

# Profissional da informação, autônomo ou empresário, novas perspectivas de mercado de trabalho

Sofia Galvão Baptista<sup>1</sup>

*O artigo propõe uma reflexão sobre as habilidades profissionais do bibliotecário, procurando mostrar outras alternativas de trabalho. A experiência dos profissionais autônomos relatada na literatura estrangeira é comentada, dando destaque a atuação dos profissionais **information broker** e **infomation consultant** existentes nos Estados Unidos. Sobre a situação dos profissionais independentes no Brasil, o relato aborda uma parte dos resultados da pesquisa do doutorado referentes aos **free lancers** e donos de firmas da região Sul e Sudeste, focalizando principalmente os dados levantados sobre a manutenção de um negócio na área da informação.*

91

## Perspectivas para o profissional

Para o profissional de informação da área de biblioteconomia é importante saber que suas habilidades profissionais podem ser aplicadas além dos muros das bibliotecas<sup>2</sup>. Para tanto, é necessário refletir sobre os conceitos que definem a profissão. O profissional precisa entender o contexto onde sua profissão está inserida para que possa ampliar seu campo de atuação. A literatura tem sinalizado quais são as transformações necessárias para que o profissional enfrente as diversidades do momento e aproveite melhor as oportunidades originárias do contexto tecnológico, econômico e outros.

Se o cenário econômico mostra que existe diminuição da oferta de emprego, por outro lado acontece o fenômeno da terceirização e a possibilidade de se trabalhar com a prestação de serviços. Se a tecnologia tem se mostrado favorável, deve ser dominada, evitando assim invasões de outras áreas e transformando concorrentes em parceiros. É uma época de mudanças e não de acomodação. Alguns autores<sup>3</sup> mostram um futuro de ameaças e oportunidades, onde será vencedor o profissional capaz de entender melhor os novos paradigmas da sociedade da informação e de se adaptar aos novos tempos.

Para começar, é preciso entender que o enfoque atual é a transferência da informação<sup>4</sup>. Essa transferência pode acontecer em qualquer lugar, desde que existam

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Ciência de Informação e Documentação da Universidade de Brasília.

<sup>2</sup> A tese da desinstitucionalização da profissão é comentada por LANCASTER (1993), PAIVA (1990) COSTA e MORAES (1992).

<sup>3</sup> CRONIN (1983), LANCASTER (1994), GUINCHET e MENO (1994), TARAPANOFF (1996), MUELLER (1996).

<sup>4</sup> Passou-se da preocupação em preservar para a de transferir a informação. TARAPANOFF (1996, p. 120-21) afirma que o papel do preservador não deve ser esquecido: "No passado, seu papel histórico foi mais reverenciado, voltando-se hoje, para o processo e a disseminação da informação"... continua "Seu papel no futuro será o de facilitador da informação."

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
alguns itens essenciais: o usuário e o estoque de informação. Nesse contexto, o bibliotecário seria intermediário ou facilitador. Pode-se também pensar nas habilidades do profissional relacionadas ao ciclo documentário, numa tentativa de evidenciar que a área dominada por ele é bem mais ampla e flexível, a saber: seleção e aquisição; processamento; armazenamento; recuperação e disseminação da informação (ROBREDO e CUNHA, 1986).

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
Tendo por base o ciclo documentário, pode-se afirmar que o profissional deverá ser capaz de atuar em qualquer ambiente onde esse ciclo acontece. WARNER (1992), autora de vários artigos sobre o profissional independente (autônomo ou empresário), afirma que “*onde houver desorganização documental existirá uma oportunidade de trabalho para o bibliotecário*”.

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
A partir dessa reflexão pode-se sugerir algumas áreas de trabalho tradicionais e não tradicionais na área de organização e na de recuperação da informação: bibliotecas, videotecas, arquivos, editoras, livrarias, museus, *clipping* (recortes de jornais sobre um determinado tema), assessoramento a profissionais de outras áreas (pesquisadores, advogados, empresários etc.) realizando tarefas de busca de informações especializadas, Internet (organização de conteúdo e recuperação de informação) e muitas outras.

