

ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO COMO PROFISSIONAL DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: CASO KNOWTEC

**Maria Carolina Pinto
Paula Carina de Araújo**

Resumo: Apresenta um relato de experiência da atuação do bibliotecário no Núcleo de Inteligência Competitiva (NIC) da empresa Knowtec em Florianópolis (SC). Aborda o conceito de inteligência competitiva (IC), descreve suas etapas e aponta os atores envolvidos. Destaca o trabalho do bibliotecário no processo de IC a partir da descrição das atividades de coordenação de pesquisa, monitoramento de mídias e pesquisa de informações. Infere-se que onde existe a necessidade de coletar, organizar, tratar e disseminar informação, também há a necessidade do trabalho de um bibliotecário. Portanto, fica claro que é importante investir na formação de profissionais multifacetados, aptos a trabalhar em diferentes segmentos, já que a informação está presente em todas as organizações e os sistemas de inteligência competitiva, em particular, exigem cada vez mais profissionais com inúmeras habilidades pessoais e profissionais.

Palavras-chave: Bibliotecário; Inteligência competitiva; Monitoramento de mídia.

1 INTRODUÇÃO

Há muito se afirma que informação é sinônimo de poder nas mãos de quem dela dispõe. Trata-se de um recurso essencial nas organizações para apoiar a tomada de decisão e ajudar a obter vantagem competitiva. Hoje, mas do que nunca, não basta ter a informação. O mais importante é saber fazer uso dela e transformá-la em conhecimento.

O processo de Inteligência Competitiva (IC), por exemplo, se mostra cada dia mais presente nas organizações que consideram a informação insumo indispensável para o seu sucesso. O IC possibilita o posicionamento da organização à frente de seus

concorrentes. Nesse processo são monitoradas informações e dados que, posteriormente, serão analisados e transformados em inteligência, dessa forma é possível prever cenários futuros, riscos e oportunidades, o que pode tornar o usuário do produto de IC mais competitivo.

Gomes e Braga (2004) caracterizam o termo “Inteligência Competitiva” como um processo sistemático e ético, ininterruptamente avaliado, de identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a organização, viabilizando seu uso no processo decisório. Também afirmam que ela é resultado da análise de dados e informações coletados do ambiente competitivo das empresas, a partir das necessidades de informação do usuário, que irá embasar a tomada de decisão. O processo de IC gera recomendações que consideram eventos futuros e não somente relatórios para justificar decisões passadas.

Tendo em vista que se trata de um processo sistemático, é imprescindível que sejam levadas em conta todas as etapas básicas para a sua operacionalização. Apresentam-se a seguir essas etapas, utilizando como base o estudo de Canongia et al. (2001) e o de Gomes e Braga (2004):

1. *Planejamento* – consiste na concepção do processo como um todo. Elaboram-se um diagnóstico breve da empresa, identificam-se os fatores críticos de sucesso, as questões estratégicas e as necessidades de informação (o que vai ser coletado e para que). Nessa etapa também são definidos a área de monitoria, os tópicos-chave de inteligência (KITs) e as questões-chave de inteligência (KIQs). É elaborada a estratégia de análise e são definidos os produtos de IC;
2. *Coleta* – momento em que será definida a terminologia específica da área de interesse, assim como a estratégia de busca para facilitar a recuperação da informação. Então o próximo passo será identificar e mapear as fontes de informação formal e informal que responderão aos KITs e KIQs definidos no planejamento. Essas fontes são selecionadas e analisadas conforme critérios de

confiabilidade, qualidade, cobertura e abrangência, custo, acessibilidade, relevância e atualização. Nessa etapa também é feito o tratamento do conteúdo

3. *Análise* – é nesta etapa que será concebido o produto de inteligência. O analista vai transformar as informações coletadas em conhecimento a partir das suas experiências, interpretações, *insights*. Esta é a etapa chave do processo de IC, pois nesse momento será agregado valor às informações coletadas de forma que se possam oferecer inovações, tendências, ameaças, oportunidades, novos caminhos e principalmente oferecer alternativas para a tomada de decisão.

4. *Disseminação* – consiste na entrega dos produtos de inteligência para o usuário final. É importante que a informação certa, na hora certa esteja nas mãos dos decisores e seja vista como diferencial para o sucesso da organização e do processo de IC. A forma de disseminação dos produtos de inteligência ficará a critério da equipe envolvida no processo, pode ser pessoalmente ou por meio de recursos de tecnologia da informação, como por exemplo, e-mail ou por um portal que represente uma interface entre a equipe de IC e os clientes.

