

CONSULTORIA E O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO: UM CAMPO EM EXPANSÃO.

Adriana Calegari Crispim

Bacharel em Biblioteconomia

Especialista em Gestão de Arquivos Públicos e Empresariais, pela UFSC.

Shyrlei Karyna Jagielski

Bacharel em Biblioteconomia

Especialista em Gestão de Arquivos Públicos e Empresariais, pela UFSC.

Resumo

É uma análise do atual mercado de trabalho para o profissional da área de informação, baseado em experiências pessoais de consultoria e empregabilidade e sustentado pela literatura existente na área. Expõe as novas necessidades e exigências desse mercado, apontando como conseqüência a mudança do perfil das pessoas que trabalham na área de informação especificamente do consultor no tratamento da informação.

Tenta mostrar o que as empresas, em geral, exigem deste novo profissional e as características que deve ter para sobreviver e ter atitudes pró-ativas, buscando o seu aperfeiçoamento contínuo. Procura nortear os profissionais que estão ingressando na área de consultoria em unidades de informação, sobretudo recém formados, com relação a forma de cobrança e alguns passos para a venda do seu produto, mostra que por mais difícil que possa parecer, há um espaço grande e importante que deve ser ocupado pelo profissional da informação, e tornar evidente a sua capacidade para desenvolver um trabalho de qualidade e de grande interesse, principalmente empresarial. Considerou-se unidade de informação como sendo arquivos, bibliotecas e centros de documentação empresariais. E como profissional da informação os arquivistas, bibliotecários e documentalistas.

Palavras-chave

Consultoria; Profissional da Informação; Mercado de Trabalho.

CONSULTING AND THE INFORMATION PROFESSIONAL: A FIELD IN EXPANSION

Abstract

The text is about an analysis of the present work market for the professional of working the information field, based in personal experiences and supported by existent literature in this field. It tries to show the new necessities and demands of this work market, bringing as consequence the changing of the people who work specifically in the information field. It aims to present the demand of companies regarding this professional and the characteristics that they must have to survive and be pro-active, searching for their continuous improvement. It tries to help the professional that are starting their carrier in consultancy in information units, especially those who have just graduated, advising them on ways of charging and selling their products. It shows that, however difficult it may seem, there is a large and important space that must be filled by information professional, showing their capacity to developed a work with quality and great interest, as far as entrepreneurial context is concerned. In this paper, its been considered as information unit: files, libraries, entrepreneurial documetation centers in general. And as information professional: archivists, librarians, document keepers and/or any other professional who do this kind of work.

Keywords

Consultancy; Information professional; Working market

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho em geral, está cada vez mais mutável, exigindo novas características e novos serviços, especialmente no que tange às áreas da ciência da informação, biblioteconomia, arquivística e museologia. Adaptar-se a esse novo momento é o desafio atual do profissional da informação. Independência e flexibilidade são marcas para encarar o novo espaço que se vislumbra. Conhecimentos específicos e ao mesmo tempo ter uma visão do todo são fundamentais para um bom desempenho na área de

consultoria, que se firma como a grande oportunidade do momento. Entretanto, para que isso ocorra, alguns paradigmas devem ser quebrados.

O profissional necessita de conhecimentos específicos, uma capacidade para trabalhar com profissionais de outras áreas e espírito de vendas, pois terá que ir a procura do seu cliente e convencê-lo que o seu serviço é importante, mostrando as vantagens de contratá-lo.

2 MUDANÇA DO PERFIL PROFISSIONAL

Atualmente, a idéia do bibliotecário representado por uma mulher de óculos atrás de uma mesa, cheia de livros empoeirados e fichinhas catalográficas, já não soa tão bem, e encontra-se totalmente defasado. Hoje, o profissional da informação é aquele que está apto a enfrentar desafios, que tem dinamismo e ocupa a função de consultor no tratamento da informação, tomando, desta forma, conta do mercado de trabalho atualmente.

Está havendo uma mudança nas organizações em geral, elas estão dando valor para os centros de documentação, na medida em que a sua desorganização acarreta em problemas e até mesmo em perda de dinheiro com a não localização de alguma informação. Motivos financeiros são suficientes para convencer uma empresa da necessidade de um centro de documentação bem organizado, e como consequência, um profissional qualificado para a realização desse serviço.

Tendo em vista as tendências das relações de empregabilidade e as mudanças nas relações empregador/empregado, onde cresce cada vez mais os serviços terceirizados ou *outsourcing*, onde as novas tecnologia causam um nível maior de desemprego, surge espaço para um novo perfil de profissional, onde a criatividade é um dos requisitos básicos, juntamente como o aprendizado contínuo.

