

Associação Brasileira de Ensino
de Biblioteconomia, Documentação
e Ciência da Informação

A

B

E

B

D

Documentos ABEBD

**Para Além das Bibliotecas: o bibliotecário
como information broker**

Patrícia Zeni Marchiori

Documentos ABEBD, 9

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENSINO DE BIBLIOTECONOMIA E
DOCUMENTAÇÃO
(ABEBD)
Documentos ABEBD, 9**

**PARA ALÉM DAS BIBLIOTECAS:
o bibliotecário como information broker**

PATRÍCIA ZENI MARCHIORI

**Porto Alegre
1998**

PARA ALÉM DAS BIBLIOTECAS : O BIBLIOTECÁRIO COMO *INFORMATION BROKER*

Prof^a. Patricia Zeni Marchiori¹

As mudanças nas fronteiras do mundo da informação estão oferecendo novos territórios de ação para o bibliotecário. A figura do profissional “que-trabalha-em-uma biblioteca” vem sendo substituída por oportunidades de trabalho autônomo, tais como as consultorias e os serviços de intermediação de informação. Embora tais possibilidades estivessem sempre subentendidas na formação do bibliotecário, o currículo, com suas disciplinas relacionadas à administração de sistemas, serviços do balcão de referência, processamento técnico e físico do acervo, levaram os profissionais a pensar que após graduarem-se, o trabalho com informação estaria relacionado-se com atividades em um ambiente físico chamado “biblioteca”. Contudo, OJALA (1993) considera que este “ambiente físico” para a busca e acesso à informações pode não parecer como uma biblioteca tradicional, podendo “ser” um cubículo ou “ser”, ainda, uma série de coleções diversas distribuídas em vários lugares da instituição. Extrapolando-se a opinião da autora, pode-se dizer que o trabalho com informação está potencialmente aberto para profissionais que desejem prover suporte informacional àqueles que tenham demandas de informação e de documentos, sem estarem atrelados às quatro paredes de uma biblioteca/sistema de informação. Neste sentido, o bibliotecário atua como um “fornecedor de informação independente” e não como “aquele que desenvolve coleções para atender à necessidades de pessoas ligadas a instituição específica”. Esta reorientação favorece o exame do trabalho do intermediário de informação (*information broker*), sobre o qual pretende-se explorar algumas noções, características e habilidades.

Information brokerage : gênese e conceituação

Embora no Brasil muito pouco se tenha discutido e escrito, a figura do *information broker* (intermediário de informação) tem sido assunto na literatura

¹ Professora Assistente II do Departamento de Biblioteconomia da Universidade Federal do Paraná. Mestre em Ciência da Informação (CNPq/IBICT/ECO/UFRJ). Doutoranda em Ciência da Informação e Documentação (USP/ECA). e-mail: marchior@cwb.matrix.com.br

internacional desde a década de setenta. A partir daí, várias denominações têm sido atribuídas para este profissional, sendo as mais conhecidas: *information counselor*², *bibliotecário free lancer/bibliotecário independente*³, *information broker*⁴, *provedor de informação*⁵, *infomediário*⁶, *consultor de informação*⁷, *profissional e/ou especialista e/ou consultor de informação*⁸.

Passado mais de um quarto de século após ter sido citado pela primeira vez, não se pode dizer que exista uma unanimidade entre os teóricos no que diz respeito aos aspectos constitutivos da figura e atividades do *information broker*. Porém, isto parece não estar interferido dramaticamente nas suas condições de trabalho em países de primeiro mundo, pois mesmo que sua atuação se configure como uma área profissional relativamente nova, percebe-se a ampliação de suas atividades.