5. *Avaliação dos resultados* – nesta etapa serão identificados os resultados obtidos, ou seja, qual foi o impacto do produto de inteligência para o cliente. Essa avaliação pode ser feita por meio de pesquisas pontuais sobre a satisfação do cliente com os produtos recebidos. Também é avaliado o processo de IC como um todo a partir de discussões entre a equipe do sistema de IC e os indicadores de acesso e solicitação de produtos de inteligência.

A área de IC vem crescendo a cada dia e por ter como insumo básico a informação, fica subentendido que há um espaço garantido para o bibliotecário que é considerado um dos profissionais da informação.

Pretende-se a partir deste artigo apresentar as experiências de trabalho de duas bibliotecárias e uma acadêmica do curso de

Biblioteconomia, no Núcleo de Inteligência Competitiva – NIC da empresa Knowtec Ltda., especializada na prestação desse serviço.

A seguir, há uma breve descrição do NIC e sua equipe de trabalho, seguido da atuação detalhada do bibliotecário em um sistema de IC.

2 O NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA (NIC) E A ATUAÇÃO BIBLIOTECÁRIO

A Knowtec é uma empresa que presta serviço de Inteligência Competitiva desde 2003. Por alguns anos trabalhou apenas com monitoramento de mídias aplicando alguns conceitos de IC.

Contudo, em meados de 2007, a empresa iniciou um projeto de inteligência setorial para o Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa de Santa Catarina – SEBRAE/SC, direcionado a Arranjos Produtivos Locais (APL) de vestuário, calçados, apicultura e móveis de madeira.

Para o projeto foi desenvolvido um portal chamado Sistema de Inteligência Setorial – SIS (www.sebrae-sc.com.br/sis), que é uma ferramenta oferecida pelo SEBRAE/SC aos integrantes das APLs citados anteriormente. No portal, o empresário tem à disposição informações atualizadas diariamente sobre o seu setor específico, notícias, lista de fornecedores, legislação e o mais importante, acesso aos produtos de inteligência.

Para isso foram definidas na etapa do planejamento, junto aos empresários do setor, as áreas de monitoria, os KITs e KIQs e os produtos a serem disponibilizados.

O mais recente projeto de IC da empresa, iniciado em agosto de 2008, está voltado para o setor hoteleiro e é realizado em parceria com a Associação Brasileira de Indústria Hoteleira – ABIH. O projeto visa atender às necessidades informacionais das seccionais dos estados do Ceará, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Santa Catarina.

O NIC possui uma equipe multidisciplinar, pois como afirma Valentim (2003), essa é uma característica indispensável para uma

equipe de IC. Um gerente, com formação em jornalismo e MBA em Gestão empresarial, está à frente da equipe composta por:

- Coordenador de projeto;
- Coordenador de revisão e pesquisa de notícias;
- Coordenador de análise de notícias e assessoria de imprensa;
- Coordenador de pesquisa de informações;
- Coordenador de tecnologia de informação e comunicação (TICs);
- Pesquisadores;
- Analista de notícias;
- Assessores de imprensa;
- Analistas setoriais;
- Analistas de sistemas.

A formação acadêmica desses profissionais é diversificada. Há jornalistas, administradores de empresas, analistas de sistema, bibliotecários, com especializações nas mais diversas áreas. Convém destacar que os analistas setoriais, profissionais que estão intimamente ligados à etapa de análise de IC, têm formação específica na área de atuação dos clientes, o que é muito importante para o sucesso do processo.

A seguir, pretende-se apresentar especificamente a atuação das bibliotecárias no processo de IC. Atualmente, a Knowtec conta com três profissionais dessa área em sua equipe. Uma delas responde pela coordenação de pesquisas de informações e as outras duas atuam como pesquisadoras.

Menezes (2005, p. 124) afirma que a partir de 1999 o assunto IC começou a ser mais divulgado e com isso deu-se destaque a importância do bibliotecário no processo. Diz que o próprio profissional da informação passou a pesquisar e divulgar sobre a influência deste agente inteligente, catalisador e, principalmente, mediador no processo de integração da inteligência competitiva com o tomador de decisão.

Nesse contexto cabe destacar também a opinião de Valentim (2003) a respeito do assunto:

Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.14, n.1, p.119-131, jan./jun., 2009.

O profissional da informação é fundamental para o êxito do processo de inteligência competitiva em organizações. Esse profissional desenvolve um trabalho voltado ao trinômio dados, informação e conhecimento, visando apoiar as atividades desenvolvidas pela organização, gerando desse modo, apoio e suporte as diversas atividades desenvolvidas pelos indivíduos que nela atuam.

