquivamento*. Publicou também: *Fundamentos e ética profissional do bibliotecário*; *Fundamentos éticos de consciência bibliotecária*; *Política editorial no contexto da indústria da informação*. Autora dos Projetos: Memória Técnica e Histórica da Extensão Rural no Maranhão; Rede de Bibliotecas Regionais da EMATER-MA entre outros. Cursos de aperfeiçoamento: Elaboração e análise de planos programas e projetos; Planejamento de Bibliotecas; Aperfeiçoamento em Catálogo Sistemático; Editoração nos órgãos Oficiais; Métodos e Técnicas de Pesquisa; Documentação e Arquivo; Perfil de usuário; aplicabilidade e tecnologia do sistema micrográfico; Marketing em Bibliotecas; Indexação e thesaurus. Ações Profissionais: Implantou no NIDOC os serviços: Disseminação Seletiva da Informação, Notificação Corrente entre outros. Como Membro do Comitê Nacional do SIDOC/SIBRATER, foi autora e executora de vários projetos para expansão e dinamização do Sistema de Informação. No Sistema de Agricultura do Maranhão, elaborou e assessorou a execução dos projetos do Centro de Documentação da CEPA – Comissão Estadual de Planejamento Agrícola e da Companhia Maranhense de Colonização – COMARCO. Autora do projeto e coordenadora do Centro Referencial Estadual de Informação Agrícola. Como Diretora do Diário Oficial do Maranhão, elaborou os Projetos: Reformulação Editorial-Gráfico do Diário Oficial. Indexação Diária e Mensal do Diário Oficial; Organização e Encadernação da Coleção do Diário Oficial; Reativação e Organização da Biblioteca e do Arquivo do SIOGE; Editoração e Normalização das Publicações Oficiais.

No âmbito dos Órgãos de Classe, foi Delegada no Maranhão do Conselho Regional de Biblioteconomia - 3ª Região, com sede no Ceará. Participou dos trâmites de criação do Conselho Regional de Biblioteconomia no Maranhão. Presidente do CRB-13; Coordenadora do Comitê Estadual de Informação Agrícola; Coordenadora do Grupo de Entregada dos Bibliotecários do Estado do Maranhão – GEABOM; Coordenadora do Grupo de Bibliotecários Agrícolas do Maranhão – GBIDA, vinculados à Comissão Brasileira de Documentação Agrícola – CBDA e à Associação Profissional de Bibliotecários do Estado do Maranhão – APBEM.

Agora que já foi desenhado um breve perfil profissional da Professora Rita Portella, vale conhecer, também, um pouco da sua trajetória de vida, quase impossível de separar o profissional do pessoal, pela forma de como ela se entrega e se dedica às coisas que faz. Ela nasceu em Kelru, município de Itapecuru. Veio muito cedo para São Luís, onde cursou o primeiro, segundo e terceiro grau. Casou-se com Portella e construiu uma linda história de amor de onde brotaram três filhos. Mas a professora tem uma página na vida que poucos conhecem. Ao terminar o segundo grau, retornou à sua terra natal, onde ficou durante sete anos desenvolvendo serviço social e educativo para crianças, jovens e adultos, materialmente desfavorecidos. Criou a Escola São Patrício. Cuidou do desenvolvimento daquela comunidade, oferecendo cursos de alfabetização para crianças, jovens e adultos, corte e costura, bordado, pintura em tecido, tricô, crochê, cuidados básicos de saúde e higiene, tudo isso com a dedicação de quem ama sua terra e o seu povo. Lá adquiriu a amizade e a admiração de todos. Sempre exerceu suas atividades com profissionalismo e competência. Por tudo isso, nós, seus alunos de Política Editorial, semestre 2007.2, manifestamos nossa admiração e carinho, prestando-lhe esta pequena homenagem, trazendo para as páginas da *Bibliomar* um pouco de você. PARABÉNS!