92 A terceirização traz o advento da prestação de serviços que pode ser considerada uma oportunidade. O profissional utilizaria suas habilidades para prestar serviços na área de organização ou recuperação da informação. Essa modalidade de atuação tem sido exercida por profissionais de outros países há algum tempo, conforme relatos existentes na literatura.

### **O profissional independente em outros países**

Os profissionais norte-americanos são os mais ativos e numerosos, de acordo com os relatos que avaliaram a situação dos profissionais norte-americanos, ingleses e franceses. Eles estão exercendo a atividade de *information broker*, principalmente na área de busca de informação, desde a década de 70. Entre os pioneiros, nessa atividade, se destaca Alice Warner. Ela produziu uma série de artigos sobre o assunto, bem como um manual que foi resultado de uma pesquisa com alunos que freqüentam seu curso para profissionais independentes. Seus artigos dão vários conselhos úteis sobre como montar e conservar um negócio de informação.

Warner conta que começou suas atividades junto a firmas que não podiam pagar um bibliotecário. Mais tarde, descobriu a área de negócios. Essa área é apontada por outros autores tais como RUGGE (1992) que aconselha: “*Siga o dinheiro e ache o mercado*”.

Para os autores, são consideradas promissoras a área financeira (setor de bancos e investimentos e seguros), a área jurídica e a comercial, como é o caso da publicidade. BROUGHTON et al. (1991), num estudo sobre profissionais ingleses, afirmam que o maior cliente está na área de indústria e/ou negócios. Para essas áreas, a informação é fator de sobrevivência. Os outros segmentos indicados pelos autores são: o setor governamental ou instituições acadêmicas com acúmulo de pedidos.

As pesquisas realizadas no exterior mostram que os profissionais estrangeiros estão prestando os seguintes serviços: busca *online* em base de dados e busca

manual, consultoria, localização e entrega de documentos, redação e editoração, apoio administrativo para bibliotecas, treinamento e indexação.

Especificamente na área de localização de *documentos* ou *busca 'online' em base de dados*, os profissionais estrangeiros têm coletado informações para: desenvolvimento de produtos, *marketing*, atualização de dados e outros.

Um exemplo das atividades do profissional independente está relatado no artigo de KIELGAST e HUBBARD (1997) publicado pela revista *Ciência da Informação*. Resumindo o que esses profissionais fazem, pode-se destacar as seguintes tarefas:

- identificação, seleção e listagem de bases de dados confiáveis sobre determinada área do conhecimento;
- elaboração de uma síntese, reunindo informações pertinentes sobre determinada área do conhecimento, elaborando resumos e padronizando (formato) essas informações;
- análise e confecção de relatórios (pareceres) sobre essas informações fornecendo um julgamento de relevância e
- entrega destas informações para o cliente tomar decisões.

## **As habilidades necessárias para um negócio de informação**

Entretanto, montar um negócio de informação e mantê-lo não é tarefa fácil. A experiência relatada pelos norte-americanos<sup>5</sup> mostra que muitos começam com serviços *free lancer* até montar sua própria firma. Os incentivos<sup>6</sup> para média e micro empresas são grandes: além de empréstimos, existem programas que subsidiam espaços e equipamentos para a montagem de um negócio. Ainda assim, as estatísticas mostram que a metade dos negócios abertos vão à falência.

Os conselhos para quem quer começar e manter um negócio na área de prestação de serviços de informação podem ser encontrados em: WARNER (1987): *Mind your business*, RUGGE e GLOSSBRENER (1992): *The information broker handbook*; EVERETT e CROWE (1994): *Information for sale* ou com a tradução de WEITZEN (1991): *O poder da informação: como transformar a informação que você domina em um negócio lucrativo*. Apesar de refletir a cultura estrangeira de negócios, eles ensinam como planejar e montar um negócio de informação. No Brasil, é conhecido o esforço do SEBRAE (Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas) que oferece cursos, informações e assessoria para quem quer abrir seu próprio negócio.

