

O bibliotecário como um fator estratégico de marketing e de aprimoramento da competência crítica em informação

The librarian as a strategic marketing factor and improvement of critical competence in information

Anna Cristina Brisola

Doutoranda em Ciência da Informação pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) em convênio com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bolsista CAPES.
anna.brisola@gmail.com

Mauricio Augusto Cabral Ramos Junior

Doutorando em Ciência da Informação pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) em convênio com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
macrjunio@hotmail.com

RESUMO

O advento de novas tecnologias de informação e comunicação (como a Internet) estimulou as bibliotecas a passarem de repositórios de acervos a centros de referência em informação. Uma consequência disto foi o surgimento de uma perspectiva de marketing, onde a informação deve se tornar atraente aos usuários de bibliotecas quando associada à resolução de problemas. Através de uma abordagem qualitativa de natureza básica, objetivo exploratório e mediante uma pesquisa bibliográfica centrada no pensamento crítico de Dewey e Freire, articulando-os com uma perspectiva teórica que enxerga a biblioteca como um espaço de prestação de serviços e o bibliotecário como um fator estratégico de marketing para a promoção e o aprimoramento da competência crítica em informação. O artigo defende, então, que o bibliotecário é um fator estratégico capaz de propiciar aos usuários destas bibliotecas a vivência de experiências significativas ao estabelecer uma parceria dialógica para ajudá-los a solucionar seus problemas de pesquisa científica ou cotidianos. Em suas considerações finais, o artigo sustenta que, em última análise, esta atuação favorece ao aprimoramento da competência crítica em informação, ressaltando duas perspectivas a respeito da informação. Uma perspectiva de marketing que aponta a importância de uma informação atraente, que aguça a curiosidade e, através do diálogo, ajuda a encontrar os caminhos para a solução dos problemas ou satisfação das curiosidades. E uma perspectiva crítica, que busca na consciência da visão social história da informação o fomento à competência crítica em informação.

Palavras-chave: Biblioteca. Competência crítica em informação. Informação. Diálogo. Marketing.

ABSTRACT

The advent of new information and communication technologies (such as the Internet) has encouraged libraries to move from repositories of collections to reference centers of information. A consequence of this has been the emergence of a marketing perspective, where information should become attractive to library users when associated with problem solving. Through a qualitative approach of a basic nature, exploratory objective and through a bibliographic research centered on the critical thinking of Dewey and Freire, articulating them with a theoretical perspective that sees the library as a service space and the librarian as a strategic factor. Marketing to promote and improve critical information competency. Therefore, the article argues that the librarian is a strategic factor capable of providing users of these libraries with significant experiences by establishing a dialogical partnership to help them solve their daily or scientific research problems. In its final considerations, the article argues that, in the final analysis, this action favors the improvement of the critical competence in information, emphasizing two perspectives regarding information. A marketing perspective that highlights the importance of compelling information that piques curiosity and, through dialogue, helps

to find ways to solve problems or satisfy curiosities. It is a critical perspective that seeks in the awareness of the social vision information history to foster critical competence in information.

Keywords: Library. Critical information literacy. Information. Dialogue. Marketing.

1 INTRODUÇÃO

Causa e consequência de sua própria história, convencionou-se haver uma diversidade cultural reinante no Brasil. Assim, conforme Roberto DaMatta (2004), a sociedade brasileira não pode ser compreendida de forma unilateral, dada a complexidade que se apresenta em suas diferentes dimensões, onde convivem o tradicional e o moderno, estruturados de tal forma que se relacionam e complementam em uma ambiguidade latente.

Sendo assim, a transformação do país passa pelo desenvolvimento de uma visão crítica, porém conciliadora, dos extremos constituintes de sua ambiguidade. Esta visão é a resposta ao que DaMatta (2004) acredita ser uma insistência em se interpretar o Brasil sob uma perspectiva elitista e normativa, que propõe soluções baseadas numa crítica social e política incompleta. Não há espaço, portanto, para se oferecer algo verdadeiramente transformador da realidade presente, porque não se desenvolveu o pensamento crítico de seus habitantes à altura de suas necessidades e particularidades como indivíduos e cidadãos.

A educação formal e informal são fundamentais na formação do pensamento crítico individual, como defendido por autores como Paulo Freire e John Dewey. Mesmo com a ampla e diversificada disseminação de informações no mundo atual, a escola ainda é referência em educação e conhecimento, necessitando, porém, se reinventar para continuar atrativa e tornar-se atraente para as novas gerações. As rápidas e profundas transformações que ocorrem no contexto socioeconômico a partir da chamada “sociedade da informação”¹ muitas vezes confrontam-se com o modelo tradicional de ensino, que não se transforma na mesma velocidade em que surgem novas tecnologias de informação e

1 “Sociedade da Informação” é um termo convencionalmente utilizado para designar a sociedade contemporânea na qual as informações, comunicação e conhecimento tem um protagonismo, alcance e valor maior. “Sociedade do conhecimento” é o termo escolhido por alguns acadêmicos de maneira alternativa. Para melhor compreensão, ver BURCH, Sally. Sociedade da informação / Sociedade do conhecimento. In: Desafios de Palavras: Enfoques Multiculturais sobre as Sociedades da Informação. Coordenado por Alain Ambrosi, Valérie Peugeot e Daniel Pimienta, C & F Éditions. 2005. Disponível em: <https://vecam.org/archives/article519.html>. Acesso em: set. 2019.

comunicação. Como consequência deste embate, desenvolvem-se novas relações e comportamentos infocomunicacionais-

Hoje, a difusão horizontal de informações é fruto de uma maior interação entre os indivíduos e que se reflete, por exemplo, em diversificadas redes sociais de troca de informações e experiências. Ressaltando que esta horizontalidade ainda é demasiadamente influenciada por poderes e autoridades verticais, ainda assim esta nova dinâmica exerce uma pressão adicional sobre o modelo tradicional de ensino que, segundo Dewey (1979), é geralmente apoiado em uma estrutura didática vertical, elaborada no passado para a preparação do futuro e composta por um conjunto organizado de informações e habilitações, ministradas por um corpo docente com presença de espírito suficiente para incutir a obediência ao conteúdo apresentado e à normas desejáveis de conduta.