Em um artigo recente da revista Exame, está muito claro que a terceirização, cargos temporários, *home office* são as formas mais

freqüentes de relação entre empresa-executivo. Pode-se levar isso para o setor de profissionais que fazem o tratamento da informação. A carteira assinada, prova de uma certa estabilidade de emprego, deu lugar a contratos temporários, exigindo muito conhecimento e uma certa experiência. Rifkin (1995, p.153), chama a atenção para o fato da *“informatização acarretar em um número grande de desempregados, e o setor de serviços estar absorvendo em maior quantidade essa gama de trabalhadores”*.

As empresas não querem mais contratar efetivamente alguém para ser responsável pelo seu centro de informação. Ela espera que o profissional faça esse trabalho por um determinado tempo, sem vínculo empregatício. Se por um lado cai o interesse pelo profissional da área da informação como um funcionário efetivo da empresa, por outro, cresce o campo para o profissional liberal no setor privado.

As organizações estão sentindo necessidade de alguém capacitado e conhecedor do tratamento da informação. A concorrência, qualidade e exigência do mercado, exige rapidez e exatidão da informação. Esse é um grande mercado a ser explorado. Esse profissional que surge deve ter algumas características principais para atender às necessidades e exigências do mercado.

Segundo Case (1997, p.3) e Peter (1991, p.5), quem trabalhar com consultoria necessita de três habilidades essenciais: habilidades técnicas; habilidades interpessoais e habilidades de consultoria. As habilidades técnicas incluem os conhecimentos específicos da área de atuação. As habilidades interpessoais se enquadram em todas as situações (saber ouvir, liderança de equipes, etc) e habilidades de consultoria dependem de cada fase do trabalho (saber vender, fazer contrato, etc. Todas essas qualidades são importantes para enfrentar a realidade do mercado.

Quando uma empresa procura um profissional da informação, normalmente a situação é de caos. Os documentos encontram-se desorganizados, os papéis acondicionados de forma precária, e se for arquivo, muitas vezes não há divisão de arquivo corrente,

intermediário ou permanente, e tabela de temporalidade é algo de que nunca se ouviu falar. Isso quando existe um local apropriado para a armazenagem da documentação, pois muitas vezes o que há é apenas um monte de caixas lotadas de papéis amontoados num canto de uma sala qualquer, causando uma ineficiência na recuperação das informações e na conservação de documentos repetidos e sem valor para armazená-lo. Como afirma Lopes (1996), há uma completa inexistência da gestão da informação e de documentos.

Ao ser contratado, o profissional da informação tem uma relação de exigências para viabilizar o resgate eficaz da documentação. Nesse momento é importante que ele demonstre as seguintes características:

- a) Autoconfiança para saber que apesar da complexidade da situação, ele é capaz de enfrentar e realizar um bom trabalho;
- b) Criatividade para descobrir a melhor maneira de organizar e lançar idéias que vão além das regras estabelecidas e repassadas através da universidade, buscando agregar valor ao seu serviço;
- c) Dinamismo para ir em busca de soluções e provar a empresa contratante de que é a pessoa ideal para realizar o trabalho;
- d) Aperfeiçoamento contínuo, não parando no tempo, procurando saber o que há de novo na sua área e em áreas correlatas, pois cada vez mais cresce a necessidade do conhecimento generalista, além da especialização no campo de atuação do profissional.

Enfatiza-se a idéia do aperfeiçoamento com a afirmação de Pastore (1998, p.37), quando diz que os *“desempregados gerados com a informatização, devem acompanhar as mudanças tecnológicas, se quiserem alcançar um lugar no mercado”*.

3 A FALTA DE EXPERIÊNCIA

Ser um consultor na área do tratamento da informação é uma grande virada, é importante estar ciente de que os desafios são estímulos para continuarmos vivos. Mas, e quem está começando agora? Para os recém formados, como possuir todas essas

características sem ter nenhuma experiência? Algumas delas, cada um traz consigo, são características pessoais, porém outras, necessitam de tempo para serem adquiridas e lapidadas. Ao sair da faculdade o aluno leva consigo grandes informações e sabe que é agente transformador. Chega até a convencer-se de que é capaz de transformar, mas a coragem, iniciativa é que muitas vezes falta. Para Laraia (1993, p.11),

se oferecêssemos aos homens a escolha de todos os costumes do mundo, aqueles que lhes parecessem melhor, eles examinariam a totalidade e acabariam preferindo os seus próprios costumes, tão convencidos estão de que estes são melhores do que todos os outros.