## **Como tratar o cliente para manter um negócio de informação**

O relacionamento com o cliente é tratado em todos os seus aspectos na literatura. Algumas pesquisas foram feitas para avaliar a opinião dos clientes sobre os serviços prestados e podem ser encontradas nos relatos de NEWMAN (1991) e HENDERSON (1990). HENDERSON conclui em sua pesquisa que disponibilidade e acesso direto são considerados requisitos imprescindíveis pelos clientes. A autora

<sup>5</sup> O'LEARY (1987), WARNER (1987) e outros.

<sup>6</sup> Nos EUA, os profissionais contam com o apoio do US Small Business entre outros organismos de apoio.



+  
+  
+  
+  
recomenda que, para manter os clientes, é preciso não desencorajá-los e atender, sempre que possível, suas solicitações.

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
Além de saber ouvir seu cliente, a literatura recomenda que é preciso comunicar quais são os benefícios para um possível contrato em qualquer situação de transação comercial. Por exemplo, quanto a uma possível terceirização do serviço de busca de informação para uma empresa, é preciso mostrar que ela irá ampliar os recursos informacionais e de pessoal, pois aumentará a possibilidade de acessar outras e mais amplas coleções e que o treinamento de pessoas para o uso de bases de dados pouco utilizadas será desnecessário. É necessário tornar evidente que essa medida contribui para racionalização dos serviços sem perda de qualidade.

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
WARNER (1987) afirma que muitos profissionais altamente especializados vão à falência em razão da falta de habilidade de conduzir o negócio. A autora dá alguns conselhos fundamentais, a saber: “venda o que o cliente quer comprar; saiba exatamente o que vai vender; para quem vai vender e mostre os benefícios”. “Adotar as estratégias de marketing é essencial para a sobrevivência do negócio”. A autora lembra que o propósito de um negócio é ganhar dinheiro e que o mais importante é o cliente, mais do que uma idéia brilhante.

## 94

### Marketing

Os autores<sup>7</sup> que analisam o comportamento dos profissionais em relação ao negócio de informação afirmam que a falta de habilidade em manter o negócio está relacionada com: inexistência de plano de *marketing*, não saber formular estratégia para entrar no mercado ou não realizar, previamente, pesquisa de mercado para delimitar seu campo de ação.

Outros autores destacam a promoção dos serviços oferecidos, ferramenta essencial para a manutenção do negócio. Eles apresentam os seguintes conselhos:

WARNER (1990) na sua coluna mensal *Tudo o que você precisa saber* do periódico *Information Broker* aponta as seguintes técnicas de promoção: utilizar mala direta, confeccionar brochura com a especificação dos serviços, colocar o anúncio do seu negócio nas páginas amarelas, participar de exposições, encontros e conferências.

A autora recomenda que uma das técnicas de se tornar visível é freqüentar seminários, exposições e outros eventos do mesmo gênero. Ela afirma que ser um bom palestrante (comunicador) é essencial para os negócios e que as pessoas que ouvem um bom conferencista tornam-se clientes, baseando-se na pessoa que ouviram.

BASH apud EVERETT e CROWE (1994), no seu depoimento de como se tornou uma *information broker* de sucesso, diz que aproveita todas as oportunidades para divulgar seu serviço, tais como: viagens, encontros, congressos e outros. Sempre tem cartões de visita, *folders* e outros materiais sobre sua firma.

A promoção boca a boca e os contatos pessoais são os melhores e os mais usados. Esse tipo de promoção está qualificada como a melhor, tanto nos clássicos de *marketing*, como nos relatos de experiência. Porém, o contrário também é verdadeiro, existe um consenso de que a imagem negativa de um serviço é propagada com mais

---

<sup>7</sup> WARNER (1987), RUGGE e GLOSSBRENER (1992), EVERETT e CROWE (1994), GREEN (1993) e outros que analisaram a atuação do profissional norte-americano.

velocidade do que a positiva. Portanto, é bom lembrar dos conselhos de como tratar o cliente. Se ele tiver uma imagem positiva dos serviços poderá utilizar novamente, bem como recomendar para outros.