RODWELL (1987) esclarece que a atividade de *brokerage* nos países desenvolvidos teve início na década de dez, desenvolvendo-se timidamente nas décadas de 30 a 50⁹, consolidando-se a partir da segunda metade década de setenta. Inicialmente conhecidos na figura do bibliotecário *free-lancer*¹⁰, os profissionais que exerciam tais atividades receberam cada vez mais atenção, em virtude do início da crise econômica mundial, do aparecimento das bases de dados públicas e comerciais, da popularização e utilização dos computadores em empresas e indústrias e do incremento das telecomunicações. PUGSLEY & LENNON (1990) esclarecem que, no final da década de sessenta na Costa Oeste dos EUA, as bibliotecas pagavam baixos salários e ofereciam poucas oportunidades para mulheres, assim como os cortes nos orçamentos levaram à eliminação de "serviços não-essenciais", os quais incluíam as bibliotecas internas e seus bibliotecários. Deste modo, alguns dos profissionais desempregados decidiram criar alternativas, agindo inicialmente como *free-lancer*, sendo auxiliados pelas Universidades, que ofereceram cursos de buscas *online* e de *marketing* de informação (considerados como instrumentos básicos para a atividade de *brokerage*). Uma explicação complementar dos autores, diz respeito a decisão de

² 1972, citado por RODWELL, 1987

³ WARNER, 1975, p.442

⁴ WHITE, 1980

⁵ CRONIN & MARTYN, 1984

⁶ Infomediary : the journal of..., 1985-

⁷ RODWELL, 1987, p. 87

⁸ BASCH, 1992, p. 9

⁹ limitada a serviços específicos para clientela também específica

alguns bibliotecários graduados que, descontentes com as carreiras tradicionais em bibliotecas, passaram a abrir empresas independentes de serviços de informação.

Tanto no Canadá (ZILM, 1988) como na Polônia (SÓJKA, 1990) o aparecimento do *information broker* está relacionado com o crescimento de micro empresas, que embora não tenham serviços formalizados de bibliotecas internas, apresentam necessidades de informação as mais variadas. Mesmo as grandes companhias, com bibliotecas e serviços de informação internos, na medida em que sofrem os efeitos da recessão ou estagnação, passam a considerar a possibilidade de contratação de um *broker* externo (MACKAY, 1992b).

A terminologia ainda não é suficientemente clara, embora vários autores já tenham definido o termo *brokerage* e o próprio *information broker*. Algumas destas definições, sem a pretensão de serem exaustivas, são indicadas abaixo.

“.. alguém que coleta informações para terceiros, mediante uma taxa, utilizando principalmente fontes publicadas”

“... pequenas organizações que se concentram em prover serviços de informação”
(WEBBER, 1990, p. 43)

“...é um intermediador, um filtro, a pessoa que, por uma taxa, age como um intermediário entre um comprador e um vendedor de informação. É definido como um elo entre a pessoa que tem a necessidade de conhecer e a fonte de informação que irá atender e satisfazer tal necessidade.”
(KLEMENT, 1988, p. 165)

“...bibliotecário que realiza pesquisas utilizando meios eletrônicos. Também pode ser chamados de *database rider* ou *info-sufer*”
(BASCH, 1992, p.10)

“... utiliza suas habilidades de pesquisa e sua competência no conhecimento dos canais mais rápidos e efetivos para suprir a informação relevante, sob demanda, rapidamente e com uma relação de custo/benefício positiva”

“... é uma pessoa ou organização que, utilizando profissionais especializados, provê serviços de informação efetivamente e eficientemente, mediante o pagamento de uma taxa.”

“... é um termo em desuso, pois é visto como um pequeno negócio, feito por apenas uma pessoa.”
(RODWELL, 1987, p. 87)

“São aqueles que provêm um serviço baseado em bases de dados e coleções externas”
(OFFOR, 1991, p. 60)

“.. pessoa contratada para obter documentos para usuários que não têm recursos para obtê-los por si próprios”
(HAWLEY, 1992, p.45)

“... é qualquer pessoa, instituição ou firma que transfere, gerencia ou comercializa informação por uma taxa
(BURWELL, citado por PUGSLEY e LENNON, 1990, p.19)

“.. é uma pequena firma de pesquisa e consultoria que lida quase que exclusivamente com buscas *online* e acesso à documentos”
(STRIZICH, 1988, p. 26)

“... é uma consultoria como aquela feita por advogados em questões jurídicas”
(CORNELIUS, 1990)

Em uma simples e flexível análise de conteúdo, algumas das palavras-chave das definições apresentadas podem ser agrupadas como se segue:

- **Responsabilidade do serviço de *brokerage***

Pode caber à uma pequena organização/firma ou à uma pessoa contratada, cuja nomenclatura varia de: intermediário, "filtro", bibliotecário, profissional, ou ainda receber neologismos baseados no uso das tecnologias emergentes, tais como: *database rider* ou *info-surfer*.

