

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

VANESSA FERREIRA RODRIGUES PEREIRA

O BIBLIOTECÁRIO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: O SURGIMENTO DE
UM NOVO CAMPO DE ATUAÇÃO

Rio de Janeiro

2014

VANESSA FERREIRA RODRIGUES PEREIRA

O BIBLIOTECÁRIO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: O SURGIMENTO DE
UM NOVO CAMPO DE ATUAÇÃO

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola
de Biblioteconomia da Universidade Federal do
Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia

Orientador: Prof.^a. Ms. Daniela Spudeit

Rio de Janeiro

2014

P436b

Pereira, Vanessa Ferreira Rodrigues.

O bibliotecário no comércio eletrônico: o surgimento de um novo campo de atuação / Vanessa Ferreira Rodrigues Pereira. – 2014.

69 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

Bibliografia: f. 61-67

1. Bibliotecário. 2. Nova atuação. 3. Google. 4. Comércio Eletrônico. I. Título.

CDD 020.5

Ao meu pai, minha mãe e minha irmã que representam a luz, água e o pólen do jardim da minha vida, fazendo-o crescer e florescer a cada etapa de minha vida.

AGRADECIMENTOS

Utilizando as palavras de John Battelle, um dos autores que utilizei como referência para um dos capítulos deste trabalho, “escrever é um ato solitário”. De fato, nas horas que passava na cadeira em frente à tela do computador buscando inspiração me encontrava sozinha. No entanto, percebi que por mais que estivesse desacompanhada, este trabalho não seria escrito sem a companhia de minha família, amigos, colegas de trabalho e professores durante toda minha trajetória.

Sem o apoio dessas pessoas tão importantes nunca teria chegado onde estou, e é a eles que dedico este Trabalho de Conclusão de Curso:

À minha família: pai José Almir, mãe Irene e irmã Camila que estiveram comigo desde o início me acompanhando em busca da felicidade profissional, me fortalecendo e comemorando minhas alegrias.

Aos professores da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) que me acolheram e contribuíram para meu amadurecimento como estudante e profissional, em especial à minha orientadora, professora Daniela Spudeit, que me aceitou como orientanda e fez jus à palavra “orientar” sendo decisiva para que este trabalho tenha sido concluído.

Aos bibliotecários e profissionais de outras áreas que tive a grande oportunidade de trabalhar ao longo dos estágios que fiz durante minha estadia na universidade. Com a experiência que adquiri tenho certeza que cresci como profissional e erros e acertos me fizeram enxergar como quero agir em minha carreira como bibliotecária. Um agradecimento em especial aos colegas da empresa *Zura!*, na qual a experiência que tive durante três maravilhosos anos despertaram em mim o interesse em demonstrar para todos a possibilidade de um bibliotecário atuar em comércio eletrônico.

Finalmente, porém não menos importante, não posso deixar de agradecer aos grandes amigos que fiz na universidade e em empresas que trabalhei, pessoas incríveis, com pensamentos particulares que me fazem crescer como profissional e como pessoa, que me apoiam e me aceitam.

RESUMO

Discorre sobre o comércio eletrônico que se apresenta como um novo campo de atuação profissional para bibliotecários. Conceitua habilidades e competências do bibliotecário apreendidas nas universidades e analisa as disciplinas correspondentes a fim de verificar as atividades possíveis de serem desenvolvidas por bibliotecários na área de comércio eletrônico com o objetivo de demonstrar seu diferencial e seu olhar clínico necessário frente à atuação em um novo viés biblioteconômico na esfera da Internet. Destaca a importância do mecanismo de busca Google no ambiente web, sua relação com conceitos de Biblioteconomia e como sua tecnologia afeta o trabalho do bibliotecário em uma empresa de e-commerce. Apresenta conceito, histórico, evolução do comércio eletrônico e contextualiza as funções do bibliotecário aliando com as competências requeridas por esse profissional. A metodologia adotada compreende a análise bibliográfica referente à nova atuação do bibliotecário no mercado de trabalho, às tecnologias utilizadas no comércio eletrônico e no mecanismo de busca Google e a análise de um questionário encaminhado a bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia que atuam/atuaram em sites de comércio eletrônico. Conclui que a contribuição do bibliotecário como um profissional diferenciado é essencial nas tomadas de decisão deste tipo de negócio ressaltando um novo campo de atuação.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Bibliotecários. Campo de atuação. Google.

ABSTRACT

This essay talks about electronic commerce as a new labor market for librarians. Defines librarian skills and competences learnt in universities and analyzes the relevant disciplines in order to verify the possible activities to be developed by librarians in the area of e-commerce with the aim of demonstrating its differential and clinical gaze necessary when we talk about a new kind of librarian labor market in Internet sphere. Highlights the importance of search engine Google in web, its relationship to concepts of librarianship and how their technology affects librarian work in an e-commerce company. Presents concept, historical, evolution of e-commerce and contextualizes the roles of librarian along with the skills required by that professional. The methodology comprehends a literature review concerning the new role of the librarian in the labor market, the technologies used in e-commerce and search engine Google and the analysis of a questionnaire sent to librarians and students of Librarianship who work / worked in e-commerce sites. Concludes that the contribution of librarians as a distinguished professional is essential in making decisions in this type of business emphasizing a new labor market in Librarianship.