### RB – Que motivo levou a senhora seguir a carreira docente?

Rita – Ser docente foi um sentimento quase nato, porque foi uma prática exercida por mim desde a adolescência. Sempre entendi a vida como uma porta para o conhecimento. Sempre entendi que a gente tem que partilhar e compartilhar o que sabemos. Todos têm algo para ensinar e algo para aprender. Então, foi muito cedo essa prática docente em minha vida, na minha terra natal. Iniciada como um trabalho espontâneo, de cunho social e filantrópico, pela vontade que sentia de ajudar aqueles menos abastados, e, em seguida, reconhecido e oficializado pela Prefeitura de Itapecuru-Mirim. Durante cinco anos, fui professora na Secretaria de Educação do Estado do Maranhão. No Serviço de Assistência Técnica e Extensão Rural do Maranhão, gerenciei o Sistema de Informação e Documentação durante dezoito anos. Era um trabalho educativo onde eu me sentia docente, pois através do processo de coleta, processamento e disseminação da informação, para técnicos e para produtores de baixa renda, contribuía para a consecução dos objetivos da empresa, disseminando a informação certa para a pessoa certa na hora certa, tendo como foco a elevação do conhecimento técnico e gerencial da Empresa, bem como a melhoria do nível e da qualidade de vida dos produtores de baixa renda no Maranhão. Esse trabalho teve ótima repercussão na esfera nacional e até internacional. Mas meu grande desejo era levar minha experiência para o Curso de Biblioteconomia da UFMA. Iniciei ministrando disciplinas isoladas e somente a partir de 1992 fui efetiva. Sempre gostei de atuar na área de Gestão e de Planejamento. Adoro o que faço. Sinto-me bem em sala de aula com meus alunos. Acho que escolhi a coisa certa, aquilo que gosto de fazer, porque, no final, me sinto muito feliz. Tive de me afastar agora por extrema necessidade. Mas foi – e continuará sendo – muito gratificante. Espero permanecer, ainda, por algum tempo para continuar contribuindo da melhor maneira possível com o Curso, porque acho que o bibliotecário, hoje considerado profissional da Informação,

pode dar uma contribuição muito relevante para o desenvolvimento do nosso País e da sociedade em todos os seus segmentos.

**RB – Qual a sua visão quanto ao profissional da informação junto às novas tecnologias no mercado?**

Rita – Não vejo o domínio das tecnologias da informação como uma obrigatoriedade e ou exclusividade do bibliotecário, do profissional da informação, mas de todos que fazem parte da sociedade da informação e do mundo globalizado, pois possibilita a comunicação interativa entre nações, povos, classes e raças, reduzindo distâncias, abrindo mercados e socializando a informação e conhecimento. O cidadão que não domina os recursos tecnológicos e que não tem acesso a essas tecnologias da informação fazem parte do segmento dos excluídos tecnologicamente. Infelizmente, esse segmento ainda é muito grande no nosso País. Portanto, o profissional da informação para cumprir o suas funções técnicas e gerenciais precisa, também, dominar os recursos tecnológicos da informação, porque o objetivo fim do profissional da informação não é o uso das tecnologias de informação, mas fazer com que a informação chegue de qualquer forma, de qualquer maneira, através de qualquer canal a todas as camadas da sociedade e, principalmente, dos excluídos, que não possuem os recursos tecnológicos dentro da sua própria casa. Então, para essas pessoas carentes, assalariadas, destaca-se a função social do profissional da informação, que é levar a informação para todos, através de formas criativas e das ferramentas de marketing, fazendo com que a informação chegue a todos. Esse é o grande papel, essa é a grande responsabilidade do profissional da informação. Ele tem obrigação de saber, mas como aquele outro cidadão também tem obrigação de saber, porque quem não souber, hoje, usar os recursos tecnológicos está descontextualizado da sociedade global. No entanto, convém reafirmar que o profissional da informação que tiver

domínio sobre o uso das tecnologias da informação terá maior chance no mercado de trabalho.

**RB – Como a senhora vê o campo editorial brasileiro – e mais especificamente maranhense – para atuação do bibliotecário?**

Rita – Excelente. Em São Luis não temos editoras. O bibliotecário é o profissional preparado para desempenhar as atividades editoriais. É preciso que profissional da informação tenha sensibilidade, percepção, visão de enxergar esse mercado que é dele. Ele é o profissional capaz de sistematizar, padronizar, divulgar, transformar a informação em produto acabado, através do formato de documento, dando-lhe um caráter documental. Todas as instituições públicas e privadas, de qualquer dimensão – grande, média e de pequeno porte – demandam e produzem informação. Essas informações precisam ser padronizadas, sistematizadas e bem disseminadas, para poder alcançar os seus objetivos. O bibliotecário é o profissional capacitado para esse fim. Então, você vê hoje aqui no Maranhão o mercado aberto porque não tem uma editora. As editoras são distribuidoras de grandes editoras, portanto, é uma cidade que está precisando ter suas próprias editoras. O bibliotecário é o profissional que pode trabalhar nessa direção de ter, de criar sua própria editora, de ter e ser o gestor seu próprio negócio, ser um profissional independente. Além disso, ele ainda pode atuar no campo editorial, dentro das organizações das instituições públicas e privadas. Então, se ele acredita no que ele faz, no que ele é capaz, ele será um vencedor e conquistará o mercado de trabalho.