Levando em conta as etapas do processo de IC apontadas anteriormente, pode-se dizer que o bibliotecário participa de três etapas correlatas: *planejamento*, *coleta* e *disseminação*. Na primeira, ele dispõe de habilidades para identificar as necessidades de informação dos usuários. Na segunda, gerencia informações e, finalmente, na última etapa encaminha informação correta e relevante para os respectivos usuários. Importante destacar que, durante a vida acadêmica, no curso de biblioteconomia, disciplinas como Planejamento estratégico, Usuários da informação, Recuperação da informação, Fontes de informação e Serviço de referência e informação possibilitam o embasamento teórico para a posterior atuação do profissional. Na seqüência, há descrição de todas das atividades desenvolvidas pelo bibliotecário no NIC.

2.1 Pesquisa

A atividade de pesquisa começa com a solicitação de informação, que pode partir do usuário ligado a um dos projetos de IC ou de um analista que percebe a necessidade de informar os clientes sobre uma tendência, alertá-lo sobre uma ameaça ou uma oportunidade. Para este relato, optou-se por apresentar a experiência de trabalho da equipe de pesquisa no Projeto SIS – SEBRAE/SC citado anteriormente.

Na etapa de *planejamento* desse projeto a equipe de pesquisa participou ativamente na definição de metodologias, identificação das necessidades de informação e definição dos KITS e KIQs junto

aos empresários. Para a *coleta* de informações, o bibliotecário também esteve presente no momento da seleção, avaliação, organização e mapeamento das fontes de informação.

Pode-se então descrever como acontece a solicitação de pesquisa. O usuário cadastrado no portal SIS envia uma solicitação de pesquisa pelo portal. Esta chega diretamente para a coordenadora de pesquisa, que irá esclarecer especificamente a necessidade de informação juntamente com o analista setorial. Então, é feito o enquadramento da solicitação dentro dos KITS e KIQs.

Posteriormente, a coordenadora encaminha o pedido para o pesquisador, que utilizará uma ferramenta chamada *Árvore Hiperbólica*¹, onde estão mapeadas as fontes de informação, os KITS, os KIQs e os produtos de inteligência relacionados a cada área. No Projeto SIS – SEBRAE/SC cada um dos quatro setores monitorados (vestuário, calçados femininos, apicultura, móveis de madeira) possui sua *árvore hiperbólica*.

Cabe ao pesquisador selecionar as fontes mais adequadas para auxiliarem na resposta à solicitação de pesquisa, ele coletará e organizará as informações mais importantes em um documento para encaminhar ao analista setorial. Enquanto o produto de inteligência não é concluído, é mantida a interação, relacionada à pesquisa em questão, entre o pesquisador e o analista setorial até que toda a informação necessária seja coletada, organizada e transformada em conhecimento. Este trabalho exige muita atenção, curiosidade, persistência, observação, leitura e o conhecimento de técnicas para a recuperação da informação.

¹ A *Árvore Hiperbólica* é criada a partir do *software Treebolic* que relaciona tópicos, fontes e perguntas, fornecendo um mapa visual e atendendo às demandas dos analistas de Inteligência Competitiva. É baseada na estrutura de uma árvore, raiz, tronco, galhos e folhas, para representar a hierarquia das informações, isto é, assuntos, tópicos, perguntas e fontes. Cada fonte é representada por uma folha, porém ao invés de repetir folhas iguais o programa cria conexões entre uma folha e vários galhos, ou entre uma fonte e várias perguntas (KIQ).

A atualização do portal SIS também está sob responsabilidade da coordenadora de pesquisa e sua equipe de pesquisadores. Eles disponibilizam diariamente notícias, fornecedores, artigos e agenda. Essas informações também são obtidas a partir das fontes disponíveis na árvore hiperbólica. Quando se toma conhecimento de uma nova fonte, faz-se uma avaliação de relevância, confiabilidade e custo antes de inseri-la na árvore. É também a coordenadora de pesquisa quem gerencia os cadastros, sugestões e outros contatos dos usuários.

Outras duas etapas do processo de IC que estão sob a responsabilidade da coordenadora de pesquisa são a *disseminação* e a *avaliação*. Quando um empresário solicita um relatório, ele tem exclusividade sobre aquela informação durante um mês. O envio do produto é feito por e-mail em até 15 dias após a solicitação, acompanhado de um formulário de avaliação. Cada empresário pode solicitar dois relatórios por mês e só poderá fazer novas solicitações após avaliar os anteriores.

