

A PRÁTICA DE AÇÃO CULTURAL EM BIBLIOTECAS

Anelise Jesus Silva da Rosa

Resumo: Este artigo aborda o processo das práticas culturais nas bibliotecas e unidades de informação, em diferentes situações, como no desenvolvimento humano e da sociedade. Analisa a estrutura e a dinâmica das práticas culturais em bibliotecas, e sua inserção no novo contexto informacional da web. Enfatiza o papel do bibliotecário e a unidade de informação no processo cultural, mostrando os requisitos necessários e as ferramentas que o profissional da informação pode utilizar no processo da ação cultural em unidades de informação.

Palavras-Chave: Ação Cultural; Políticas Culturais; Biblioteca; Bibliotecário; Agente Cultural.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo desse trabalho será discutir o papel do profissional da informação no âmbito das práticas culturais. No primeiro momento será abordado o perfil do bibliotecário como agente cultural, e sua contribuição no desenvolvimento cultural. Na segunda parte do trabalho, serão abordados alguns aspectos socioeconômicos, que o profissional da informação pode utilizar como suporte para o desenvolvimento cultural, e por fim abordaremos o desenvolvimento das práticas culturais por bibliotecários em ambiente de rede.

2 O BIBLIOTECÁRIO COMO AGENTE CULTURAL

Pouco se tem produzido hoje no meio científico sobre ação cultural, onde o agente cultural seja um profissional da informação. Contudo, contudo trata-se de uma área ligada diretamente ao campo de atuação do bibliotecário, podendo este, promover a prática cultural em bibliotecas públicas, escolares, comunitárias, centros culturais, bibliotecas

especializadas e institucionais, sendo indiscutível sua importância, tanto no sentido de dinamizá-las, divulgá-las, preservá-las, como de incentivar o processo de produção cultural e o desenvolvimento educacional.

A importância da prática da ação cultural nas unidades de informação, explica-se pela contribuição educativa que a mesma produz e seu caráter transformador na realidade social, onde os indivíduos tornam-se sujeitos da cultura e criação de novos conhecimentos.

Hoje, vivemos um contexto informacional, que demanda mudanças no ramo da comunicação, seja no ambiente da internet, onde a colaboração e o compartilhamento gradativamente estão sendo valorizados, ou mesmo nos ambientes físicos das unidades de informação.

Assim, a biblioteca apresenta um novo papel na sociedade, inclusive educacional, não podendo ficar mais isolada e estática, e sim, trabalhar no desenvolvimento de ambientes que promovam a capacidade do usuário no acesso a informação e produção de novos conhecimentos.

A ação cultural não se limita somente a disponibilização dos bens culturais, deve possibilitar também a participação e a criação de novos bens culturais e conhecimentos. O bibliotecário deve proporcionar um ambiente para que o usuário participe, no sentido de opinar, formular e criar.

Hoje a internet pode ser vista como um meio facilitador para os profissionais da informação, através dos mecanismos gratuitos, que facilitam a interação entre o agente cultural e o usuário final, além da possibilidade de compartilhamento, interação e criação.

Podemos citar, por exemplo, a criação de blogs, fóruns e grupos de discussão, que possuem as características que envolvem a prática da ação cultural.

São ferramentas que o profissional da informação pode criar e gerir, e proporcionam ambientes capazes de motivar a criação de novos conhecimentos culturais, através da interação e compartilhamento entre os usuários.

Os profissionais da informação possuem capacidade de produzir essas práticas sejam nas instituições privadas ou públicas, mas apesar disso, acabam optando por atividades costumeiras, ou mais cômodas, como colocado por Cabral (1999), e terminam como animadores culturais.

Sendo assim, a finalidade da ação cultural é desenvolver o processo de criação, favorecendo meios para que os indivíduos sejam criadores e façam suas próprias escolhas, ou seja, tenham autonomia no desenvolvimento de novos conhecimentos.

Outro ponto importante na prática cultural está na imparcialidade que o profissional da informação deverá ter diante todo o processo, mesmo como agente cultural se limitará somente na criação de condições, evitando interferências como idéias e sugestões, devendo agir somente como mediador no processo.