Sendo menos conciliador e mais crítico com esta estrutura, Freire (1987, p. 33) extrapola a ideia de Dewey, chamando-a de “educação bancária”. Critica mais enfaticamente a dinâmica na qual o professor/instrutor deposita o conteúdo (valores e informações) no aluno, que o recebe como simples receptáculo, conduzido a mera memorização, distanciada de sua realidade. “A palavra, nestas dissertações, se esvazia da dimensão concreta que devia ter ou se transforma em palavra oca, em verbosidade alienada e alienante”. Uma educação que limita a crítica não desenvolvendo o pensamento crítico nem a autonomia, mas contribui para a manutenção da hegemonia².

Enquanto repositórios de informações, as bibliotecas são fundamentais neste contexto. Isto impulsiona a adotarem uma postura mais ativa, que busca compreender as necessidades informacionais de seus usuários, o que caracteriza uma perspectiva baseada no marketing como estratégia social e não de mercado. Para Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan (2012), o marketing transformou sucessivamente seu foco: de

2 Hegemonia é um conceito utilizado, entre outros autores, por Gramsci (2017), cuja definição breve consiste nos mecanismos de direcionamento das classes aliadas e domínio das classes adversárias, através do equilíbrio entre força e consenso, para o fortalecimento e manutenção do status quo, do poder econômico e político. A hegemonia atravessa desde a economia até a linguagem, perpassando cultura, política, ideologia, comportamentos, moral etc. A hegemonia é construída no embate e na negociação de ideologias precedentes, até que uma delas ou uma combinação específica delas tende a prevalecer, se impor e se difundir sobre aquela sociedade, determinando assim a unidade política, econômica, cultural, intelectual e moral, em um nível universal, hegemônico. Gramsci (2017) aponta como a hegemonia política e cultural de um grupo social sobre uma sociedade inteira. A opinião pública é estreitamente ligada à hegemonia, e a hegemonia é negociada e propagada através dos aparelhos hegemônicos e desenvolvida nos terrenos político, econômico, mas também ideológicos, jurídicos, religiosos, filosóficos, intelectual etc. Para Gramsci toda relação de hegemonia é necessariamente uma relação pedagógica.

produtos e serviços voltados para o consumo de massa, passando pela segmentação do mercado até o consumo como uma experiência significativa e transformadora, na atualidade. Portanto, a atratividade das bibliotecas está relacionada à qualidade das experiências que possam oferecer e, neste sentido, o bibliotecário pode ser considerado um fator estratégico de marketing.

Talvez uma das mais relevantes contribuições de um bibliotecário aos usuários de uma biblioteca seja estimulá-los a aplicar um processo formal de resolução de problemas (em geral, baseado em heurística), favorecendo o desenvolvimento do pensamento crítico e reflexivo que conduz ao aprimoramento da competência crítica em informação. Utiliza-se aqui este conceito para sublinhar a perspectiva crítica, baseada na Teoria Crítica (nomeada na Escola de Frankfurt) e no pensamento crítico de Freire (1967; 1987; 1996), bem como para diferenciar e complementar uma abordagem tecnicista comumente utilizada nos estudos de competência em informação.

O desenvolvimento da competência crítica em informação, de viés eminentemente emancipatório, se torna premente então em uma sociedade onde conhecimento e informação significam poder econômico e político. Portanto, diante do contexto apresentado, o objetivo deste estudo de abordagem qualitativa, natureza aplicada, objetivo exploratório e procedimento baseado em pesquisa bibliográfica, é apresentar o bibliotecário como um fator estratégico de *marketing* das bibliotecas, mediante sua participação ativa na resolução de problemas de natureza científica, filosófica ou empírica de seus usuários e o consequente desenvolvimento da competência crítica em informação, dialogicamente, nos usuários e em si mesmo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A biblioteca segundo uma perspectiva de marketing

Carlos Pereira, Geraldo Toledo e Luciano Toledo (2009) afirmam que, por seu vínculo, é tão importante definir *marketing* quanto *mercado*. Paulo Dabdab Waquil, Marcelo Miele e Glauco Schultz (2010, p.11), definem mercado como “uma construção social, um espaço de interação e troca regido por normas e regras (formais ou informais) onde são emitidos sinais (por exemplo, os preços) que influenciam as decisões dos atores envolvidos”. *Marketing*, por sua vez (AMA, 2017, tradução nossa), é “a atividade, conjunto

de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral”.

Para Kartajaya, Kotler e Setiawan (2012), em sua história o *marketing* passou por transformações significativas. Inicialmente, a partir da Revolução Industrial seu objetivo era apenas comercializar a produção com todos que quisessem comprá-la, por ser constituída de produtos básicos destinados a um mercado de massa. Em seguida, aumentada a concorrência, os indivíduos aprimoraram suas exigências enquanto consumidores, obrigando o profissional de *marketing* a ter uma visão segmentada do mercado e elaborar um produto superior, para um consumidor mais exigente devido ao maior acesso à informação e à maior variedade de oferta.

Por fim, na atualidade, há uma tendência de parte dos consumidores não desejarem mais apenas sua satisfação funcional e emocional através do consumo, mas sim ir além, ao se preocupar com a transformação do mundo em que vivemos – e de que forma as organizações produtoras se preocupam com isto. O *marketing* hoje, portanto, voltou-se também para necessidades de justiça social, econômica e ambiental, objetivando oferecer soluções para os problemas da sociedade.

Dentre as influências que impulsionam o marketing na atualidade, Kartajaya, Kotler e Setiawan (2012) destacam o advento da sociedade criativa, que se preocupa sobretudo, mas sem descuidar da necessidade de sobrevivência, em buscar a autorrealização humana através da criação colaborativa, um movimento de caráter eminentemente espiritual. Assim, os consumidores buscam produtos e serviços que ofereçam experiências cada vez mais espiritualmente significativas, uma decorrência natural do desenvolvimento do espírito colaborativo e dos paradoxos oriundos da chamada “globalização”, os quais, por sua vez, estimulam a busca de soluções para suas questões.