Além dos relatórios por demanda, semanalmente os analistas setoriais produzem um produto de inteligência para cada setor e que são inseridos no portal. Antes de oferecer os produtos, a equipe de editores (jornalistas) faz a revisão do texto para que se use uma linguagem familiar aos empresários, menos acadêmica. Após a revisão, a coordenadora de pesquisa formata o documento e o publica no portal. No mesmo instante, são enviados e-mails aos interessados naquele produto. É uma forma de disseminação seletiva da informação.

A atividade de pesquisa é muito dinâmica, a interação e o compartilhamento de informações e conhecimentos entre a equipe são de suma importância.

Reafirma-se que a participação do bibliotecário nessa etapa do processo de IC é indispensável, pois como afirma Marchiori (1996, p.3):

“[...] o profissional da informação deve ser mais que um filtro, deve ser um avaliador consciente de fontes de informação: um analista competente no processo de

obtenção da informação; um mergulhador e surfista ou mesmo um agente de turismo nas rodovias da informação".

O bibliotecário é percebido como um mediador, aquele que proporciona o acesso à informação certa, na hora certa, aquela informação que auxiliará na tomada de decisão, que poderá ser o diferencial de competitividade da organização.

2.2 Monitoramento de mídias

O Monitoramento de Mídias (MM) é constituído de três etapas: revisão, análise de notícias e disseminação, não necessariamente nessa ordem. Ele é um produto altamente customizado, onde os clientes definem critérios em todas as etapas. Aqui, o bibliotecário pode agir em todas as etapas.

A etapa de revisão consiste em ler notícias diariamente, de mídias eletrônicas, como periódicos, *blogs* e portais, e avaliar se a notícia é pertinente ou não para seus clientes. Essas mídias são definidas mediante acordo da coordenação responsável com o cliente, visando rastrear somente as fontes que contenham notícias confiáveis e relevantes.

Através de um *software*, AutoSI, desenvolvido pela própria Knowtec, que recebe e armazena as notícias dos periódicos eletrônicos, os revisores têm a sua disposição notícias de forma estruturada. De acordo com as necessidades do cliente, os revisores selecionam as notícias para serem enviadas, sendo que as mesmas ainda podem ser categorizadas por assunto, se assim for estipulado.

Seguindo essa etapa, pode-se ter a etapa de disseminação ou a etapa de análise, dependendo do cliente. Nos casos em que se vai direto para a disseminação, logo após a etapa de revisão é gerado um *clipping* eletrônico, com as notícias selecionadas, que é enviado diretamente para os endereços de *e-mail* da lista de contatos.

Após a etapa de revisão, em alguns casos tem-se a etapa de análise que acontece da seguinte forma: somente as notícias que foram revisadas e selecionadas para determinado cliente são disponibilizadas, através do AutoSI, para os analistas.

A atividade do analista consiste, basicamente, na avaliação do grau de exposição do cliente na mídia. A partir de uma escala de valores que varia de -3 (pior visibilidade) a +3 (melhor visibilidade), o analista atribui ao texto uma nota, conforme a percepção do autor sobre o fato. Mas, para que se obtenha o peso final sobre determinado texto, o AutoSI mantém uma fórmula matemática com outras variáveis além da nota, quais sejam: peso da editoria, número de caracteres, peso do veículo e peso da coluna. Embora se trate de uma ação subjetiva, o processo exige também do analista conhecimento da conjuntura política e econômica.

A partir das notícias analisadas, monta-se um relatório, cuja periodicidade varia conforme interesse do cliente. No relatório constam gráficos gerados a partir das notas das notícias analisadas (explicação do parágrafo anterior) e um texto de análise da situação do cliente perante os chamados “Fatores críticos de sucesso”. Estes fatores medem o grau de exposição do cliente na mídia. Na etapa final, ocorre a disseminação dos relatórios.

Os produtos de MM podem fazer parte de duas ou mais etapas e o processo de disseminação pode acontecer para o mesmo cliente ao final das de revisão e de análise. Assim o cliente pode receber um *clipping* diariamente, por exemplo, e o relatório de análise, no período acordado.

No NIC, as bibliotecárias participam de todas as etapas do Monitoramento de Mídias, que atualmente atende a seis clientes, das mais diferentes áreas, de economia à política. Entre os clientes estão partidos políticos, universidades, empresas de comércio exterior e de produção de etanol.