A ação cultural não pode segundo Freire (1981) sobrepor à visão dos envolvidos e invadi-los culturalmente, e sim adaptar-se a ela, resultando na inserção dos usuários na realidade de transformação.

Hoje vivemos um momento de muitas transformações, e avanços tecnológicos, no qual modificam as formas de comunicação, o modo de vida, as crenças, habilidades, artes, moral, costumes dos usuários, por isso o profissional da informação poderá atuar como mediador nessas transformações, facilitando e democratizando o acesso, criando dessa forma oportunidades.

Nesse sentido, os bibliotecários, como agentes culturais, deverão ter clareza a respeito dos vários conceitos culturais e ao público a quem se destina, sabendo diferenciá-los, para que sirvam como elemento no desenvolvimento da prática cultural.

3 AÇÃO CULTURAL E ECONOMIA

No Brasil pouco se debate sobre o papel importante da ação cultural na economia do país e a sua influência no processo de cidadania e melhor qualidade de vida, porém para os profissionais

que trabalham em unidades de informação, entendem que a informação hoje, também é considerada um bem econômico.

Segundo Amaral (1995, p. 3) “A informação deve ser estudada como fator essencial que permite o salto para a verdadeira transformação da Sociedade”, pode-se avaliar dessa forma o valor da informação hoje na sociedade.

Existem hoje políticas culturais no Brasil, pré-estabelecida, ou seja, diretrizes que o profissional da informação poderá utilizar e consultar para o desenvolvimento da ação cultural, que segundo Niskier (2004) trata-se de uma etapa importante e indispensável para o desenvolvimento da prática cultural.

Moura (2008) descreve que a idéia é que seja desenvolvida uma política que não só envolva os bibliotecários, como todos da instituição.

Além disso, Niskier (2004) salienta a necessidade de o profissional procurar parcerias com outros profissionais, órgãos governamentais e privados. As empresas devidos a incentivos fiscais, têm participado com muita frequência no patrocínio dos produtos culturais.

Também existem outros incentivos a cultura, como a Lei Rouanet (8.313/91), a Lei do Audiovisual (8.685/83) e o incentivo fiscal criado em 2004.

O marketing cultural também mostra-se como forma de parceria entre a unidade de informação e empresas, apesar disso pouco tem sido explorado pelo profissional da informação na obtenção de recursos.

Além de fonte de recursos, alguns autores como Amaro (2000), explicam que as utilizações de técnicas de marketing cultural melhoram a imagem da biblioteca, agregando qualidade nos serviços prestados e valorizando a imagem do profissional da informação.

Apesar de o marketing cultural estar relacionado a grandes projetos, também pode ser utilizado na divulgação de projetos menores como explicado por Amaro (2000).

O fato do marketing cultural estar mais relacionado a grandes projetos, como festivais e filmes, pode servir como ressalva para realização de um projeto em uma biblioteca. No entanto, devemos atentar que projetos de pequeno porte são de grande valia para atingir um público segmentado. (AMARO, 2000, p.2)

Nesse caso, a adoção do marketing cultural para bibliotecas, é visto não como participante, mais sim como consumidor, ou seja, irá trabalhar com a lei da oferta e procura o objeto cultural torna-se, no entanto um produto cultural.

Para os bibliotecários que irão trabalhar com o desejo e a necessidade do usuário, deverão orientar o produto cultural para satisfazer essas necessidades.

Outro ponto abordado por Amaral (1996) fala que o profissional ao adotar o marketing cultural, deve saber os conceitos mercadológicos envolvidos a adaptá-los a unidade de informação.

[...] para a adoção do *marketing* evidenciam a constante necessidade de inculcar o verdadeiro profissionalismo naqueles que trabalham em unidades de informação, reconhecendo a importância da informação como insumo básico das atividades desenvolvidas, sem descuidar da prioridade que deve ser dada ao usuário como consumidor dos produtos e serviços oferecidos por essas organizações”. (AMARAL, 1996, p.4)

Todos os pontos citados deverão ser levados em consideração pelo profissional da informação na escolha da fonte de geração de recursos, para o desenvolvimento da prática cultural.

3 NOVAS TECNOLOGIAS E DESENVOLVIMENTO CULTURAL

Com o advento de novos aparatos tecnológicos, cada vez presentes na sociedade, permitindo a internacionalização e a

globalização da informação, encurtando distâncias ao acesso as informações, favoreceram a ocorrência de novos hábitos e padrões culturais.