Keywords: Eletronic commerce. Librarians. Labor market. Google.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Primeira versão do Google em 1998.....	30
Figura 2 Visualização da posição dos links patrocinados na página do Google.....	33
Figura 3 Faturamento do e-commerce brasileiro de 2009 a 2013 e previsão para 2014.....	37
Figura 4 Modelo de comércio eletrônico.....	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Classificação da profissão de bibliotecário	16
Tabela 2	Objetivos do curso de Biblioteconomia no Rio de Janeiro.....	19
Tabela 3	Quadro comparativo de disciplinas nas universidades do Rio de Janeiro..	21
Tabela 4	Disciplinas que ajudam a desenvolver funções	52

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARPA – Advanced Research Projects Agency

B2B – Business to Business

B2C – Business to Consumer

C2C – Consumer to Consumer

CBO – Classificação Brasileira de Ocupações

CEO – Chief Executive Officer

CRB7 – Conselho Regional de Biblioteconomia 7ª Região

DNS – Domain Name System

E-commerce – Eletronic Commerce

HTML – Hypertext Markup Language

HTTP – Hypertext Transfer Protocol

IPTO – Information Processing Techniques Office

NSF – National Science Foundation

SEO – Search Engine Optimization

SINDIB-RJ – Sindicato de Bibliotecários do Rio de Janeiro

TCP/IP – Transmission Control Protocol / Internet Protocol

TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação

UFF – Universidade Federal Fluminense

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

WWW – World Wide Web

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 QUEM SABE FAZ A HORA: O BIBLIOTECÁRIO HOJE	15
2.1 O mercado de trabalho hoje.....	15
2.2 A realidade do bibliotecário de amanhã.....	18
2.3 Faces do bibliotecário no mercado de trabalho.....	22
3 A GOOGLE INC	26
3.1 Google: história e evolução.....	27
3.2 Google e a interação no ciberespaço.....	31
3.3 Ferramentas de busca e recuperação da informação em ambiente web.....	32
4 COMÉRCIO ELETRÔNICO E A SUA RELAÇÃO COM A BIBLIOTECONOMIA	34
4.1 Comércio eletrônico: história e evolução.....	36
4.2 Bibliotecário inserido no comércio eletrônico.....	39
4.3 Técnicas de SEO no comércio eletrônico: o quê e para quê	40
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
5.1 Caracterização da pesquisa.....	44
5.2 Universo da pesquisa.....	45
5.3 Instrumento de coleta de dados.....	45
6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	45
6.1 Perfil.....	47
6.2 Da relação com a universidade.....	52
6.3 Das atividades exercidas.....	56
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	64
APÊNDICE A – Questionário	71

1 INTRODUÇÃO

O advento da era digital no mundo pós Segunda Guerra e conseqüentemente das diversas alterações decorrentes ao uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) modificaram os campos de atuação dos bibliotecários de forma significativa.

A sociedade da informação iniciada no século XX aliada à invenção do computador e da Internet provocou o surgimento de uma sociedade da informação cada vez mais exigente. Segundo Magnani e Pinheiro (2011, p.594) “após a Segunda Grande Guerra com o avanço da ciência e tecnologia [...] desencadeia-se a necessidade de maior controle sobre os processos de transferência de informação”. Nesta época o mundo passava por um *boom* informacional¹ no qual avança e persevera até os dias de hoje impactando diretamente no fazer profissional do bibliotecário.

No decorrer da história da profissão, o bibliotecário sempre foi visto como aquele profissional encarregado de organizar bibliotecas. Contudo, com o surgimento das TICs “a informação ultrapassou as paredes da biblioteca, chegou aos usuários com rapidez e exige que o profissional repense sua atuação no mercado” (COELHO, 2010, apud OLIVEIRA et al., 2011, p.73). Assim, neste novo cenário surge um perfil profissional que acompanha as transformações tecnológicas e assume novas posturas, principalmente com o surgimento da internet.

A internet tornou-se representante mais importante das novas TICs, passou a ser um meio de comunicação fundamental na vida da população e também para o desenvolvimento de diversos novos setores no mercado de trabalho. A designação de ciberespaço² defendida por Levy (1999) leva aos conceitos de *universalização*³ e *desterritorialização* que a internet propõe a partir do momento em que a informação torna-se planetária, isto é, eliminando barreiras geográficas e apresentando diversificação de produtos, produtores e consumidores.