Esse pensamento mostra a resistência e o medo em tomar atitudes diferentes das quais estamos habituados. Quando pensamos em mudar, sabemos que há processos importantes a serem enfrentados e daí então, muitas vezes preferimos continuar na mesma, é o grande medo do desconhecido. Guareschi (19--, 21) expressa bem em seus pensamentos essa situação quando afirma:

(...) arriscaria afirmar que é possível distinguir entre dois grandes conjuntos de seres humanos; os que vêem o mundo e a realidade como algo pronto, dado que está aí; e os que vêem o mundo e a realidade como algo essencialmente incompleto, se fazendo, se construindo. Em outras palavras podemos distinguir entre os que vêem os seres humanos e mundo como algo "natural", determinados; e os que vêem como algo cultural, possível, feito por alguém que assim quis que fosse.

Devemos nos enquadrar no segundo grupo, como seres que vêem o mundo como algo cultural. É importante construirmos novos pensamentos, novas atitudes com relação a profissão que escolhemos. Sair para o mercado de trabalho com o pensamento da "mulher de óculos" é estarmos considerando como seres que vêem o mundo como algo natural.

Célestin (19--), professor primário, francês que lutou muito tempo contra a prática educacional tradicional, é muito sensato quando diz:

(...) há certos indivíduos que temos a impressão de sempre ter visto raspando o chão com sapatos gastos, cujo couro endurecido formou pregas pré históricas. E outros que parecem igualmente incomodados com sapatos eternamente novos, que eles não conseguem domar e que lhes impõem um andar rígido e automático. Não seja nem o tradicionalista endurecido, nem o inovador caçador de aventuras (...)

Não pode-se esperar que os sapatos se gastem a ponto de ter de voltar para casa com a sola batendo, para comprar e amaciar sapatos novos; ou então a ponto de, no inverno, a neve e o frio os encharcarem e atravessarem um couro gasto.

Mudar exige participação, envolvimento, vontade, desafios, percepção e até mesmo intuição, mas acima de tudo continuidade no processo de mudança. Nós, profissionais da informação, estamos passando por grandes processos de mudanças. E porquê não aceitar? Não há evolução sem mudança, temos que dar uma abertura, isso deve ficar bem claro.

É necessário ter em mente que não é possível saber tudo, principalmente sem ter vivenciado uma situação. É preciso pesquisar, procurar ajuda de pessoas experientes. Assim, aos poucos começa-se a traçar um rumo com maior confiança. É claro que erros são cometidos, mas eles servem para aprende-se, não há dúvida.

No decorrer do tempo, fazendo um bom trabalho, o profissional começa a fazer a sua imagem, conquista o seu espaço e confiabilidade e adquire segurança. O importante é levar adiante a figura do profissional da informação como fundamental para as organizações. É gratificante quando consegue respeito e confiança ao realizar um trabalho que possa contribuir para o desenvolvimento de algum processo. Essas qualidades só podem ser adquiridas no momento que se começa a praticá-las. É necessário colocar o

trabalho à vista, onde as pessoas possam avaliar, a dar *feedback* e daí então inicia o aperfeiçoamento até o momento do reconhecimento do bom trabalho executado.

O perfil ideal de consultor no tratamento da informação adquire-se no decorrer da experiência, praticando. É ele mesmo que irá construir, fazendo pouco a pouco a transformação. Quedas, erros, perdas, tudo isso será enfrentado mas com certeza cada um deixa as próprias marcas, com maneiras particulares de andar para seguir com entusiasmo.

4 VENDENDO O SERVIÇO DE CONSULTORIA

Oferecer os serviços de consultor é, nada menos do que, vender. Essa é também uma qualidade a ser praticada, pois ter a habilidade de vendedor não é fácil, mas nada tão assustador que não se possa praticar. Vender exige transparência, empatia e sinceridade. Há quem diga que vendedor é sempre enrolador, aquele que convence no papo. Hoje as pessoas estão cada vez mais exigentes e práticas, já não conseguem ficar tanto tempo escutando histórias de vendedores, por isso a importância da transparência.

A partir do momento em que se opta por tornar-se um consultor no tratamento da informação, o profissional que presta consultoria é dono da sua própria carreira, quebra a relação empregado/empregador tradicional, e como consequência a estabilidade de emprego. No início não se tem certeza de que se obterá ganhos, trabalha-se mesmo por experiência, para aprender, conhecer a realidade.