[...] É indiscutível que as novas mídias tiveram conseqüências na direção da sociedade, ao modificar hábitos e padrões culturais, e influenciar a maneira como vemos a nós mesmos e o mundo que nos cerca... as mídias servirão para fortalecer laços comunitários e nossas tradições, ou irão eliminar a coesão social? Os maiores riscos se referem ao isolamento de indivíduos e grupos fragmentados que, incapazes de se relacionarem, perdem suas referências culturais e ficam anestesiados diante da realidade, sem se preocuparem em compreendê-la para agir sobre ela. (CABRAL, 1999, p.44)

Sousa e Takase (2005, p.85) complementam da seguinte forma,

O advento de novas tecnologias de comunicação e informação criou redes de informação que encurtam o tempo e as distâncias, permitindo a internacionalização e a globalização da economia da informação... a biblioteca neste contexto é um importante centro de armazenagem e acesso a informação.

Dessa forma, vemos que o novo contexto da Internet pode ser utilizado como ferramenta pelo bibliotecário na prática cultural. Esses ambientes de personalização e colaboração, criado e mantido por comunidades de indivíduos compartilhando interesses comuns, será um campo a ser explorado pelo profissional da informação, tanto no tratamento e organização da informação, como projetando novas interfaces de navegação com caráter dinâmico e colaborativo, tornando-a um veículo de expressão e valores culturais.

Manovich (2001 *apud* RIBEIRO, 2007) defende que a organização dos dados digitais das interfaces interativas dos computadores, retrata formas culturais predominantes na sociedade,

Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.14, n.2, 372-381, jul./dez., 2009.

ou seja, as interfaces mostram modelos de mundo no qual elas estão inseridas, tal como a palavra impressa e o cinema o fizeram (e fazem) na história humana.

O profissional da informação deverá atuar nesse ambiente, criando espaços para que novos conhecimentos sejam agregados, e produzir meios para a preservação desse conhecimento para que seja possível a recuperação em longo prazo, pois refletem o desenvolvimento social e cultural da sociedade.

Ainda Ribeiro (2007) afirma que todo objeto cultural é avaliado na sua originalidade por ser único e diferente do resto. As interfaces culturais tentam, portanto, acomodar tanto a demanda por consistência, quanto por originalidade. E é justamente esse o critério de equilíbrio que também deve ser utilizado para se pensar em novos modelos de arquitetura de informação para as Unidades de Informação, valorizando as práticas culturais.

Criar representações e mapeamentos da informação, agregando tanto o individual quanto o social, como exemplo, as redes sociais *Delicious*, *Flickr*, a criação de *Wikis* como a *Wikipédia* e os *Blogs*, nos quais apresentam-se como ferramentas potenciais das práticas culturais, por proporcionarem ambientes capazes de gerarem novos conhecimentos.

Essas novas tecnologias estão sendo adotadas por bibliotecários em varias bibliotecas, centros culturais e museus, como por exemplo, a *Library of Congress*, disponibilizando seu catálogo de fotografias históricas para que os usuários façam comentários, incluam *TAG*¹ e compartilhem informações, ou a criação do *BLOG* que promovem leitura, como o caso da Biblioteca de *Colmenarejo de la Universidad Carlos III de Madrid*, e o *Blog* da Biblioteca do *ISCA da Universidade de Aveiro*, por isso a necessidade do domínio dessas tecnologias pelo profissional da informação, para alavancar o processo de produção e criação cultural.

¹ Tag (metadata) - palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação. (Wikipedia)

4 CONCLUSÃO

Conforme discutido, a ação cultural não se limita a disponibilização de informação, só isso não é suficiente para que ocorra a prática cultural, o profissional da informação deve trabalhar a informação com o objetivo de gerar novos conhecimentos, criar oportunidades e apresentar caminhos para que os envolvidos reflitam e sejam capazes de criar conclusões gerando novos conhecimentos.

Vemos que para isso é necessário a visão crítica por parte do profissional da informação, para que o mesmo possa oferecer possibilidades individuais de criação e difusão da informação, expandir as possibilidades individuais e ao mesmo tempo não interferir nesse processo, e sim trabalhar como mediador da informação.