Portanto, as bibliotecas, ao buscarem satisfazer as necessidades informacionais da comunidade, criam uma perspectiva “mercadológica” (ou de marketing): se antes eram vistas como repositórios de acervos, agora “devem promover a leitura e responder com exatidão as necessidades da comunidade educacional” e social, e, neste sentido, “o profissional bibliotecário precisa entender seu papel neste processo, atuando em sintonia com o setor pedagógico, contribuindo, assim, para a formação de leitores” (ZIMMERMANN; DE PAULA; OHIRA, 2017, p.162).

Para Maria Barrulas e Maria Pinto (2004), as bibliotecas estabelecem uma relação de troca com seu público e, portanto, necessitam tornar a informação mais atrativa para aumentar sua “clientela” e melhorar a percepção de sua posição social. Neste sentido, Frederico Borges Machado e Emir José Suaiden (2015) recomendam que a biblioteca mude seu foco de objeto de trabalho do livro para a informação, criando indicadores para apurar o impacto do uso da informação que disponibiliza.

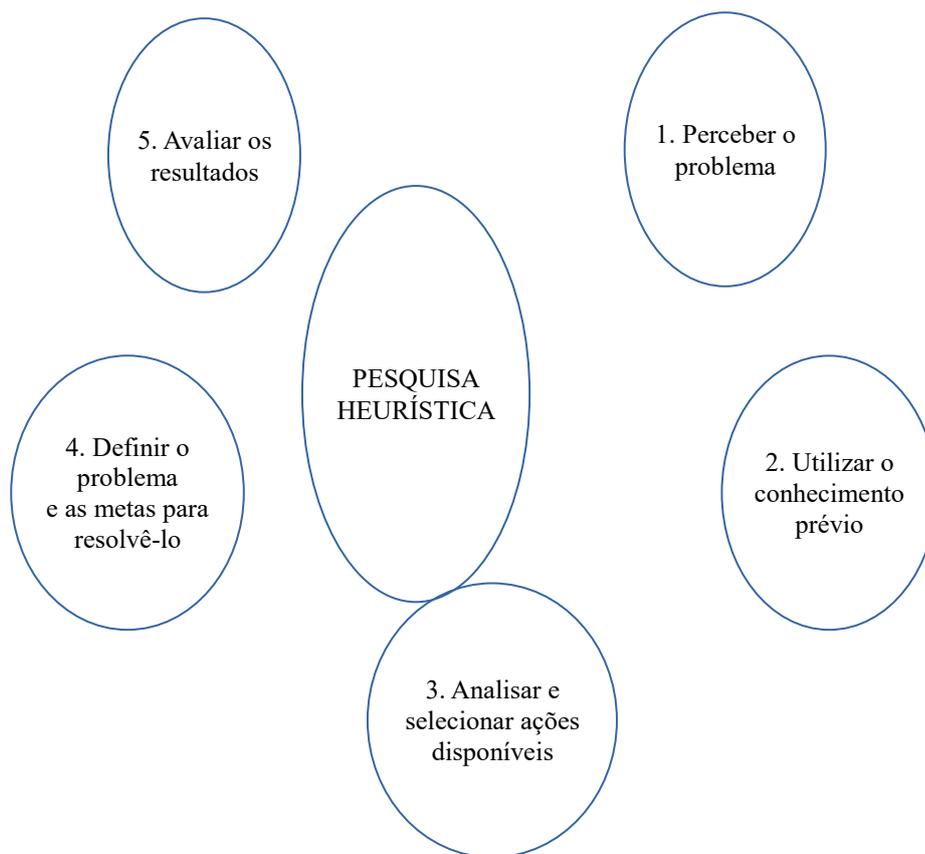
2.2 A participação do bibliotecário na resolução de problemas de pesquisa

Os homens, desafiados pela vida e pelo cotidiano, enxergam a si mesmos como problema. Acham-se limitados e incapazes de saber. Descobrem que sabem pouco de si e do mundo que os cerca, mas se instigados se inquietam por saber mais. Neste reconhecimento de seu pouco saber está uma das razões da procura. Indagando, respondem, e suas respostas os levam a novas perguntas, como aponta Freire (1987). Por outro lado, a valorização da curiosidade intelectual através de um questionamento crítico remete à não aceitação de pontos de vista impostos e absolutos sobre determinadas realidades.

O conceito de problema varia de acordo com a área de conhecimento. Na Filosofia, por exemplo, Flávio Luiz Castro Freitas e Luciano Santiago Maquine (2018) estabelecem que, dependendo de sua intencionalidade, um problema pode ser classificado como i) filosófico, quando se constitui em questões abertas, conceituais, que permitem uma ampla variedade de respostas que nunca serão definitivas e, portanto, suscitam novas possibilidades, ou ii) empírico, quando se constitui em questões fechadas, estáticas e definitivas, que dependem da observação para obterem respostas geralmente conclusivas.

Segundo Freitas e Maquine (2018, p.141), um problema filosófico oferece a oportunidade de se travar contato com os fundamentos do saber, “não de um saber estático e alienante, manipulado e conduzido pela máquina estrutural do Estado, mas de um saber que se negue a dizer que sabe”. Por outro lado, Ohlsson (2012) se refere a um problema empírico quando afirma que, seja qual for a maneira utilizada para resolver problemas, ela se baseia em um processo que, partindo de uma situação inicial definida como um problema, se utiliza da heurística combinada com cinco ações distintas executadas para resolvê-lo, conforme representado na Figura 1:

Figura 1 – Fases de um processo genérico de resolução de problemas empíricos.



Fonte: adaptado de Ohlsson (2012).

Para tornar uma biblioteca atrativa, uma estratégia de marketing pode ser definir as ações necessárias ao desenvolvimento do bibliotecário como um facilitador do processo de resolução de problemas, algo que, para George Polya (1995), é intimamente relacionado à descoberta e, conseqüentemente, ao prazer em aprender. Assim, o bibliotecário se capacitaria para auxiliar o usuário da biblioteca na busca por caminhos que lhe permitissem resolver um problema de pesquisa, valorizando a imagem sociocultural da biblioteca e favorecendo ao aprimoramento mútuo do conhecimento e da competência crítica em informação.