Concomitante ao desenvolvimento da Internet, a corporação Google se insere como o melhor mecanismo de buscas na atualidade (PINUDO; GOMES, 2009) e

¹ Também conhecido como *explosão informacional*. Ocorreu principalmente após Segunda Guerra Mundial com o intuito de democratizar o conhecimento, “seria a solução para tornar o conhecimento acessível a todos, mas o que ocorreu de fato, segundo Wurman (1991, p.35) foi uma verdadeira “explosão da não informação” (SILVA et.al., 2013, p.284)., demarcada pela produção e inserção cada vez maior de dados.

² Segundo Levy (1999, p.17) “é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores”, incluindo nessa definição o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos.

³ Propaga a co-presença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional (Lévy, 1999).

mostra-se como uma ferramenta que contribui para esta universalização da informação tornando-se imprescindível no ciberespaço e para os profissionais que lidam com o mercado de trabalho nessa área e conseqüentemente a informação.

Como já dito, o advento da Internet possibilitou a expansão do mercado profissional, a criação de novas profissões e o desenvolvimento de novos campos de atuação para outras profissões, como a do bibliotecário. O *e-commerce*, abreviação em inglês para *eletronic commerce* e que em português traduz-se para comércio eletrônico, é um verdadeiro exemplo dessa expansão e significa o comércio realizado por meio da internet, isto é, a escolha do produto e as transações financeiras são efetuadas através do computador ou de qualquer outro dispositivo conectado. O comércio eletrônico torna-se um ambiente completamente distinto e pré-disposto a receber profissionais da informação, inclusive bibliotecários tornando-se uma verdadeira revolução frente aos novos círculos de atuação deste profissional.

Este trabalho tem como objetivo quatro ações: (1) identificar e (2) apresentar um novo ramo do mercado de trabalho no qual necessita das habilidades e competências específicas dos bibliotecários demonstrando que atualmente sua atuação não está limitada somente às bibliotecas, mas a qualquer ambiente onde a informação é entendida como elemento fundamental para o desenvolvimento das atividades. Para isso é preciso (3) analisar as atividades desenvolvidas por bibliotecários na área de comércio eletrônico demonstrando seu diferencial e seu olhar clínico necessário frente à atuação nesse novo viés biblioteconômico na esfera da internet. Diante de novas possibilidades de atuação abertas pelas TIC's, o bibliotecário deve (4) comprovar sua competência diversificada nos diferentes campos do saber e profissional, para que seja cada vez mais valorizado em um mundo conectado.

A escolha desse tema se deve ao crescimento que a área de comércio eletrônico vem apresentando nos últimos anos e a necessidade que o bibliotecário possui de manter-se atualizado diante das mudanças constantes em que estamos passando. A ideia de universalização da informação e a exigência cada vez maior de usuários no ciberespaço clamam pelas habilidades do bibliotecário de organização, indexação e recuperação da informação com excelência, coerência e qualidade.

No decurso da primeira seção deste estudo apresenta-se o problema da pesquisa proposto neste trabalho no qual colocou em evidência a formação do estudante na instituição de ensino e atuação do bibliotecário já inserido no mercado de trabalho como

um novo personagem: o bibliotecário é um profissional preparado para atuar nesse novo campo do comércio eletrônico?

Na segunda seção procedeu-se o levantamento de dados para que o leitor entenda a relação que o mecanismo de busca Google tem com a dinâmica do comércio eletrônico. Além disso, foi realizado também um estudo fazendo uma analogia ao trabalho do bibliotecário com este mecanismo de busca demonstrando como estão interligados.

Avançando para a terceira seção do estudo, o conceito de comércio eletrônico é desmembrado sendo apresentados história, evolução, dados e tipos, estabelecendo relações com o trabalho do bibliotecário.

Finalmente, porém não menos importante, é exposto a metodologia utilizada para realização deste estudo baseada em conceitos de Gil (2002) e Vergara (2011). O instrumento de coleta de dados escolhido para este estudo foi um questionário enviado a bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia que trabalharam/trabalham em empresas no ramo do comércio eletrônico na cidade do Rio de Janeiro. Para que a apresentação seja completa para o leitor a análise dos resultados foi dividida em 3 fases (perfil, relação com a universidade e atividades exercidas) buscando conhecer como este profissional se relaciona com as funções exercidas em ambiente de trabalho e o conteúdo apreendido na faculdade para que se possa obter um conhecimento mais detalhado sobre este novo campo de atuação.

2 QUEM SABE FAZ A HORA: O BIBLIOTECÁRIO HOJE

O desafio de trabalhar com acessos abertos, em uma biblioteca sem paredes é talvez assustador, mas desistir ou retroceder é muito mais ameaçador. (MERCADANTE, 1995, p.40)

O bibliotecário é o grande responsável por disseminar a informação, disponibilizando-a a quem precisar em qualquer suporte. Durante muito tempo se concentrou exclusivamente entre as quatro paredes da biblioteca uma vez que seu papel principal era ser o guardião do conhecimento até então reservado para poucos. Além disso, sua atividade ficou marcada como silenciosa e solitária segundo Silveira (2008).