Por conseguinte, fica claro que o trabalho desempenhado por essas profissionais na empresa é de suma importância, uma vez que precisam estar atentas à diversidade de informações que podem

interessar aos clientes. Informações oriundas das mais variadas fontes e que podem ser estratégicas para o ambiente corporativo.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A área de IC vem se firmando no mercado como um serviço de apoio ao processo decisório nas organizações. Felizmente, estas têm reconhecido a importância da informação trabalhada para toda e qualquer atividade estratégica de mercado.

No caso específico da atuação do bibliotecário, fica comprovado que este reúne todas as habilidades necessárias para trabalhar nessa área. Isso decorre da multidisciplinaridade do curso de Biblioteconomia e do próprio perfil do profissional que se dedica a essa área de atuação.

Em geral, os cursos de graduação oferecem disciplinas que proporcionam uma visão abrangente das diversas áreas do conhecimento. O profissional é preparado para ter uma visão do todo mesmo sem precisar especializar-se em determinada área.

No NIC pôde-se observar que o bibliotecário atua como mediador da informação e, com isso, desempenha papel fundamental para a equipe. Ele conhece as técnicas de coleta, organização, tratamento e disseminação da informação. Esse é um diferencial em relação aos outros profissionais, já que a informação é matéria-prima para a elaboração do produto de IC.

Algumas características como a busca por educação continuada, visão holística e pró-atividade são essenciais para o profissional de IC. Todavia, além do esforço pessoal, também é importante o investimento por parte das universidades que buscam a excelência dos seus acadêmicos.

REFERÊNCIAS

CANONGIA, Cláudia et al. Convergência da Inteligência competitiva com construção de visão de futuro: proposta metodológica de sistema de informação estratégica (SIE).

Data Grama Zero, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, jun. 2001. Disponível em: http://www.dgz.org.br/jun01?Art_04.htm . Acesso em: 10 jul. 2008.

CANTO, Fábio Lorensi do. **Atuação do profissional bibliotecário em sistemas de inteligência competitiva**. Florianópolis, 2005. 59 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Bacharelado em Biblioteconomia – Hab. Gestão da Informação. Disponível em:

<http://www.pergamum.udesc.br/dados-bu/000000/000000000000/0000009C.pdf> Acesso em: 25 ago. 2008.

GOMES, Elisabeth; BRAGA, Fabiane. **Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo**. 2. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

MENEZES, Eстера Muszkat. Inteligência competitiva: uma revisão de literatura. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 103-130, 2005. Disponível em: <http://server01.bc.unicamp.br/seer/ojs/include/getdoc.php?id=176&article=49&mode=pdf> Acesso em: 09 set. 2008.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Competências essenciais para atuar no processo de inteligência competitiva. **Infohome: organizações do conhecimento**, nov. 2003. Disponível em: http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=78 Acesso em: 10 jun. 2008.

_____. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **Data Grama Zero**, Rio de Janeiro, v.3., n.4, p.1-13, ago. 2002. Disponível em: http://www.dgz.org.br/ago02/F_I_art.htm Acesso em: 25 ago. 2008.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. **Data Grama Zero**, Rio de Janeiro, v.4, n.3, jun. 2003. Disponível em: http://www.dgz.org.br/jun03/F_I_art.htm . Acesso em: 02 set. 2008.

LIBRARIAN'S WORK AS A PROFESSIONAL OF COMPETITIVE INTELLIGENCE: CASE KNOWTEC

***Abstract** This paper presents the librarian's report of experience at the Competitive Intelligence center of the Knowtec organization in Florianópolis (SC). It addresses the concept of competitive intelligence (CI), describes the stages of CI and points the agents involved. The paper also highlights the librarian work in the CI process from the activities description of research coordination, monitoring of media and searching for information. It's possible to presume that where there is the necessity of gathering, organizing, processing and disseminating information, also there is the necessity of a librarian's work. Therefore, it's clear that it's important to value the training of professionals because librarians need to be able to work in different areas, since the information is present in all organizations and the systems of competitive intelligence, in particular, increasingly demand professionals with many personal and professional skills.*

***Keywords:** Librarian; Competitive intelligence; Monitoring of media.*

Maria Carolina Pinto

Acadêmica da 6ª fase do curso de Biblioteconomia – Hab. Gestão da Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.
Pesquisadora do Núcleo de Inteligência Competitiva da empresa Knowtec

Contato: mcarolina@knowtec.com

Paula Carina de Araújo

CRB 14/1107

Bacharel em Biblioteconomia – Hab. Gestão da Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

Pesquisadora do Núcleo de Inteligência Competitiva da empresa Knowtec

Contato: paula.carina.a@gmail.com

Artigo:

Recebido em: 15/09/2008

Aceito em: 10/02/2009