A comunicação de um serviço ou produto não dura somente durante o processo de venda, continua depois dela. Assim, é preciso construir uma boa imagem, lembrando que a imagem de um produto ou serviço é composto pelos itens citados por LAUNO (1993): experiências, valores, sentimentos, preconceitos, atitudes, observações, crenças e informação.

### **As associações de classe do profissional independente no exterior**

Nos EUA, mais do que em outros países, os profissionais proprietários de firmas ou *free lancer* estão mais organizados. Eles possuem um diretório organizado por região (*The Burwell Directory of Information Broker*) e participam de uma associação voltada para este tipo de profissional, a All, *Association of Independent Information Professional*. Tudo isso ajuda a divulgar melhor os serviços desses profissionais.

O profissional independente dos outros países tem uma atuação diferenciada dos brasileiros entrevistados por BAPTISTA (1998), conforme relato a seguir:

### **Pesquisa com os profissionais independentes no Brasil**

No Brasil, o mercado da terceirização dos serviços bibliotecários ainda é novo e desconhecido. Para conhecer quem são os profissionais brasileiros que estão atuando nesta área e o que estão fazendo foi realizada uma pesquisa envolvendo os bibliotecários da região Sul e Sudeste por BAPTISTA (1998).

Nesse estudo, BAPTISTA definiu que a principal característica do trabalho autônomo é a prestação de serviço, sem vínculo empregatício permanente, resultando numa relação ocasional, ou temporária, entre o profissional e o contratante<sup>8</sup>. O profissional independente é aquele que oferece suas habilidades para um mercado amplo, podendo incluir, ou não, a biblioteca. Ele pode ser *free lancer* ou proprietário de firma.

Uma outra diferença deve ser feita entre esses profissionais<sup>9</sup>, focalizando a experiência: os mais experientes são aqueles que trabalham com planejamento, reestruturação de sistemas de informação ou desenvolvimento de sistemas. Eles são denominados consultores da informação, pois a tarefa de consultor pressupõe experiência e/ou especialização.

Na pesquisa de BAPTISTA (1998), envolvendo profissionais independentes brasileiros, foram encontrados os seguintes resultados. De um total de 95 autônomos localizados, foram excluídos seis bibliotecários que tinham atividade dupla, restando 89 respostas consideradas válidas. Entre os 89 respondentes foram identificados 56,17% trabalhando em unidades de informação convencionais e 43,82% atuando em

<sup>8</sup> Baseando-se na definição de SARAIVA apud TARAPANOFF (1986, p.349)

<sup>9</sup> Na pesquisa, foi feita uma diferenciação entre consultores e os outros profissionais independentes, quanto à experiência profissional, tipo de atividade e quanto à terminologia. Foi utilizada a designação agente da informação proposta por PAIVA (1990) para o termo inglês *information broker* (localizador de informação ou intermediário da informação) e consultor da informação para *information consultant*. A diferença entre as tarefas desempenhadas pelos dois tipos de profissionais está relacionada com a necessidade, para os consultores, de ter mais experiência e trabalhar com planejamento para os consultores.





mercados alternativos, que não a biblioteca: arquivo, editora, ensino/curso; firma de prestação de serviço/consultoria, museu (acervo histórico) e livraria. Como exemplos de outras alternativas, foram identificadas: uma proprietária de banco de imagens e uma assessora de firma de publicidade.

Foi observado nesta pesquisa que os brasileiros estão atuando mais na área de organização e processamento de coleções. Apenas um profissional relatou que estava atuando na área de busca de informações por meio da Internet. Portanto, em comparação com os profissionais norte-americanos e com base na realidade evidenciada pela amostra, os profissionais não descobriram esse nicho de mercado<sup>10</sup>.