No entanto, no início do século XX, a sociedade passou por grandes modificações que mudariam essa forma de pensar e é evidente que as TIC's sejam responsáveis por essas transformações, principalmente após o advento da Internet como representante mais importante desta sociedade da informação. Os computadores com acesso à Internet deixaram de ser “uma tecnologia para processamento e armazenamento de dados para se transformarem em poderosos instrumentos de informação, comunicação e colaboração” (SILVA; LOPES, 2011, p.2). Este cenário estabelecido faz com que a informação torne-se um insumo essencial e de valor agregado para o desenvolvimento de atividades nas grandes empresas.

As numerosas transformações sociais atingem tanto a vida individual quanto profissional e por isso alcançaram também as bibliotecas. Segundo Targino (2010, p.44) “Há profissões que morrem ou agonizam, como as dos copidesques, sineiros, sapateiros, forneiros, moleiros e alfaiates. Há profissões que nascem e se fortalecem [...]. Há profissões que tendem a se modificar, como as do bibliotecário e dos profissionais de informação, em geral”. O objetivo desta seção do estudo é dar um panorama da atuação do bibliotecário atualmente além de demonstrar como sua profissão é contemplada pelo mercado de trabalho, pelas universidades do Estado do Rio de Janeiro e pelo próprio profissional.

2.1 O mercado de trabalho hoje

O bibliotecário é um profissional formado em bacharel no curso de Biblioteconomia e é o grande responsável por organizar, disseminar e mediar o uso da

informação, disponibilizando-a a quem precisar em qualquer suporte. Conforme a lei nº 4084, de 30 de junho de 1962, o

exercício da profissão de Bibliotecário, em qualquer de seus ramos, só será permitido aos Bacharéis em Biblioteconomia, portadores de diplomas expedidos por Escolas de Biblioteconomia de nível superior, oficiais, equiparadas, ou oficialmente reconhecidas (BRASIL, 1962)

Entretanto, sua atuação não fica restrita somente às bibliotecas, pois, a informação como produto tornou-se um recurso estratégico fundamental e de valor agregado e não mais o suporte (qualquer que seja) deve ser a maior preocupação para os bibliotecários. No quadro abaixo se percebe como a classificação da profissão vem se modificando ao longo do tempo. Segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) os bibliotecários:

Tabela 1: Classificação da profissão de bibliotecário

<u>Em 2010</u>	<u>Em 2014</u>
“trabalham em bibliotecas e centros de documentação e informação na administração pública e nas mais variadas atividades do comércio, indústria e serviços, com predominância nas áreas de educação e pesquisa”. (CBO, 2010, apud SILVA; SALES, 2012, p.402).	“Disponibilizam informação em qualquer suporte; gerenciam unidades como bibliotecas, centros de documentação, centros de informação e correlatos, além de redes e sistemas de informação. Tratam tecnicamente e desenvolvem recursos informacionais; disseminam informação com o objetivo de facilitar o acesso e geração do conhecimento; desenvolvem estudos e pesquisas; realizam difusão cultural; desenvolvem ações educativas. Podem prestar serviços de assessoria e consultoria.” (CBO, 2014).

Fonte: Descrição da profissão da CBO (2014)

Com uma diferença pequena de tempo entre as definições, este quadro prova como a interdisciplinaridade está presente nas novas funções e habilidades do bibliotecário do presente/futuro como argumenta Teixeira Filho (apud Ferreira 2003, p.43) o profissional da informação “é o protótipo hoje do trabalhador do conhecimento de amanhã”. Áreas como Marketing, Informática, Comunicação, Administração e Publicidade estão entre as novas atribuições do profissional moderno e atualizado.

Na sociedade contemporânea a informação tornou-se um recurso estratégico, valor de insumo. Assim surge um novo paradigma para a profissão do bibliotecário que

deve estar em sintonia com esta realidade e com o cada vez mais exigente mercado de trabalho. Segundo Oliveira et. al. (2011, p.75):

O perfil do bibliotecário se encaixa nesse novo mercado, pois assim como ocorre nos centros de informação tradicionais, este profissional pode desenvolver competência para criação de diretrizes no que diz respeito à organização da informação e a análise de conteúdos para a representação da informação.

Para lidar com esse novo contexto informacional, bibliotecários e profissionais da informação necessitam se adequar buscando capacitação para manter-se no mercado de trabalho: essa capacitação se inicia desde os estudos iniciais nos cursos de graduação ao entendimento de ferramentas básicas no dia a dia como a compreensão da utilização do computador e mecanismos de buscas; *softwares* e *hardwares* existentes; e da Internet como um todo. Ribeiro e Cury (2007, p. 208, apud COELHO, 2010, p.6) destacam “que o profissional que não questiona o seu fazer, que não lê e não avança dificilmente promoverá o conhecimento”.