Discorrendo sobre o desenvolvimento do bibliotecário como um facilitador do processo de resolução de problemas, Ana Paula Meneses Alves (2015, p.46) afirma que

o bibliotecário deve privilegiar as atitudes de pesquisa e buscas criativas. Além disso, ele deve ser um facilitador, com postura flexível, coadjuvante do processo cognitivo do usuário e do uso dos recursos intelectuais de cada envolvido, mas com postura ativa (...) de um agente educacional e informacional.

Quanto mais provocados em suas curiosidades e estimulados na solução de problemas, mais os usuários da informação se sentirão estimulados e mais desafiados a resolver as questões. O bibliotecário assim colabora com o gosto pela informação e conhecimento, com o prazer de desnudar a realidade e o prazer de aprender. Esse processo, que olha e dialoga com o todo enquanto aprende/ensina, tende a tornar a compreensão resultante crescentemente crítica e competente. “Através dela, que provoca novas compreensões de novos desafios, que vão surgindo no processo da resposta, se vão reconhecendo, mais e mais, como compromisso” (FREIRE, 1987, p.40).

É no diálogo que se dá a relação do bibliotecário com o usuário para o estímulo à resolução dos problemas. Na educação dialógica, a palavra é a essência do diálogo, não apenas a palavra em si, mas seus elementos constitutivos. Segundo Freire (1987), a palavra que, no diálogo, não é práxis, não é verdadeira, não transforma o mundo, resulta da dicotomia que se estabelece entre seus elementos constituintes e sacrifica a reflexão. Esta palavra amputada de sua ação é também alienada e alienante. Se, esta palavra, despreza a reflexão e a crítica, mas é ação, impossibilita o diálogo, porque é dona de si. Contudo, quando é crítica e reflexiva, quando problematiza, quando “pronuncia o mundo” quando é ação-reflexão, transforma o homem, o ser no mundo e o mundo.

Para Freire, os temas não estão fora dos humanos, como coisa apartada deles, os temas só existem nos humanos, em sua relação com o mundo, referentes aos fatos concretos. “Do ponto de vista do investigador importa, na análise que faz no processo da investigação, detectar o ponto de partida dos homens no seu modo de visualizar a objetividade, verificando se, durante o processo, se observou ou não, alguma transformação no seu modo de perceber a realidade” (FREIRE 1987, p.56).

A investigação das temáticas se dá no domínio do humano e não no das coisas, assim não pode ser reduzida a um simples ato mecânico, memorizador ou repetitivo. Sendo processo de busca, conhecimento e de criação, demanda o descortinamento, no encadeamento dos temas, a interpretação e solução dos problemas. “Toda investigação temática de caráter conscientizador se faz pedagógica e toda autêntica educação se faz investigação do pensar” (FREIRE 1987, p.57).

Para atuar como um facilitador do processo de resolução de problemas, é necessário inicialmente que o bibliotecário estabeleça uma relação de confiança com o usuário, a partir de uma conversa informal na qual abordará os objetivos de sua profissão e o motivo da busca do usuário, estabelecendo uma simpatia e confiança mútuas para

então abordar o problema deste. Desta maneira, ele ganha espaço e subsídios para coletar questões pertinentes ao problema apresentado pelo usuário enquanto percebe suas motivações.

O papel do bibliotecário é fundamental para o fomento às buscas criativas, sendo facilitador no processo do usuário, de maneira dialógica e apoiada na Pedagogia Crítica de Freire. O bibliotecário se investe do papel de educador, mas também do facilitador para a emancipação do usuário e para o desenvolvimento de seu próprio caminho para o conhecimento e para a solução de problemas, desenvolvendo assim sua competência crítica em informação.

2.3 Competência em informação e competência crítica em informação

Uma contribuição da Ciência da Informação para o desenvolvimento da visão crítica do indivíduo se dá através do aprimoramento da competência em informação, que a *Association of College and Research Libraries* (ACRL) (2016, documento digital)³ define como “o conjunto de habilidades integradas que abrangem a descoberta reflexiva da informação, a compreensão de como a informação é produzida e valorizada, o uso da informação na criação de novos conhecimentos e a participação ética nas comunidades de aprendizagem”⁴. O mesmo documento afirma que “processo de pesquisa pode se concentrar em necessidades pessoais, profissionais ou sociais” e relaciona a importância da **elaboração das questões**, sejam simples ou complexas, **de maneira crítica**, valorizando a curiosidade intelectual⁵.

Para a ACRL (2016)⁶, a competência em informação se estrutura em torno de seis conceitos principais, destacando-se o que define a pesquisa como um processo interativo e dependente de questões formuladas incrementalmente, de forma que suas respostas permitam o estabelecimento de questões adicionais ou novas linhas de pesquisa em campos diversos. Em geral, este processo ocorre dentro de uma disciplina ou entre disciplinas que possuam algo não resolvido entre si, permitindo, através do refinamento

3 *Framework for Information Literacy for Higher Education (Framework)*, p.3. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>. Acesso em: 15 jul. 2019.

4 *Ibidem*, p.7

5 *Ibidem*, p.7

6 *Ibidem*

sucessivo de questões, que fronteiras meramente acadêmicas sejam expandidas em direção a satisfazer necessidades pessoais, profissionais ou sociais.

Para a ACLR (2016), indivíduos que buscam o aprimoramento na competência em informação mantêm sua mente aberta e numa postura crítica, valorizando a humildade e curiosidade intelectuais que os permitem elaborar questões e aprender novos métodos de investigação segundo suas próprias limitações, além da busca pela ajuda apropriada sempre que necessário for para superá-las. Assim, acredita-se que a necessidade de seu aprimoramento parte, entre outros motivos, de questionamentos em relação à estrutura geral comumente apresentada pelo sistema educacional. Para Freire (1967), é necessário um processo educacional que propicie à sociedade pensar e discutir sobre seu próprio poder de reflexão. Uma educação que tenha instrumentalidade, desenvolvendo esse poder de reflexão, explicitando suas potencialidades, desencadeando a capacidade de opção.