Quanto aos consultores, os entrevistados afirmaram que estão executando tarefas de planejamento e organização de unidades de informação e, dessa forma, suas atividades estão coerentes com as atividades registradas na literatura sobre essa modalidade de profissional independente existente no exterior.

Como resultado da pesquisa, foram identificadas algumas habilidades necessárias para atuar como profissional independente. A ordem dos itens da TAB. 1 abaixo, representa a prioridade dada pelos respondentes. Foram 95 respostas válidas.

**TABELA 1 - Conhecimentos necessários para o profissional independente**

Conhecimentos necessários	No. respostas (%) (de freqüentemente a sempre)
Identificar as necessidade dos clientes	71 (74.7)
Elaborar relatórios para os clientes	50 (52.6)
Taxar serviços e produtos	47 (49.5)
Saber vender serviços e produtos	46 (48.4)
Gerenciar pessoas e outros recursos	45 (47.2)
Aplicar uma boa estratégia de <i>marketing</i>	41 (43.2)

Não foram consideradas prioritárias as seguintes habilidades: realizar pesquisa de mercado, saber sobre leis que regulamentam contratos e licitações e saber sobre aplicações financeiras e contabilidade. A indicação de uma freqüência positiva<sup>11</sup> foi de 30% a 24%. As habilidades relacionadas no questionário distribuído foram extraídas da literatura, principalmente do manual de WARNER (1987).

Os dados encontrados sobre *taxar serviços e produtos e saber identificar a necessidade do cliente* também foram encontrados numa pesquisa com profissionais norte-americanos. Nas respostas de 181 profissionais, 98,3% deles indicaram a habilidade de saber fazer estimativas de preço para serviços e produtos e 178 (97,8%) apontaram a necessidade de saber definir o mercado para os serviços e produtos GREEN (1993).

Quanto às providências para montar um negócio de informação, baseando-se na proposta WEITZEN (1991, p.160-189) foram listados os seguintes itens: tomar pulso do mercado (conhecer o *feedback* do mercado, ou seja, quais os clientes, vendedores, fornecedores e outros segmentos); definir a estrutura do negócio (por exemplo: negócio

<sup>10</sup> No Departamento de Ciência de Informação e Documentação (CID) da Universidade de Brasília, por meio do PIBIC (Programa de Incentivo à Pesquisa), está sendo desenvolvida uma pesquisa para sondar se o segmento acadêmico e o empresarial estariam dispostos a pagar um profissional que executasse a busca de informações sob encomenda.

<sup>11</sup> A escala de Likert usada para saber a freqüência foi a seguinte: nunca, muito raramente, raramente, algumas vezes, freqüentemente, muito freqüentemente e sempre.



***The information professional, free-lancer or entrepreneur,  
new perspectives in the job market***

*This paper discuss the librarian abilities and line up others market-places alternatives for librarians. Foreign literature about independent information professionals experiences is reported, and the author's doctor research survey partial results are presented, focalizing Brazilians independents professionals in business management situations.*