Por mais que diversos autores defendam a ideia de um novo viés biblioteconômico para a evolução da profissão faz-se necessário que os próprios bibliotecários invistam na educação continuada⁴ aprimorando a compreensão profissional na área segundo a nova forma de organização da informação que se estabelece cada dia mais de forma eletrônica contribuindo assim para a interdisciplinaridade com outros profissionais das mais diversas áreas (OLIVEIRA et.al.,2011)

A ideia de que o bibliotecário deve atualizar-se e o tornar-se um profissional com habilidades e competências interdisciplinares se iniciou na década de 1980 como citam Tarapanoff, Santiago e Correa (1988) diversos autores conceituados a exemplo: Robredo, em 1981, Botelho em 1987, Albuquerque e Polke em 1986, chamando atenção para o fato de que com destreza, predisposição e educação continuada para atualização e especialização qualquer bibliotecário terá a oportunidade de explorar novos campos de atuação. Vieira (1983, apud TARAPANOFF, SANTIAGO, CORREA, 1988, p.65) já dizia que “o campo potencial do bibliotecário vai muito além dos limites da biblioteca, uma vez que esse profissional domina as metodologias de tratamento manual e

⁴Pode-se entender a educação adquirida por qualquer aprendizagem, formal ou informal, feita a partir da primeira graduação (CUNHA, 1984, apud TARAPANOFF, SANTIAGO, CORREA, 1988).

mecânico da informação e documentos de qualquer natureza”. O que significa dizer, em outras palavras, que este profissional está apto para explorar e ser reconhecido em um novo mercado de trabalho que está sendo delineado de acordo com as novas TICs e para que isso aconteça o bibliotecário deve ser um profissional constantemente estimulado para acompanhar as novidades e estar atualizado de acordo com seu tempo.

2.2 A realidade do bibliotecário de amanhã

As expectativas analisadas anteriormente neste estudo admitem uma nova perspectiva e um horizonte amplo a ser desvendado na área da Ciência da Informação com relação ao futuro da profissão do bibliotecário no mercado de trabalho. No entanto,

da parte dos profissionais em atividade, observa-se uma crônica falta de consciência crítica em relação à matéria-prima do trabalho biblioteconômico e uma inusitada indiferença em relação à crescente relevância de sua situação profissional no contexto das sociedades modernas. (ODDONE, 1998, p.2)

O que significa, nas palavras de Oddone, que o processo de preparação e atualização do bibliotecário é lento e difícil. Isso traz à tona a questão de sua autoaceitação por conta de estereótipos existentes. É importante considerar que a imagem preconcebida e associada com frequência a esse tipo de representação negativa significa um obstáculo para a conquista dos bibliotecários em novos campos de trabalho.

Em relação a essa imagem negativa salienta-se neste estudo que a responsabilidade está nas atitudes e comportamento de cada profissional. As instituições de ensino, por se tratarem de um centro fomentador do saber e criador de novos profissionais aptos e confiantes para a vida profissional após a conclusão do curso, têm a responsabilidade de ensinar para a construção do conhecimento e habilidades. É impreterivelmente fundamental que a teoria e a prática sejam apreendidas juntas antes do bibliotecário atuar no mercado de trabalho. Tarapanoff, Santiago e Correa (1988, p.63) exprimiam:

A consciência da responsabilidade da educação continuada e, principalmente, pela formação do profissional da informação, tem levado várias escolas de Biblioteconomia a engajar os seus professores em pesquisas de mercado de trabalho.

Para que a atuação do bibliotecário seja analisada é importante também pontuar sobre formação que este profissional vivenciou na instituição de ensino, uma vez que formação e atuação andam de mãos dadas para que o estudante, futuro profissional se insira de forma completa no mercado de trabalho. Dessa forma, em relação às habilidades e competências das escolas de Biblioteconomia, foram analisadas as três universidades existentes no Estado do Rio de Janeiro a fim de se obter um panorama dos objetivos dos cursos de Biblioteconomia sobre a atualização dos mesmos. Atualmente existem três cursos de bacharelado em Biblioteconomia no Estado do Rio de Janeiro, sendo um na Universidade Federal Fluminense (UFF) com a carga horária total de 2270 horas, outro na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ) com a carga horária total de 2400 horas e outro na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) que, por sua vez, exige a carga horária total de 3095 horas para a conclusão do curso. O universo da pesquisa foi construído através da busca em cada site do curso de cada universidade obtendo assim, descrições, dados, ementas, fluxogramas e quaisquer informações sobre o curso de Biblioteconomia oferecido. Buscando nos respectivos sites é possível notar que os objetivos dos cursos estão alinhados com a modernidade e são pensados para o futuro. Veja o quadro abaixo:

Tabela 2: Objetivos do curso de Biblioteconomia no Rio de Janeiro

Universidade	Objetivos do curso
UFF	<p><u>O Bibliotecário pode não só desempenhar suas funções em Bibliotecas, Centros e Serviços de Documentação e Informação, Editoras, Cinematecas, Vídeo-Clubes, Emissoras de Rádio e Televisão, Jornais, Assessorias (parlamentares, empresariais, jurídicas, educacionais), mas também desenvolver e administrar Bancos de Dados e Bases de Dados, integrar equipes de manutenção de Websites na INTERNET ou ainda, exercer a profissão como autônomo.</u> (UFF, 2014, grifo nosso).</p>
UFRJ	<p>As características do século XXI, de globalização e de excesso de informações circulando pelos meios de comunicação, principalmente pela Internet, se, de um lado, ampliam quase ao infinito a possibilidade de acesso a qualquer campo do conhecimento, de outro reduzem consideravelmente a capacidade crítica dos indivíduos de assimilar o conhecimento específico sobre um determinado assunto. <u>Esse novo ambiente apresenta desafios de gestão, não só dos recursos materiais, tecnológicos, financeiros e informacionais, mas principalmente do capital humano necessário para inserir as unidades de informação na era do conhecimento.</u> Com esta nova visão, a UFRJ lançou o Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG). (UFRJ, 2014, grifo nosso).</p>
UNIRIO	<p>O curso de Bacharelado em Biblioteconomia, criado pelo Decreto Federal nº 8.835 de 11 de julho de 1911, tem como principal objetivo formar profissionais aptos a atuar como agentes engajados nos processos sociais, culturais, educacionais e de</p>

	<p>democratização da informação; capazes de contribuir para o progresso das pesquisas em ciência e tecnologia para o desenvolvimento social e econômico do país e de dar suporte informacional a empresas e organizações no contexto globalizado.</p> <p>Campo de atuação: <u>O Bacharel em Biblioteconomia possui um campo de atuação diversificado, amplo e em transformação contínua</u>, podendo desempenhar sua profissão em bibliotecas públicas, especializados ou não, em grandes corporações e empresas, que por seu porte têm implantado modernos modos de gestão de conhecimento, em museus, centros culturais e de memória e em instituições que têm em vista a preservação da memória e do patrimônio, o ensino e o enriquecimento cultural. (UNIRIO, 2014, grifo nosso).</p>
--	--

Fonte: Autora (dados coletados no site das universidades em 28 de abril de 2014)

É visível que cada universidade possui objetivos condizentes que permitem a possibilidade de inserir o bibliotecário no mercado de trabalho permitindo sua atuação em diferentes campos, porém, é importante também conhecer a ementa de cada graduação. Para isso, foi realizado um mapeamento com a escolha de seis aportes teóricos através das descrições obtidas nos sites de cada universidade visando a descrição das disciplinas obrigatórias dos cursos, o que não quer dizer que não existam outras disciplinas optativas que abordem esses conteúdos ou que os mesmos não sejam abordados dentro de outras disciplinas, como ocorre, por exemplo, com os conteúdos de Marketing que são vistos dentro da disciplina de Organização e Administração de Bibliotecas no curso de bacharelado em Biblioteconomia da UNIRIO.

A análise minuciosa do aporte teórico escolhido para a construção da Tabela 3 a seguir se deu através de exaustivos estudos bibliográficos relacionados às disciplinas que são condizentes com as habilidades e competências necessárias para o bibliotecário atuar em novos campos do mercado de trabalho, descritas abaixo:

- a) Gestão/ Administração: Como gestor da informação, o bibliotecário interpreta, analisa e sintetiza a informação otimizando o desempenho da empresa (MACHIORI, 2002, apud PIZARRO; DAVOK, 2008);
- b) Normalização e Indexação: disciplinas que contribuem para o tratamento técnico da informação (organizar, padronizar, classificar, encontrar);
- c) Recuperação da Informação: A função de recuperar a informação exige com que o bibliotecário, além de desenvolver atividades de busca das informações requeridas, também analise e faça relatórios sobre as informações recuperadas, fornecendo julgamentos sobre a relevância delas. (PIZARRO; DAVOK, 2008)

- d) Marketing: Disciplina que torna o profissional “preocupado com a pesquisa, captação, seleção, qualificação, análise e comunicação das informações sobre o mercado, o desempenho da empresa e da concorrência” (FERREIRA, 2003, p. 44).
- e) Ambiente web: não só é função do bibliotecário “prover recursos para a alfabetização informativa” (WORMELL, 1996, p.14, apud CASTRO, 2000, p.8), ou seja, guiar usuários dando instruções de acesso, mas também compreender os processos básicos de Tecnologia da Informação, atentando ao fato de que há diversos setores do mercado de trabalho a exemplo do comércio eletrônico que utilizam a Internet em tempo integral.