Contudo, o texto da ACLR e muitos outros que tratam de competência em informação, não desenvolvem o conceito de crítica, apesar da inclusão do termo na versão 2016. A crítica comumente é uma palavra que aparece sem grandes articulações, definições ou aplicações. Assim é importante enxergar a competência crítica em informação como uma soma à competência em informação que agrega a crítica como parte ativa, fundamental e enriquecedora da competência em informação. Como camadas que andam juntas a primeira colabora com a segunda e agrega um valor social e de consciência crítica sobre a informação, promovendo o aprendizado ao longo da vida e a práxis – conhecimento e ação, sob a luz dos estudos críticos e da pedagogia crítica.

Segundo Dewey (1979), a escola tradicional adotou um esquema de aprendizado por imposição, de cima para baixo e de fora para dentro, onde aprender se resume a adquirir o conhecimento presente no material didático e na mente dos professores, ou seja, um produto acabado, do qual se desconhece as condições em que foi elaborado e que conseqüências sofrerá num futuro que se transforma continuamente. Trata-se, portanto, de um esquema onde a regra é a estabilidade, sua exceção a mudança, o futuro repete o passado e a experiência como meio de aprendizado não é valorizada.

Ressalta Dewey (1979), porém, que não se trata de qualquer experiência: é preciso que esta seja significativa, de valor educativo, porque assim obedecerá a um princípio de continuidade, qual seja a capacidade de transformar (emocional e intelectualmente, incluindo nossa sensibilidade e modos de receber e reagir a todas as condições com que nos defrontamos na vida) o indivíduo que a desfrutar de tal forma que afetará a qualidade

das experiências subsequentes a serem vivenciadas e as condições objetivas onde se darão. Assim, cita o despertar da curiosidade, o fortalecimento da iniciativa e o estímulo a desejos e propósitos suficientemente intensos para se conduzir ao futuro como características de uma experiência significativa.

Para Freire (1967), é necessário um processo educacional que propicie à sociedade pensar e discutir sobre seu próprio poder de reflexão. Uma educação que tenha instrumentalidade, desenvolvendo esse poder de reflexão, explicitando suas potencialidades, desencadeando a capacidade de opção. Para Anna Brisola (2016), aí está o cerne da questão da competência crítica em informação, que desperta o interesse pelo conhecimento e dá ao indivíduo o poder de escolha ante as informações e o uso delas. Não com uma visão adestradora ou superior, mas com a preocupação de desenvolver o usuário, ainda que este escolha um caminho oposto ao que se esperava, porém consciente de sua escolha.

Décadas se passaram desde a descrição do sistema educacional tradicional feita por Dewey e Freire, e sua atualidade se comprova ao analisar o documento “Como elaborar o plano de desenvolvimento da escola: aumentando o desempenho da escola por meio do planejamento eficaz” (Ministério da Educação, 2006), um instrumento de planejamento baseado na eficiência, eficácia e qualidade do ensino escolar brasileiro. Embora seu objetivo não seja oferecer propostas pedagógicas, o documento define que a qualidade destas está diretamente associada à satisfação das necessidades e expectativas dos beneficiários do sistema educacional, contudo visando uma aplicação para o mercado e não, necessariamente, um desvelar da realidade, aprendizado ao longo da vida e emancipação dos indivíduos.

Considerando o bibliotecário como parte do sistema educacional e como fator estratégico de marketing para a valorização da relação usuário e biblioteca e promotor da competência crítica em informação, investe-se nesse profissional como alguém que pode contribuir para a quebra da lógica da educação bancária. Estimulando o constante processo de construção do conhecimento e do aprendizado, na práxis, o bibliotecário contribui efetivamente com o estímulo ao aprimoramento da competência crítica em informação. Nesta concepção, o homem e o mundo, interdependentes e relacionados, estão em constante desvelar e mudança, não são estáticos e não há determinismo, existem apenas problemas e desafios, por vezes limitantes, a serem resolvidos, transpostos e/ou superados. Neste sentido, por ser um centro de referência em informação, as bibliotecas

podem ser utilizadas como instrumentos para o aprimoramento da competência em informação.

Embora quando uma determinada informação adquirida não esteja diretamente atrelada a uma busca por soluções quaisquer, esta pode favorecer ao aprimoramento do conhecimento. Assim, desenvolver a competência em informação – aqui entendida como “um processo que integra as ações de localizar, selecionar, acessar, organizar, usar informação e gerar conhecimento, visando à **tomada de decisão e à resolução de problemas**” (GASQUE, 2010, p.83, grifo nosso) –, e a competência crítica em informação – que deve necessariamente enfatizar o pensamento crítico, buscando compreender forças sociais, culturais, econômicas etc, que perpassam ou influenciam esta informação – aprimorando também, a capacidade de resolução de problemas e de reconhecimento de si e do mundo.

É a crítica que possibilita a práxis conjunta à consciência. “Por isso também, é que o mero reconhecimento de uma realidade que não leve a esta inserção crítica (ação já) não conduz a nenhuma transformação da realidade objetiva, precisamente porque não é reconhecimento verdadeiro” (FREIRE, 1987, p.21). A inserção crítica só existe na dialética estabelecida entre a objetividade e subjetividade.

Da mesma forma o acesso à informação ou a consciência da informação sem o pensamento crítico, não é, de fato, informação, não se torna conhecimento nem promove a competência crítica em informação. Para que o sujeito desenvolva seu conhecimento e competência crítica em informação, com potência de absorção, gosto e criticidade, é preciso que trave com a informação uma relação dialógica, que consiga associar a informação às suas vivências e conhecimentos anteriores, seja para confrontá-los, completá-los ou confirmá-los. O usuário precisa se sentir sujeito de sua descoberta.

Essa consciência acontece através de uma metodologia conscientizadora, que além de possibilitar a apreensão, começa a inserir ou insere no indivíduo uma forma crítica de pensar o mundo, a si mesmo, o saber e o conhecimento. A curiosidade é despertada na medida que há uma relação entre o problema a ser resolvido e o sujeito, dele com o mundo, com a realidade. A solução do problema é o seu atuar sobre a realidade. “Quanto mais assumam os homens uma postura ativa na investigação de sua temática, tanto mais aprofundam a sua tomada de consciência em torno da realidade e, explicitando sua temática significativa, se apropriam dela” (FREIRE 1987, p.56).