- **Produtos e serviços**

Podem responder/suprir demandas de informação, prover serviços de informação, realizar pesquisa e consultoria em informação, fazer buscas *online*, acessar/obter documentos, transferir, gerenciar ou comercializar informações, coletar informações para terceiros.

- **Instrumentos**

Utilizam fontes publicadas em papel e meios eletrônicos, bases de dados, coleções externas, definindo os canais mais rápidos e efetivos para acessar a informação.

- **Clientes**

Em sua grande maioria, são contratados por terceiros.

- **Característica especial**

Cobram/recebem pagamento pelos serviços/produtos contratados.

Perfil e qualidades desejáveis do *Information Broker*

Para BASCH (1992), a intermediação de informações pode ser realizada por profissionais intitulados especialistas, empreendedores, consultores de informação, trabalhadores de conhecimento, bibliotecários autônomos e assim por diante, sendo porém, difícil definir fronteiras entre eles. O fato é que, trabalhando de forma autônoma ou constituindo, em sua maioria pequenas empresas, o profissional envolvido com a atividade de *brokerage* deve, idealmente, apresentar certos atributos profissionais e pessoais, indicados abaixo¹¹:

Atributos profissionais do *Information Broker*

- ter alta capacidade técnica
- conhecer extensiva e profundamente dos recursos de informação disponíveis
- ter uma atitude analítica perante a confiabilidade e a relação custo/benefício de tais recursos
- coletar os dados de forma ética (sem manipulações)
- oferecer produtos de informação de alta qualidade
- ter experiência com análise de sistemas automatizados
- ter habilidade em construir bases de dados
- conhecer a cultura da empresa
- conhecer os hábitos de busca dos clientes
- ter treinamento nas técnicas de recuperação de informação
- estar orientado para o assunto de interesse da empresa
- ter habilidades básicas em computação
- fazer propaganda de seus serviços
- antecipar as necessidades de informação de seus cliente

Atributos pessoais do *Information Broker*

- coragem/auto-confiança
- convicção/determinação
- flexibilidade/versatilidade
- energia/dinamismo
- honestidade/profissionalismo
- senso de humor/otimismo/perseverança
- motivação/entusiasmo
- individualismo
- humildade/simplicidade
- atitude empreendedora
- organização

¹¹ adaptado de WARNER (1975); WEBBER (1990); DE HERR (1990); RODWELL (1986); EKLUND (1990); OFFOR (1991); BASCH (1992); FINNINGAN (1990); KLEMENT (1988); STRIZICH (1988)

- cultivo de relações pessoais
- habilidades em atrair clientes
- intuição
- atitude “detetivesca
- paciência
- criatividade/imaginação
- assertividade/confiabilidade
- inteligência analítica
- perfeição
- habilidade para trabalhar em equipes
- habilidade para lidar com *stress*
- habilidade para lidar com situações-limite

Desta forma, aqueles que se tornaram ou querem se tornar consultores, necessitam desenvolver habilidades de gerenciamento, *marketing* e planejamento financeiro. O *broker* deve ter um espírito empreendedor, combinando talento e personalidade, enfrentando desafios, encontrando soluções para problemas, criando oportunidades ainda não existentes, trabalhando por longas horas e divertindo-se em cada passo do caminho.

As habilidades requeridas para se operar como *information broker* podem ser obtidas de diversas maneiras:

- a) como parte do treinamento para Biblioteconomia e Documentação, principalmente aquelas de um bibliotecário/documentalista de referência;
- b) (desejavelmente), pela qualificação acadêmica prévia em alguma área científica (o mais próximo possível da especialidade do seus clientes-alvo);
- c) obtidas por cursos de construção e utilização de *software* gerenciadores de bases de dados;
- d) por meio de cursos de acesso à bases de dados externas;
- e) por meio de cursos de computação básica (sistemas operacionais, editores de texto, editoração eletrônica, planilhas de dados, por exemplo);
- f) por meio de leituras de revistas profissionais e de negócios em geral;
- g) por meio de cursos promovidos por associações e instituições ligadas à área de informação e comunicação¹²