Utilizando o pensamento de Case (1997, p.14), na verdade o que ocorre é a troca de um patrão por vários, e inicialmente todas as propostas que surgirem são aceitas, sem se dar ao luxo de escolher.

A falta de experiência também dificulta na hora de estipular um valor para ser cobrado pelo serviço. Se for cobrado um valor baixo, o contratante não vai valorizar o profissional e este vai se sentir frustrado duplamente, pela desvalorização profissional e

financeira. Por outro lado, se for cobrado um valor elevado, as empresas podem se desinteressar pelo serviço, a menos que o profissional consiga comprovar a sua capacidade e importância. Talvez o complicado seja definir o que é barato e o que é caro, estipulando o preço justo.

É necessário ter em mente que no início não se poderá cobrar tanto quanto gostaríamos ou é preciso para se ter lucratividade. É recomendável usar o bom senso, conversar com pessoas experientes na área, além de ser importante ter uma reserva financeira, caso demore para entrar dinheiro.

Existem alguns parâmetros que podemos sugerir para definição da cobrança. Temos como base a recomendação de valores para prestação de serviço definido por associações de classes como a da Associação Catarinense de Bibliotecários - ACB e conversar com outros profissionais liberais que já estão há mais tempo no mercado.

Existem alguns meios de elaborar a forma de cobrança, que será determinada no contrato. Uma delas pode ser a do preço fechado, onde cobra-se por cada etapa do trabalho desenvolvido. Quanto mais rápido o profissional realizar o serviço com qualidade, maior será o seu lucro. E o contratante da mesma forma sairá satisfeito.

Outra forma é a da cobrança por hora, ainda muito utilizada, porém não muito bem recebida pelas empresas, pois elas tem a sensação de estarem desperdiçando dinheiro, pois não sabe quanto o serviço vai custar exatamente. A menos que o cliente exija que o trabalho seja realizado dentro do um prazo rigidamente estabelecido, não pagando nada além, ou modificando o contrato.

Existem contratos que podem ser de longo prazo, devido à complexidade ou a quantidade de serviço a ser realizado. Aconselha-se sempre fazer um contrato assinado, nunca apenas verbal. Tudo isso deve estar bem explicitado no plano de trabalho, onde consta toda a metodologia de trabalho, cronograma das atividades e forma e valor a ser cobrado.

Como em qualquer setor, o *marketing* também é importante em consultoria no tratamento da informação. O consultor deve aparecer, dizer que existe. Isso pode ser feito através de mala direta, propaganda em revistas especializadas, classificados, divulgação através de pessoas conhecidas, entre outros. Definindo em primeiro lugar o seu público-alvo. Esse empenho é necessário para despertar o interesse do empregador.

5 CONCLUSÕES

Podemos afirmar, sem medo algum, que uma mudança no perfil do profissional da informação é necessariamente urgente. As relações empregatícias adquirem um novo formato, e quem pretende permanecer no mercado deve procurar estar apto, e enquadrar-se no novo modelo de profissional – o consultor no tratamento da informação.

O dinamismo em lugar do comodismo e o aperfeiçoamento contínuo no lugar do conhecimento tido como acabado, deve predominar nos diversos profissionais existentes, especialmente nos da área de informação.

Na verdade, hoje os profissionais da informação são mais ágeis, conscientes da importância da informação, da necessidade de novos profissionais no mercado de trabalho. Sabem que a mudança é importante, até mesmo já estão convencidos que ela é a alma do negócio. Portanto, possuem consciência, condições e necessidade de enfrentar o trabalho que os espera, que é a oportunidade de crescer como profissionais e como seres humanos.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASE, Thomas A; CASE, Silvana; FRANCIATTO, Claudir. **Empregabilidade: de executivo a consultor bem sucedido**. São Paulo: Makron Books, 1997.

CÉLESTIN, Freinet. **Pedagogia do bom senso**. [S.l.]: Martins Fontes, [19--].

O FIM da carteira assinada. **Rev. Exame**, n. 21, p.145, out./1999.

GUARESCHI, Pedrinho. **Cadernos AEC**, n. 72, p.21, [19--].

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**, 8 ed., Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. p.11.

LOPES, Luiz Carlos. **A informação e os arquivos: teoria e prática**. Niterói: EDUFScar, 1996.

PASTORE, José. **O desemprego tem cura?** São Paulo: Makron Books, 1998.

PETER, Block. **Consultoria: o desafio da liberdade**. São Paulo: Makron; McGraw-Hill, 1991.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos: o declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho**. São Paulo: Makron Books, 1995.