Segundo Freire, o que gera uma situação que estimula o pensamento crítico é, em uma situação dialógica, propor, “através de certas contradições básicas, sua situação existencial, concreta, presente, como problema que, por sua vez, o desafia e, assim, lhe exige resposta, não só no nível intelectual, mas no nível da ação” (FREIRE, 1987, p. 49). Por outro lado, a linguagem utilizada para a promoção do pensamento crítico e da competência crítica em informação precisa estar em sintonia com a situação concreta do sujeito com quem fala, não deve reproduzir o discurso alienado ou alienante, busca nesse sujeito a curiosidade e o diálogo gerador.

Assim, a questão da resolução de problemas é um fator primordial para despertar o interesse no usuário da biblioteca. O indivíduo, suportado pelo bibliotecário com informação bem direcionada e que instigue sua curiosidade, aprimora sua competência crítica em informação, reunindo tanto as competências técnicas, inicialmente previstas pelos bibliotecários, quanto uma perspectiva crítica em relação à informação, ao conhecimento e ao seu próprio tempo, na medida em que essa interação permite uma percepção mais abrangente de como suas vidas são moldadas pela informação que recebem cotidianamente.

Ao responder problemas o usuário se conscientiza do processo e da solução, educando-se com a ajuda do bibliotecário. Assim, na concepção da Pedagogia Crítica a resolução dos problemas é também ação educadora. Neste processo dialógico o tema é gerado pelo usuário, assim, o bibliotecário não elabora ou soluciona o problema, mas gera dialogicamente um processo de aprendizado e solução do problema que estimula e constrói a competência crítica em informação. Essa ação dialógica estimula a ampliação e renovação do conhecimento e o gosto pela informação.

Ainda que os usuários não estejam buscando uma solução para um problema existencial, sua vida atravessa ou é perpassada pelas questões que a Teoria Crítica e a Pedagogia Crítica consideram. Deste modo, o bibliotecário preocupado com o desenvolvimento da competência crítica em informação utiliza a questão problema trazida pelo usuário para desenvolver a sua percepção crítica em torno dela, auxiliando-o na elaboração de respostas que o leve a novas questões.

2.4 Uma proposta dialógica para a resolução de problemas

De acordo com Freire (1996, p. 24), para a prática da educação crítica é preciso, fundamental e indispensavelmente, que o educador, antes mesmo de sua experiência educadora, assumo-se como sujeito também da produção do saber e se convença de que ensinar não é transmitir conhecimento, mas “criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”. Neste sentido o bibliotecário preocupado com o desenvolvimento da competência crítica em informação precisa, antes de tudo, se posicionar como cocriador do conhecimento, recriando-o em diálogo com o usuário na resolução do seu problema de pesquisa.

Como aponta Freire (1987), sendo esta prática educativa constituída no ciclo gnosiológico (o conhecimento humano que se dá na concordância entre sujeito e objeto), o papel do educador problematizador é proporcionar, junto com os educandos, as condições para que aconteça a superação do conhecimento no nível da ‘doxa’ (sistema ou conjunto de juízos que uma sociedade elabora em um determinado momento histórico supondo tratar-se de uma verdade óbvia ou evidência natural, mas que para a filosofia não passa de crença ingênua), pelo verdadeiro conhecimento, o que se dá, no nível do ‘logos’ (palavra/discurso/diálogo).

Do mesmo modo, o bibliotecário que está investindo na competência crítica em informação do seu usuário tem esse papel problematizador e de proporcionar a passagem da mera informação ao conhecimento; promovendo a educação problematizadora, de caráter reflexivo e crítico, que se forja num constante desvelamento da realidade, através da solução de problemas, promovendo a inserção crítica na realidade.

A educação problematizadora é um esforço permanente para que o indivíduo perceba criticamente a si e ao mundo em que vive. O aprendizado problematizador e dialógico se empenha na desmistificação, por isso, tem no diálogo “a indispensável relação ao ato cognoscente, desvelador da realidade” (FREIRE, 1987, p. 41). Esta prática, em vez de “assistencializar” e “domesticar”, criticiza, estimula a criatividade, a reflexão e a ação verdadeiras sobre a realidade, inerentes ao humano, que não podem autenticar-se fora da busca e da transformação criadora e consciente, fora de sua historicidade.

Essa palavra é dialógica, porque não pode ser privilégio de uns, ela existe no diálogo. “O diálogo é este encontro dos homens, mediatizados pelo mundo, para pronunciá-lo, não se esgotando, portanto, na relação eu-tu”. Assim, “o diálogo se impõe

como caminho pelo qual os homens ganham significação enquanto homens” (FREIRE, 1987, p. 45). Por isso o diálogo não pode ser reduzido a depositar ideias de um sujeito no outro, nem mesmo uma simples troca de ideias a serem consumidas pelo outro, muito menos uma guerra entre sujeitos que não se dispõe a buscar a verdade e dialogar para mudar o mundo, mas só querem impor a sua “verdade”, não pode ser manipulação. Porque o diálogo é um ato de criação e recriação, não a conquista do pensamento de um pelo outro, mas dos dois sobre o mundo. O verdadeiro diálogo é horizontal, se dá em uma relação de troca, sem verticalidades ou pressões de autoridade, nele existe uma possibilidade real de instaurar a confiança, mesmo sem a concordância. A confiança, por sua vez, carece de coerência para se instalar.

O bibliotecário deve considerar que o aprisionamento da práxis criativa do homem no trabalho objetificante e alienado promove a sensação de determinismo histórico, esmagador, como se fosse impossível transpor as “situações-limites” e então só restasse a esse indivíduo adaptar-se. A visão fragmentada da realidade impede ao homem a percepção da totalidade em que está imerso e a qual constitui historicamente. Vendo as partes não tem ideia do todo, porque “seria indispensável ter antes a visão totalizada do contexto para, em seguida, separarem ou isolarem os elementos ou as parcialidades do contexto, através de cuja cisão voltariam com mais clareza à totalidade analisada” (FREIRE, 1987, p.55).