¹² adaptado e reunido de: NEWAY, 1988, p 92-93; MACKAY, 1992a, p. 26; BAUWENS, 1992, p. 35-36

Produtos e serviços de informação prestados pelo *information broker*

O *broker* que deseja investir e manter-se no mercado, deve assumir uma atitude empreendedora e de alto profissionalismo, uma vez que sua sobrevivência e visibilidade vai depender da qualidade de seus produtos e serviços. Estes devem ser atrativos, relevantes e baseados em uma rede de fontes diferentes e qualificadas. Assim, a diferença entre um *broker* competente e outro não, repousa grandemente na habilidade na escolha de tais fontes, em função do tipo de informação procurada, do quão rápido a informação deve estar à mão, do preço desta informação, do quão nova esta informação deve ser, da qualidade da informação encontrada em diferentes fontes e do quão facilmente a fonte é acessada.

A relação do *broker* com o cliente é uma relação de prestação de serviço. O cliente busca o *broker* porque considera seu tempo valioso para investir na busca da informação sem um retorno garantido. Para KLEMENT (1988), os clientes normalmente não buscam por um bibliotecário com este objetivo, porque estes não privilegiam a busca de informação, mas oferecem um serviço de treinamento de "como usar a biblioteca".

O *broker* deve ser mais que um curador de livros, pois espera-se que ele não só identifique e colete a informação desejada, como seja capaz de "reembalá-la" na forma de relatórios e estudos sob medida para o cliente. Não importa de onde a informação venha¹³, o sucesso do profissional dependerá de sua habilidade de encontrar a informação e "empacotá-la" rapidamente, com uma relação de custo/benefício positiva. O sucesso ou insucesso no negócio de consultoria de informação depende mais do uso correto que o profissional faz de sua prática no negócio, do que sua técnica deslumbrante de pesquisa *online*, ou seu eficaz acesso à fontes de informação em um nicho particular de negócio (STRIZICH, 1988).

HENDERSON (1990) coloca a relação *broker/contratante* como estritamente profissional, uma vez que o cliente irá pagar pelo serviço, exigindo qualidade e precisão por parte do *broker*. O usuário diz que informação/documento necessita e os *brokers* absorvem toda a tarefa de busca. O cliente vê apenas o produto final, no caso o documento/informação solicitada e uma fatura a ser paga. O *broker* deve ter um alto grau de adaptabilidade à mudanças (geográficas e tecnológicas), que permita suprir

¹³ quer de um livro de referência, quer de uma busca *online*

seu cliente de "inteligência", ao invés de "fatos e dados". Deve desenvolver produtos de natureza global (estabelecendo parcerias), produtos/serviços de qualidade, que permitam análise, perspectivas e adição de valor, ao menor preço possível para o nicho de mercado correto. (STANAT, 1991). Os serviços e produtos podem ser oferecidos por um *information broker*, são os mais diferenciados, tais como¹⁴:

- análises estatísticas
- boletins de alerta especializados
- busca de patentes
- buscas manuais
- buscas *online*
- circulação de periódicos
- compilação de diretórios
- cópia de microformas
- desenvolvimento de orçamentos
- desenvolvimento de sistemas de informação executivas (EIS)
- desenvolvimento de *thesaurus*
- desenvolvimento e consultoria em bases de dados
- design de sistemas de informação
- disseminação seletiva de informação
- elaboração de questionários
- empréstimo e gerenciamento de documentos
- entrega de documentos
- estruturação de obras de referência
- gerenciamento de registros
- *ghost writing*
- levantamento de literatura
- organização de eventos
- pacotes de informação
- pesquisas de mercado
- programas de treinamento
- relatórios de empresas
- resumos e indexação

Mesmo que se argumente que bibliotecários tradicionais são capazes de oferecer tais serviços/produtos, percebe-se que, à exceção daqueles já envolvidos com um trabalho em bibliotecas especializadas em empresas, por exemplo, o rol de atividades comum aos bibliotecários é fortemente focalizado no acervo/documento, do que na intermediação, busca, acesso e análise de informações, típicas do trabalho do *information broker*.