Ao analisar os componentes curriculares destes cursos, compreende-se que há disciplinas que possibilitam a formação para capacitar o bibliotecário a atuar em espaços diferenciados, fora da biblioteca assim como websites especializados em comércio eletrônico. Veja na Tabela 3 abaixo:

Tabela 3: Quadro comparativo de disciplinas das universidades do Rio de Janeiro

Aporte teórico	UFF	UFRJ	UNIRIO
Gestão/ Administração	Gestão de Unidades de Informação	Fundamentos da Administração Teoria das Organizações Processo decisório Gestão, Informação, conhecimento Arquitetura da Informação Planejamento e Gestão de Projetos	Administração I Gestão Estratégica da Informação e do Conhecimento
Normalização	Normas Padr.Tratamento Rec. Inf.	Normalização	Normalização Documentária
Recuperação da Informação	Normas Padr.Tratamento Rec. Inf. Análise Documentária e Recuperação da Informação	Sistemas de Recuperação da Informação	Técnicas de Recuperação da Informação
Marketing	-	Marketing em Unidades de Informação	-
Indexação	Serviços de Referência e Informação	Análise da Informação Indexação e Resumo	Análise da Informação Organização do Conhecimento II
Ambiente Web	-	Arquitetura da Informação	-

Fonte: Autora (dados coletados no site das universidades em 28 de abril de 2014)

O quadro comparativo está dividido nos seis aportes teóricos analisados anteriormente neste trabalho, especificando as disciplinas oferecidas em cada

universidade com o objetivo de esmiuçar a grade curricular ofertada. É possível observar que de acordo com o aporte teórico definido a Universidade Federal Fluminense (UFF) contém em seu total 4 disciplinas que contribuem para a formação do bibliotecário frente ao novo mercado de trabalho; a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) oferece 12 disciplinas e a Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) disponibiliza 6 disciplinas consideradas atuais e relevantes para que o bibliotecário atue em um novo campo de atuação, a exemplo do comércio eletrônico.

Apesar de haver divergências com relação a certas disciplinas de uma universidade para outra, é possível afirmar, face aos aportes teóricos analisados, que as universidades do estado do Rio de Janeiro procuram atualizar-se frente aos novos desafios advindos da sociedade da informação.

Na teoria, estudantes do curso de Biblioteconomia pertencentes a qualquer uma dessas três universidades estarão aptos para conviver de igual para igual com profissionais de diversas áreas, fortalecendo a interdisciplinaridade presente no atual mercado de trabalho.

2.3 Faces do Bibliotecário no mercado de trabalho

Pode-se dizer que de um lado, existe uma sociedade da informação emergente, na qual os indivíduos estão cada vez mais conectados em um mundo onde a informação tornou-se insumo de grande importância. De outro, o bibliotecário, mediador dessa informação no qual precisa renovar seus conhecimentos para se destacar no mercado de trabalho e modificar a concepção de uma profissão que estaria fadada ao desaparecimento. Todavia, sabe-se através das sensatas palavras de Tarapanoff, Santiago e Correa (1988, p.73) que é “proverbal a afirmação que o bibliotecário é resistente à mudança”. E é este o paradoxo que deve ser eliminado.

Como descrito anteriormente e com base na análise das ementas das disciplinas e objetivos do curso, as universidades no Estado do Rio de Janeiro que oferecem o curso de Biblioteconomia se mostram atentas à necessidade de constante modernização para a preparação do futuro profissional. No entanto, a prática bibliotecária também deve ser construída no exercício da profissão, em seu dia-a-dia e cotidiano. Segundo Robredo (apud TARAPANOFF; SANTIAGO; CORREA, 1988) é necessário que haja mudança de atitude do bibliotecário, permitindo que assuma um posicionamento social,

condizente com seu importante papel na sociedade procurando ainda integração com outros profissionais, citando novamente a importância da interdisciplinaridade inserida na prática acadêmica e profissional para que seja adequada e competente.

De fato a economia globalizada, a emergente sociedade da informação, o *boom* informacional e a informação como insumo e sinônimo de grande valor para o mundo determinou mudanças cruciais para os profissionais da informação. Para ilustrar de forma apropriada como essas mudanças afetam a forma e ambiente de trabalho para o bibliotecário será utilizado o raciocínio descrito por Valentim (2000). A autora dividiu o a forma de atuação do bibliotecário em três grandes grupos profissionais no mercado de trabalho:

- a) Mercado informacional tradicional;
- b) Mercado informacional existente não ocupado;
- c) Mercado informacional – tendências.

O *mercado informacional tradicional* é composto por segmentos conhecidos e provavelmente os únicos lembrados pela sociedade e pelos próprios bibliotecários. Inicialmente compreende por bibliotecas escolares, públicas e universitárias como mercado consolidado, porém com grandes dificuldades devido à falta de investimentos pelos governos. Em segundo plano, por haver pequena concentração de bibliotecários, Valentim (2000) cita as bibliotecas especializadas pertencentes a institutos de pesquisa e empresas privadas como escritórios de advocacia. Além disso, centros culturais e arquivos públicos.

O *mercado informacional existente não ocupado* compreende em primeiro plano as bibliotecas escolares: apesar de haver diversos desses segmentos no país e ser um mercado tradicional, é notório que “a maior parte das bibliotecas brasileiras não conta com o bibliotecário à sua frente” (FRAGOSO, 2002, p.128). Editoras e livrarias também se somam a este quadro no qual representa mercado existente com poucos profissionais atuantes: neste caso o bibliotecário pode exercer as funções de normalização das publicações no que diz respeito às editoras, já nas livrarias ficaria responsável pela formação e desenvolvimento das coleções para o público seguido da recuperação e divulgação das obras.