Este é um ponto importante para o que Paulo Freire chama de educação problematizadora e para o que aqui chamamos de fator estratégico – “O esforço de propor aos indivíduos dimensões significativas de sua realidade, cuja análise crítica lhes possibilite reconhecer a interação de suas partes” (FREIRE, 1987, p.55). Esse reconhecimento crítico da própria realidade em relação ao todo possibilita uma nova postura mais crítica, em um ciclo crescente. Assim, os sujeitos se percebem dentro da realidade, mas também construtores dela. A razão e a realidade assim não estão fora deles ou dicotomizada como se fosse um mundo à parte, misterioso, estranho e determinista.

2.5 A importância do desenvolvimento da competência crítica em informação

Como dito anteriormente, a Competência Crítica em Informação se apoia na Teoria Crítica e da Pedagogia Crítica e, sendo assim, cabe aqui uma breve explicação a este respeito.

A Teoria Crítica considera o papel social e aplicado da pesquisa teórica, que percebe o mundo e lança um olhar crítico sobre os poderes e estímulos que incidem na informação. É sobretudo uma “tentativa de superar realmente a tensão, de eliminar a oposição entre a consciência dos objetivos, espontaneidade e racionalidade, inerentes ao indivíduo, de um lado, e as relações do processo de trabalho, básicas para a sociedade, de outro” (HORKHEIMER, 1980, p.132).

Desde o início da década de 1930, a teoria crítica tem sido um lembrete de que as configurações econômicas, políticas e ideológicas específicas dos contextos sócio-históricos têm relação direta com a forma, o conteúdo, a prática e a orientação normativa das duas[:] vida social e ciências sociais. (LECKIE; GIVEN; BUSCHMAN, 2010, p. vii, tradução nossa)

Carlos Alberto Araújo (2009, p.196) explica que a Teoria Crítica (TC) “se relaciona essencialmente com a ideia de suspeição de que a realidade tenha fundamento nela mesma” e, diferentemente do positivismo, “tem por atitude epistemológica a desconfiança, a negação do evidente, a busca do que pode estar escondido ou camuflado” nas relações, principalmente nas de poder. Por outro lado, a “Pedagogia Crítica pensa a Educação como maneira de emancipar o cidadão em relação ao sistema que o oprime. Consciente de seu papel histórico e transformador do mundo o sujeito crítico emancipado ultrapassa os limites do domínio” (BRISOLA; ROMEIRO; VIOLA, 2018), segundo Paulo Freire, um de seus maiores defensores e teóricos.

Assimilando a Teoria Crítica e Pedagogia Crítica, a Competência Crítica em Informação vem se mostrando essencial na atualidade, não somente para as relações individuais com a informação, como também nas práticas informacionais e para os profissionais da informação. Isso é evidenciado pela presença de similares seus (como a AMI – Alfabetização Midiática e Informacional) que vem ocupando órgãos universais como a UNESCO e a ONU. Neste contexto, o fomento ao desenvolvimento da competência

crítica em informação é importante nas perspectivas que envolvem a informação por seu viés mais humano e educativo, emancipatório e de práxis.

É necessário que os estudantes/pesquisadores/usuários considerem as questões políticas, sociais, éticas, econômicas, pedagógicas envolvidas e transversais às suas pesquisas e buscas, desenvolvendo assim também sua própria competência crítica em informação. A partir disto, o indivíduo percebe sua importância no mundo como ser atuante e não como vítima de uma determinação histórica, social e econômica. Como estudante desenvolve sua capacidade de pesquisa, análise e desenvolvimento articulado teoria e empirismo, e como indivíduo, a percepção do mundo e da informação, permitindo uma melhor aferência e utilização.

Como exemplo dessa mudança de percepção, James Elmborg (2012) cita o caso dos estudantes latinos no Texas que se recusavam a ler história porque os seus livros começavam a história do Texas com a chegada do homem branco; ou estudantes de Nova York que se recusavam a ler ou utilizar a linguagem que reproduz a dominação de gênero, classe ou etnia. Esses alunos rejeitavam as práticas linguísticas e educacionais que vinham carregadas de uma “realidade” social que não os contemplava.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consciente de sua existência física em um mundo que se descortina de diferentes maneiras diante de seus olhos e como uma consequência de sua própria diversidade psicológica, que desperta e provoca a curiosidade necessária para conhecer, compreender, aprender e transformar sua realidade interior e exterior; o homem é um sujeito epistêmico, naturalmente impelido ao aprimoramento de seu conhecimento a partir dos desafios inerentes a sua condição de ser. E neste caminhar aparentemente sem fim e onde se situa como causa e efeito do seu próprio conduzir, o homem representa a própria mutabilidade do mundo em que existe, fruto de um eterno recriar.

A recriação do mundo em diferentes realidades internas e externas, a própria diversidade humana em ação, não se dá, todavia, senão mediante questionamentos decorrentes da curiosidade, e que muitas vezes se transformam nos problemas a serem solucionados pela cognição humana. Desta forma, pode-se dizer que o processo composto pelas ações de conhecer, compreender, aprender e transformar se origina na curiosidade e se estrutura na problematização de um determinado aspecto de uma realidade que não

configura segundo os parâmetros de uma nova perspectiva vislumbrada. Por outro lado, permeando cada ação deste processo e como nos ensina a Ciência da Informação, está a informação, insumo fundamental do conhecimento, elemento motriz da cognição e fator de integração social através da linguagem.

Neste cenário, emergem duas perspectivas a respeito da informação.

A primeira, uma perspectiva de *marketing*. Seja qual for a finalidade a que ela se destina, a informação precisa ser atraente a seu usuário, o que se torna mais relevante quando este se encontra diante de um problema a ser resolvido. É preciso apurar as eventuais necessidades informacionais do indivíduo para conhecê-las e compreendê-las, ao mesmo tempo em que se aguça sua curiosidade e apresenta (e não escolhe) os caminhos possíveis para satisfazê-las através do uso da informação. Isto remete ao sentido de utilidade (ou relevância) que a informação deve ter ao ser apresentada e ao estabelecimento de um diálogo entre o fornecedor e usuário da informação, uma relação fortuita onde ambos podem conseguir, em última análise, aprimorar seus próprios conhecimentos.