**RB – Como surgiu a idéia da criação da Revista Bibliomar?**

Rita – A *Indústria da Informação* é um campo que tem muito a ver com o bibliotecário, ou seja, é um grande nicho de mercado, porque a editoração é o

ato de transformar a informação em produto acabado, através dos mais variados formatos, como livros, revistas, e outros suportes especiais. O bibliotecário é o profissional capaz de sistematizar, organizar e padronizar a informação gerada por qualquer organização pública ou privada. A partir desse raciocínio, e pela ausência de uma estrutura dentro da UFMA que atendesse as necessidades práticas da disciplina, surgiu a idéia de criar uma revista que tivesse como objetivo atuar como prática laboratorial da disciplina Política Editorial e como canal para divulgação da produção acadêmica dos alunos do Curso de Biblioteconomia, servindo de incentivo para produzirem cientificamente. Foi a partir daí que começaram a escrever e publicar. Então, hoje você vê, raramente, um aluno sair do Curso sem ter publicado um artigo. Isso é muito importante. Quando você vê o MEC avaliando o ensino superior, um dos primeiros itens investigados é a questão da produção científica, tanto do corpo docente quanto do corpo discente. Assim, a *Bibliomar* e a *Infociência* tornaram-se um grande respaldo de avaliação para o Curso de Biblioteconomia. Isso é um ponto muito positivo, e eu acredito que tanto a *Bibliomar* quanto a *Infociência* têm sido, dentro do meu ponto de observação, uma experiência muito gratificante para os alunos e para os professores. Hoje já vemos no mercado alunos trabalhando na área de editoração, ganhando muito dinheiro.

#### ***RB – O projeto da Revista Bibliomar é pioneiro no Brasil?***

Rita – A *Revista Bibliomar* é decorrente de um projeto que até hoje é considerado pioneiro dentro das Escolas de Biblioteconomia no Brasil. Temos percebido boa repercussão pelas solicitações recebidas e consultas de outras escolas para implementação dessa idéia. Esse projeto já foi apresentado por alunos em Encontros e Congressos de Biblioteconomia. Então, por esse lado, a Revista dá uma resposta satisfatória.

#### ***RB – A Revista Bibliomar está atingindo seus objetivos?***

Rita – Eu diria que 100% não, mediante aos objetivos para os quais foi criada. Por um lado, eu posso dizer que ela vem atingindo, e por outro não. Vem atingindo, porque ela vem sendo publicada semestralmente, sem nenhuma interrupção; por outro lado, eu diria não, porque diante dos seus objetivos como prática da disciplina Política Editorial, eu percebo que nem todos os alunos estão aproveitando essa prática como deveriam. Acho que o modelo de avaliação deve ser repensado. Deve ser um modelo por participação. Pela atual organização, as responsabilidades sempre estão ficando sobre a pessoa dos coordenadores das comissões. E, em decorrência do próprio sistema de avaliação da revista, todos acabam tendo as mesmas notas. A *Bibliomar* oferece relevante oportunidade para aquisição de conhecimentos editoriais e aumenta a chance para o profissional da informação ingressar no mercado de trabalho no campo da indústria da informação.



## NORMAS PARA PUBLICAÇÃO NA BIBLIOMAR

A REVISTA BIBLIOMAR publica artigos, relatos de experiências, resenhas, resumos e informes pertinentes à área de Biblioteconomia, cabendo ao seu Conselho Editorial a decisão final sobre a publicação. O simples envio de originais, não significa que seja publicada autorização do autor para sua publicação. A Revista Bibliomar exige-se do pagamento dos direitos autorais ou fornecimento de separatas. Normas para Apresentação de trabalhos:

1. Os originais entregues à Comissão de Captação de Originais serão apreciados, selecionados e aprovados pelo Conselho Editorial.
2. O texto não deve ser paginado, possuir no mínimo 3 pág., incluindo o resumo e a referência.
3. Em folha à parte o(s) autor(es) deverá(ao) apresentar as seguintes informações: nome completo do(s) autor(es), qualificação acadêmica, instituição vinculada, endereço completo, telefone e endereço eletrônico (e-mail) para contato.
4. Os artigos deverão ser redigidos em português, digitados em papel branco A4 (21,0 cm x 29,7 cm) no programa "Word for Windows", com uso da letra no formato Arial, em espaço 1,5 entrelinhas, fonte tamanho "12" para o texto e tamanho "10" para citações longas e notas de rodapé. Devem assegurar a padronização obedecendo a NBR 14724/2002, da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) às margens:
  - superior: 3,0 cm;
  - inferior: 2,0 cm;
  - esquerda: 3,0 cm;
  - direita: 2,0 cm;
  - parágrafo: 2,0 cm a partir da margem esquerda;
  - citação longa: recuo de 4,0 cm da margem esquerda.
5. O original, deverá ser acompanhado de 02 vias impressas acompanhadas do respectivo disquete com identificação do autor (ou autores, se for o caso) e título do trabalho.
6. A primeira página deve conter as informações na seguinte ordem:
  - a) Título do trabalho em negrito e subtítulo centralizado, se houver;
  - b) Nome(s) do(s) autor(es) seguido(s) de asterisco(s), remetendo para o rodapé da página, a qualificação acadêmica, instituição a que está vinculado;
  - c) Resumo informativo de até aproximadamente 150 palavras em português, acompanhado das palavras-chave que identifiquem o conteúdo; d) Tradução do respectivo resumo e