Outro ponto abordado, de grande importância, é a necessidade de o profissional criar parcerias, ter uma Política Cultural bem definida, pois vemos que a prática cultural, tem caráter transformador na sociedade, tanto no desenvolvimento econômico como nos aspectos sociais.

Novas tecnologias também podem ser utilizadas pelo profissional da informação nas práticas culturais, combinando representações, mapeamentos e interfaces que promovam a interatividade e o processo de criação do indivíduo.

Conclui-se que além do papel importante do profissional da informação na promoção e desenvolvimento da cultura, o mesmo tem como desafio construir meios de preservação, conservação e divulgação desses novos conhecimentos, ou Patrimônio Cultural, seja ele tangível ou intangível, para que possam servir de referência e possibilitem novas criações.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Sueli Angélica. Marketing e desafio profissional em unidades de informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n. 3, 1996.

Disponível

em:<<http://www.ibict.br/cienciadainformacao/include/getdoc.php?id=831&article=493&mode=pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2008.

AMARAL, Sueli Angélica. Serviços bibliotecários e desenvolvimento social: um desafio profissional. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 24, n. 2, 1995. Disponível em:

<<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/556/505>>. Acesso em: 01 Jun. 2008

AMARO, Vagner R. Marketing cultural em bibliotecas. *Revista Informativa on-line*- Universidade Estácio de Sá: Rio de Janeiro, 2000.

Disponível em: < <http://biblioteca.estacio.br/artigos/010.htm> > Acesso em: 01 Jun. 2008.

CABRAL, Ana Maria Rezende. Ação cultural: possibilidades de atuação do bibliotecário. In: VIANNA, Márcia Milton; CAMPELLO, Bernadete; MOURA, Victor Hugo Vieira. *Biblioteca escolar: espaço de ação pedagógica*. Belo Horizonte: EB/UFMG, 1999. p. 39-45. Seminário promovido pela Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais e Associação dos Bibliotecários de Minas Gerais, 1998, Belo Horizonte

FREIRE, Paulo. *Ação Cultural para a liberdade: e outros escritos*. 5 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. Coleção O Mundo Hoje, 10. p.11-20

MOURA, Victor Hugo Vieira. *Biblioteca escolar: espaço de ação pedagógica*. Escola de Ciência da Informação da UFMG: UFMG, 2008.

Disponível em: <<http://www.eci.ufmg.br/gebe/downloads/127.pdf>>
Acesso em: 01 Jun. 2008.

NISKIER, Arnaldo. Cultura e economia. R. *Cultura*: R. IMAE, São Paulo, a.5, n. 11, p. 41-47, jan./jun. 2004.

RIBEIRO, Daniel M. *Personalização e colaboração na web 2.0: novos caminhos para a Arquitetura da informação*, 2007. Disponível em: <http://danielmelo.net/wp-content/uploads/2007/10/artigo_ebai07.pdf> Acesso em: 01 maio 2008.

SOUSA, Paulo de Tarso Costa de; TAKASE, Sonia. Armazenagem, transmissão e recuperação de informação na sociedade. In: MIRANDA, Antonio. *Formação e Tecnologia: conceitos e recortes*. Universidade de Brasília: Brasília, 2005. Série Comunicação da Informação Digital, v.1.

THE PRACTICE OF CULTURAL ACTION IN LIBRARIES

Abstract: *It describes the process of cultural practices in libraries in its different situations, and its importance in human development and society. It evaluates the structure and dynamics of cultural practices in libraries, and its inclusion in the context information. It emphasizes the role of professional of this area and the unity of information in the cultural process, showing the requirements and the tools that professional of information may use in the process of cultural action.*

Keywords: *Cultural Action, Cultural Policy, Library, Librarian, Cultural Agent, Web*

Anelise Jesus Silva da Rosa

Bibliotecária

CPEA - Consultoria Paulista de Estudos Ambientais

Função: Bibliotecária

R Henrique Monteiro, 90 13º andar- Pinheiros-SP- 05423-020

anelise.silva@cpeanet.com

Artigo:

Recebido em: 09/04/2009

Aceito em: 24/07/2009