Enquanto repositórios tradicionais de informação e componentes fundamentais do sistema educacional em qualquer época do passado e presente, as bibliotecas (não importando sua natureza, se pública ou privada – todas se encontram imersas na trama social, influenciando e sendo por ela influenciadas) têm a responsabilidade de observar e lidar com seus usuários segundo uma perspectiva de *marketing* e, neste sentido, a figura do bibliotecário é um fator crítico de sucesso. Desta forma, a biblioteca precisa elaborar uma estratégia de cunho eminentemente social onde sua imagem esteja atrelada à utilidade potencial das informações sob sua guarda e do bibliotecário que as disponibiliza, tendo em vista as demandas informacionais individuais e coletivas que, comumente, estão atreladas à resolução de um problema específico.

A segunda, uma perspectiva crítica. O conhecimento é uma construção sociocognitiva que possui características herdadas de uma visão de mundo particular ou coletiva e, portanto, a informação carrega consigo as marcas de um determinado tempo. A própria diversidade humana se faz presente através da informação, construindo-a e percebendo-a de maneiras variadas. Por outro lado, como consequência direta disto, se faz necessário desenvolver competências que propiciem perceber as nuances da informação, sua pertinência, validade e utilidade, para citar alguns exemplos, visto sua importância como meio de se conduzir o aprimoramento do conhecimento.

A Competência em Informação e a Competência Crítica em Informação, ensinando mecanismos de busca, utilização e organização da informação, em seu desejo de esmiuçar de maneira reflexiva e crítica como a informação pode ser produzida, valorizada e utilizada, em sua proposta de alicerçar um processo decisório pertinente à resolução de um problema, são complementares em seu propósito de oferecer bases mais sólidas para o aprimoramento do conhecimento e, sobretudo, um caminho para o desenvolvimento social mais justo e igualitário a partir da formação da verdadeira cidadania.

Ao se pensar na visita de um usuário a uma biblioteca para buscar uma solução para um problema filosófico ou empírico, ou mesmo no intuito de realizar uma simples leitura de seu interesse e desvinculada de qualquer problema, a imagem que se deve esperar de um bibliotecário é a de um profissional capacitado nas competências informacionais citadas e no diálogo, os quais utilizará na compreensão das necessidades (ou desejos) informacionais deste usuário para que, conjuntamente e através de um estimulante pensamento crítico e reflexivo, busque satisfazê-las. Por fim, como reflexo desta prática dialógica, acredita-se que esta parceria momentânea pode criar laços duradouros, de benefício mútuo e caráter emancipatório, desenvolvedora da competência crítica em informação, que transformam indivíduos em cidadãos.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. P. M. Competência em informação para a gestão da mudança nas bibliotecas universitárias. **Biblos**: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, v. 29, n.2, p. 38-54, 2015.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA). **About AMA**. Disponível em: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. Acesso em: 20 set. 2017.

BARRULAS, M. J.; PINTO, M. L. A disciplina de marketing e a prática do bibliotecário: estudo de caso em bibliotecas da RNB. In: **Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas**, 8., 2004, Estoril. Atas. Estoril: Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, 2004. Disponível em: <https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/630>. Acesso em: 20 set. 2017.

BRISOLA, A. C. **A ágora digital, a competência crítica em informação e a cidadania ampliada: uma construção possível**. 2016. 148 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/890>. Acesso em: abr. 2019.

DABDAB WAQUIL, P.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **Mercado e Comercialização de produtos Agrícolas**. Série Educação a Distância. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

DAMATTA, R. **O que é o Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

DEWEY, J. **Experiência e Educação**. 3. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

ELMBORG, J. Critical information literacy: Definitions and challenges. In: WILKINSON, Carroll Wetzel; BRUCH, Courtney (orgs). **Transforming information literacy programs: Intersecting frontiers of self, library culture, and campus community**. Chicago, IL: Association of College and Research Libraries, 2012. Disponível em: http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=slis_pubs. Acesso em: 03 set. 2017.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1967.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREITAS, F. L. C.; MAQUINE, L. S. O conceito de filosofia como problema filosófico no ensino médio. **Revista SABERES**, v. 19, n. 2, p. 134-144, 2018.

GASQUE, K. C. G. D. Arcabouço conceitual do letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 39 n. 3, p.83-92, set./dez., 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n3/v39n3a07.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2017.

GRAMSCI, A. **Dicionário Gramsciano 1926-1937**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0** [recurso eletrônico]: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MACHADO, F. B.; SUAIDEN, E. J. A biblioteca pública, entre a teoria e a prática. **Revista BIBLOS**, v. 29, n. 2, p. 22-39, 2015.

OHLSSON, S. The problems with problem solving: reflections on the rise, current status, and possible future of a cognitive research paradigm. **The Journal of Problem Solving**, v. 5, n. 1, p. 101-128, 2012.

PEREIRA, C. B.; TOLEDO, G. L.; TOLEDO, L. A. Considerações sobre o conceito de marketing teoria e prática gerencial. **Organizações & Sociedade**, v. 16, n. 50, art. 7, p. 519-543, 2009.

POLYA, G. **A arte de resolver problemas**. Rio de Janeiro: Interciências, 1995.

ZIMMERMANN, J. R.; DE PAULA, V. C.; OHIRA, M. L. B. Avanços, perspectivas e limitações da Lei nº 12.244/2010 com vistas a sua aplicabilidade: análise da literatura brasileira e ações dos órgãos de classe do estado de Santa Catarina (Brasil). **Revista ACB**, v. 22, n. 2 ESPECIAL, p. 161-179, jul. 2017. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1305>. Acesso em: 20 set. 2017.

Recebido em: 02 de outubro de 2019
Aprovado em: 29 de novembro de 2019
Publicado em: 16 de janeiro de 2020