palavras-chave (fonte 10, espaço simples entrelinhas) após as resumo em português para efeito de praticidade e recuperação eficaz da informação.

7. Os títulos das tabelas e quadros devem ser numerados consecutivamente em algarismos arábicos. Esses algarismos devem vir acima das ilustrações seguidas dos respectivos títulos, apenas com a inicial maiúscula. Quando as tabelas e quadros são transcritos, devem se colocar abaixo uma legenda indicando a fonte.
8. Sempre que for mencionada uma citação no texto indica-se a fonte consultada. Para efeito de padronização seguir a NBR 10520/2002, da ABNT seguindo o sistema autor-data, remetendo-se para a Referência, ficando o rodapé para as notas.
9. As referências devem ser elaboradas obedecendo ao disposto na NBR 6023/2000 da ABNT, ora em vigor. Todo autor citado no texto deverá constar em uma lista chamada Referência, em ordem alfabética pelo sobrenome do autor.

**Observação:** Os autores dos artigos publicados receberão certificados.

### Endereço para o envio de original:

Universidade Federal do Maranhão  
 Centro de Ciências Sociais  
 Curso de Biblioteconomia – Disciplina: Política Editorial  
 Revista BIBLIOMAR  
 Av. dos Portugueses, s/n – Campus Universitário do Bacanga  
 São Luís – Maranhão  
 CEP: 65.080-040

palavras-chave (chave de acesso) (keywords) devem ser em português para efeito de rastreabilidade e recuperação eficaz da informação.

7. Os títulos das tabelas e quadros devem ser numerados consecutivamente em algarismos arábicos. Essas referências devem ser feitas nas legendas seguintes dos respectivos títulos. Quando as tabelas e quadros são extensos, devem ser colocados em páginas separadas e referenciados no texto principal da obra. Sempre que for mencionada uma tabela ou quadro no texto, deve ser indicada a página de localização segundo a NBR 10520/2002, da ABNT, segundo o sistema autor-data, remetendo-se para a Referência, ficando a rodapé para as notas.

8. As referências devem ser elaboradas obedecendo ao disposto na NBR 6023/2000 de ABNT, em vigor. Todo autor citado no texto deverá constar em uma lista chamada Referência, em ordem alfabética pelo sobrenome do autor, por ser este o critério adotado.

9. O resumo: Os resumos dos artigos publicados deverão ser enviados em arquivo eletrônico para o envio de original (uma) e cópias de reserva (duas) para a Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Editoração e Diagramação, Rua dos Forquinhos, s/n - Campus Universitário de Bacanga, 65061-500 Luís - Maranhão. CEP: 65.080-040

10. O resumo: Os resumos dos artigos publicados deverão ser enviados em arquivo eletrônico para o envio de original (uma) e cópias de reserva (duas) para a Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Editoração e Diagramação, Rua dos Forquinhos, s/n - Campus Universitário de Bacanga, 65061-500 Luís - Maranhão. CEP: 65.080-040

11. O resumo: Os resumos dos artigos publicados deverão ser enviados em arquivo eletrônico para o envio de original (uma) e cópias de reserva (duas) para a Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Editoração e Diagramação, Rua dos Forquinhos, s/n - Campus Universitário de Bacanga, 65061-500 Luís - Maranhão. CEP: 65.080-040



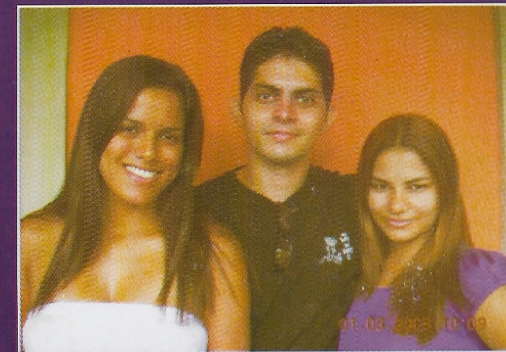
Comissão de Captação de Originais



Comissão de Comunicação e Divulgação



Comissão Editorial



Comissão de Patrocínio



Comissão de Finanças e Comercialização



Profa. Rita Portella e Profa. Sylvania Cavalcante