¹⁴ STRIZICH (1988); EKLUND (1990a), RODWELL (1987)

Planejamento e estruturação de serviços de *brokerage*

As últimas décadas foram marcadas por um crescimento significativo no número de negócios com informação, desde as grandes corporações da Indústria da Informação, até os serviços de *brokerage* oferecidos por profissionais especializados.

Mesmo em países desenvolvidos, embora muitos *brokers* trabalhem duro para manter-se no mercado, existem obstáculos que não podem ser desprezados, tais como a competitividade, os recursos de *marketing*, os preços (considerados altos pelos contratantes) e um certo amadorismo. Contudo, o mercado e a atividade dos *brokers* nestes países e mais especificamente na área industrial e de negócios, parece estar em expansão.

Para haver *brokerage* devem existir consumidores potenciais de informação. Assim, os consultores procuram estabelecer em locais próximos à clientes e, principalmente, de locais que possam supri-lo de informação, tais como universidades e institutos de pesquisa, na medida em que estes têm material de referência e especialistas. Na realidade, a atividade de *brokerage* se dá por uma combinação de elementos: clientes potenciais, recursos de informação e competição local.

Todavia, a atração de clientes é freqüentemente um gargalo para os *brokers*, o que resulta na técnica de tentativa e erro para determinar quais das estratégias de *marketing* possíveis funcionará melhor em um nicho de mercado qualquer. Como um serviço relativamente novo e de difícil tangibilidade, a propaganda "boca-a-boca" é, provavelmente, o instrumento mais eficiente. Além disto, para que a atividade de *brokerage* se confirme como um serviço maduro e estável, a informação precisa ser vista como uma mercadoria (*commodity*), uma vez que serviços totalmente grátis perdem a qualidade. Assim, o *information broker* deve estar atento ao custo real da informação operando sua atividade como um negócio, oferecendo um serviço (e não um pedaço de informação) no tempo adequado, com pertinência, flexibilidade e credibilidade. É um trabalho de 24 horas por dia, em que se deve valorizar o produto de informação, buscando a internacionalização e a cooperação que irão ajudar o cliente a enfrentar um mundo rápido e em mutação (FINNINGAN, 1990).

Tendências para o serviço de *brokerage*

Nos anos 70 o *information broker* foi considerado, para os países desenvolvidos, como um fenômeno passageiro. Porém, nestes mesmos países, esta atividade cresceu e se fixou no mercado de informação com serviços diversificados. Fatores econômicos, desenvolvimento tecnológico, mudanças de atitude, continuidade no crescimento da demanda, crescimento constante da informação disponível irão determinar sua manutenção no mercado futuro de informação. Com as bases de dados cada vez mais acessíveis ao usuário final, os *brokers* devem reconsiderar suas estratégias, mesmo que se preveja um crescimento potencial para a profissão de consultor de informação e mesmo que a porcentagem de informação tornada disponível pelo consultor seja, ainda, uma pequena fração do total de informações disponíveis. Este crescimento tem sido alimentado em parte, por um novo alerta do valor da informação que tem sido produzida. Há uma demanda crescente por informações, que um consultor astuto pode estar pronto para satisfazer, mesmo que os avanços tecnológicos e a conseqüente aceitação e difusão das técnicas de armazenamento ótico e nas áreas de telecomunicações, estejam alterando radicalmente a maneira como a informação é armazenada, recuperada e processada (STRIZICH, 1988).