## Referências bibliográficas

- BAPTISTA, Sofia Galvão. *Bibliotecário autônomo versus institucionalizado: carreira, mercado de trabalho e comprometimento organizacional*. Brasília: UnB, 1998. 234 p. (Tese, Doutorado).
- BROUGHTON, Diane, BLACKBURN, Lissa, VICKERS, Lesley. Information brokers and information consultant. *Library Management*, v. 12, n. 6, p. 4-16, 1991.
- COSTA, A. R., MORAES, J. D. Desinstitucionalização da informação. *Inf. Soc.* v. 2, n.1, p 9-24, 1992.
- CRONIN, Blaise Post-industrial: some manpower issues for the library information professional. *Journal of Information Science*, v.7 p.1-14, 1983.
- EVERETT, John, CROWE, Elizabeth. *Information for sale*. 2nd ed. New York: Windcrest, 1994. 283p.
- EVERETT, Susan Hope. Sue Rugge *blueprint for success*. *Wilson Library Bulletin*, v. 63, p. 74-5, Nov. 1988.
- GUINCHAT, Claire, MENO, Michel. *Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação*. Brasília: IBICT, 1994. 540 p.
- GREEN, Tim C. Competencies for entry-level independent information professional: an assessment by practitioners. *Journal of Education Library and Information Science*, v. 34, n.2, p. 165-168, 1993.
- HENDERSON, Fiona. The client's view of information brokers. *Infomedary*, v.4, p.127-134, 1990.
- KIELGAST, S, HUBBARD, B. A. Valor agregado à informação – da teoria a prática. *Ci. Inf.* v. 26, n.3, p. 271-276, set./dez. 1997.
- LANCASTER, F. W. Future librarianship: preparing for an unconventional career. *Wilson Library Bulletin*, v. 57, p. 747-53, May 1993.
- LANCASTER, F. W. Ameaça ou oportunidade? O futuro dos serviços de biblioteca à luz das inovações tecnológicas. *R. Esc. Bibliotecon. UFMG* v. 23, n.1, p. 7-27, jan./jun. 1994.
- LAUNO, Ritva. Knowledge marketing: lean management of quality products. *FID News Bulletin*. v.43, n.11/12, Nov./Dec. 1993.
- MARANHÃO, Maria Ignez de Carvalho. *Mercado de trabalho para o profissional bibliotecário no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro UFERJ, 1994. (Dissertação, Mestrado)
- MUELLER, Suzana P. M. Formação profissional e educação continuada – que profissional devemos ser? In: SIMPÓSIO BRASIL - SUL DE INFORMAÇÃO, 1996, Londrina. *Anais...* Londrina: UEL, 1996. p.253-271.
- NEWMAN, W. B. The use of consultants in information systems. *Bulletin of ASIS*. v.17, p.23-5, Dec./Jan., 1991.
- O'LEARY, M. The iformation broker: a modern profile. *Online*, v.1, n.6,p.24-30, Nov.1987
- PAIVA, Denise W. Perspectivas do agente de informação no contexto brasileiro. *Ci. Inf.* v. 19, n. 1, p. 48-52, 1990.
- RUGGE, Sue, GLOSSBRENER, Alfred. *The information broker handbook*. New York: Windcrest., 1992 p. 3-4.
- RUGGE, Sue. Focus on information brokering. *Information Today*, p.15, May 1993.
- SOUZA, Marta A., NASTRI,R.M. Análise do mercado de trabalho do bibliotecário no interior do Estado de São Paulo. *Perspec. Ci. Inf.*, Belo Horizonte, v.1,n.2, p. 189-206, jul./dez. 1996.
- TARAPANOFF, Kira O profissional da informação pensando estrategicamente. In: SIMPÓSIO BRASIL - SUL DE INFORMAÇÃO, 1996, Londrina. *Anais...* Londrina: UEL, 1996. p. 115-141.
- TARAPANOFF, Kira. *O profissional da informação no Brasil*, Brasília: IEL 1997.
- TARAPANOFF, Kira. Infomedary. *R. Bibliotecon. Brasília*, v.14, n.2:349-350, jul./dez. 1986. (Nota de livro).
- WARNER, Alice Sizer. What do you want to know? *Information Broker*, v.10, n.6, Nov./Dec. 1994.
- WARNER, Alice Sizer. AIIP meets in Baltimore (1994 conference). *Wilson Library Bulletin*, v. 68, p.18, June 1994.
- WARNER, Alice Sizer. Information consulting - setting up the business. *Online*, v.12, p.20-4, 1988.
- WARNER, Alice Sizer. *Mind your own business*. New York: Neal-Schuman, 1987. 165p.
- WEITZEN, H. S. *O poder da informação: como transformar a informação que você domina em negócio lucrativo*. São Paulo: Makron-Hill, 1991. p. 160-189: Iniciando um negócio de informação.

Recebido em 06/10/1999.