PUGSLEY & LENNON, já em 1990, indicavam que sistemas de distribuição de dados à cabo ou em amplas redes, como por exemplo a Internet, despejariam uma enorme quantidade de dados puros para o usuário final, o que já vem ocorrendo. Para estes autores, a despeito da sofisticação contínua das técnicas de pesquisa, este usuário gastará tempo na pesquisa, correndo o risco de recuperar informações de relevância duvidosa. Outra tendência apontada por estes autores é que a proliferação de micro-computadores, desaguando em redes de informações nacionais e internacionais, com custos em queda, poderá significar que individualmente, todos terão a mesma oportunidade de acessar dados, podendo atuar como *brokers*. Para o bibliotecário que deseje atuar como um *information broker*, tudo isto se traduz em um grande desafio, onde a criatividade, flexibilidade e capacidade de estar à frente das demandas serão as palavras de ordem para profissionais da informação que desejem não só sobreviver mas ampliar suas condições de trabalho em um mercado de alta competitividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BASCH, Reva. Information brokers as consultants : semantics and the bottom line. **Information Today**, v. 9, n. 1, p. 9-11, Jan. 1992.
- BAUWENS, Michel, How to survive as a business information professional. **FID News Bulletin**, v. 42, n. 2, p. 35-36, Feb. 1992.
- CRONIN, Blaise, MARTYN, John. Public/private sector interaction : a review issues with particular reference to document delivery and electronic publishing. **Aslib Proceedings**, v. 36, n. 10, p. 373-391, Feb. 1984.
- CORNELIUS, Peter. Setting the scene of brokerage in Europe : experiences of ECHO in offering the database BROKERS GUIDE as an information resource of the european information market. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p. 7-12, May 1990.
- DE HEER, Atie. Experiences and projects in the international business gateway and the future of information brokers. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p. 55-56, May 1990.
- EKLUND, Marita. Industrial and business information : the need for information brokers. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p. 51-53, May 1990.
- _____. Industrial and business information : the need for information brokers - Part II. **Infomediary**, v. 4, n. 2, p. 79-82, Sept. 1990.
- FINNINGAN, Georgia L. Brokers : pioneering and coming in the information era. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p. 3-5, May 1990.
- INFOMEDIARY : the journal of information brokerage in consulance. Amsterdam : International Organization Services. 1985- . Trim.
- HAWLEY, Lorin. Faster and cheaper document delivery. **Online**, v. 16, n. 4, p. 45-48, July 1992.
- HENDERSON, Fiona. The Client's view of information brokers. **Infomediary**, v. 4, n. 3/4, p. 127-134, Dec. 1990.
- KLEMENT, Suzan. Information brokers : assets or liabilities? **Infomediary**, v. 2, n. 3/4, p. 165-172, Dec. 1988.
- MACKAY, Renate. Information brokers : an endangered species? **Information World Review**, n. 69, p. 26-27, Apr. 1992.
- _____. Information brokers : how to find and select them. **Information World Review**, n. 71, p. 10-11, Jun. 1992.
- NEWAY, Julie M. Oppotunities in biotechnology for information specialists. **Infomediary**, v. 2, n. 2, p. 89-94, Oct. 1988.

- OFFOR, Colin. Charging for information : a changing climate and an emerging market place? **Infomediary**, v. 5, n. 1, p. 49-62, Jun. 1991.
- OJALA, Mary Dee. What will they call us in the future? **Special Libraries**, v. 84, n. 4, p. 226-229, Fall 1993.
- PUGSLEY, William, LENNON, Rickye. A report on the status of fee-based information brokering in the United States of America. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p. 13-32, May 1990.
- RODWELL, Daphne. Information brokers : a future in the information market place? **Information and Library Manager**, v. 6, n. 4, p. 87-103, Mar. 1987
- SÓJKA, Jan. The information broker. **International Forum of Information and Documentation**, v. 15, n. 2, p.22-24, Apr. 1990.
- STANAT, Ruth. Information brokers : their services and products. **Infomediary**, v. 5, n. 1, p. 45, June. 1991.
- STRIZICH, Martha. Information consulting : the tool of the trade. **Online**, v. 12, n. 3, p. 27-31, May 1988.
- WARNER, Alice Sizer. Information Services : new use for an old product. **Wilson Library Bulletin**, v. 49, n. 6, p. 440-444, Feb. 1975.
- WEBBER, Sheila. The information broker scene in the UK. **Infomediary**, v. 4, n. 1, p.43-50, May 1990.
- WHITE, Martin S. Information for industry : the role of the information broker. **Aslib Proceedings**, v. 32, n. 2, p. 82- 86, Feb. 1980.
- ZILM, Gwen. Meeting the needs of Canada's small businesses. **Canadian Library Journal**, v. 45, n. 2, p. 109-112, Apr. 1988.