Empresas privadas, provedores de Internet e bancos de dados também representam mercados informacionais existentes e não ocupados: mesmo não possuindo bibliotecas no ambiente de trabalho esses locais podem aproveitar as funções e

habilidades do bibliotecário. Segundo Valentim (2000) o setor de informática poderia utilizar as habilidades deste profissional uma vez que este setor gera grande volume de informação e necessita gerenciar, processar, recuperar as informações e ainda disponibilizar mecanismos de busca eficazes, competência que bibliotecários estão aptos a realizar.

O terceiro e último segmento, *mercado informacional – tendência* aborda o bibliotecário como empreendedor, dono do próprio negócio, exercendo e colocando em prática suas habilidades como consultor, assessor, profissional autônomo e até mesmo terceirizado. Novamente citando Valentim (2000), a autora afirma que o profissional da informação deve estar voltado para o futuro tornando-se mais observador e atuante no mercado de trabalho.

Levando em consideração os tópicos levantados, é necessário que o bibliotecário esteja atualizado e “antenado”, seguindo de perto mudanças e inovações. O advento da Internet representou uma quebra de paradigmas e de acordo com Silva e Lopes (2011) eliminou barreiras libertando o usuário da dependência de intermediários possibilitando acesso direto à informação em qualquer hora e local.

Novas formas de comunicação, trocas de informação e de produtos foram criadas e o poder do usuário cresce de forma exponencial a cada dia que passa. Mecanismos de busca abriram portas antes nunca imaginadas, inclusive para o *mercado informacional não ocupado* para o bibliotecário, como por exemplo, existe o Google que atualmente é a maior plataforma de busca de informação existente na Internet.

Criado em 1996 por Larry Page e Sergey Brinn, o poderoso Google hoje é caracterizado como o maior e melhor site de buscas da atualidade (BATTELLE, 2006). Com os resultados mais pertinentes e abrangência de conteúdos maior que qualquer outro mecanismo de busca, em 2000 o Google atualiza a contagem de seu índice para três bilhões de documentos da web. Em entrevista Larry Page disse:

para buscar nossa coleção de 3 bilhões de documentos manualmente, levariam 5707 anos, pesquisando 24 horas por dia, um documento por minuto. Com o Google, leva menos de um segundo (GOOGLE, 2011, tradução nossa).

Percebe-se que o Google reinventou a busca e recuperação de informação no ambiente web assim como no mundo dos negócios na rede a exemplo do comércio eletrônico, que se caracteriza como um importante avanço no contexto das transações financeiras e economia mundial.

A segunda seção deste estudo contemplará um histórico do Google bem como suas principais características. Inseridos neste cenário, serão discutidos também a relação esculpida entre comércio eletrônico e a atuação do bibliotecário neste ambiente web criado por conta das novas TICs.

3 A GOOGLE INC.

Ninguém pode escrever uma história a respeito da Internet sem 'Google' no título
Steven Berkowitz

A frase acima dita em meados de 2002 pelo CEO⁵ da Ask.com (BATTELLE, 2006) ilustra como a corporação Google marcou o desenvolvimento da Internet e garantiu considerável espaço em sua história.

Utilizando as palavras de Castells (p. 7, 2003) a “Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico”.

Em 1969 começou a funcionar a primeira rede de computadores nos Estados Unidos, denominada ARPANET, um pequeno programa inventado em um dos departamentos da *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) agência formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com o objetivo de “mobilizar recursos provenientes fundamentalmente do mundo universitário, com o fim de alcançar a superioridade tecnológica militar sobre a União Soviética” (CASTELLS, 2003, p.26). O departamento em questão era o *Information Processing Techniques Office* (IPTO) que tinha o objetivo de intensificar os estudos no campo da informática e a construção da ARPANET foi justificada “como um meio de repartir o tempo de trabalho on-line dos computadores entre os vários centros de informática interativa e grupos de investigação da agência” (CASTELLS, 2003, p. 26).

Após 14 anos de modificações, a *National Science Foundation* (NSF) assumiu o controle da ARPA-INTERNET que saía de seu ambiente militar e se dedicara à pesquisa, porém esse controle durou até 1995 quando ocorreu a privatização da Internet. “Até o fim dos anos 80, a Internet era um obscuro brinquedo tecnológico usado basicamente por pequenos grupos de fanáticos por computador” (DIZARD, 2000, p. 24, apud TELLAROLI; ALBINO, 2007, p. 6).

De acordo com Castells (2003), o fato que culminou na popularização da Internet se deu em 1990 com o programador inglês Tim Bernes-Lee e sua aplicação de compartilhamento em informação a *www* abreviação da expressão em inglês *World*

⁵Abreviação para Chief Executive Officer que em português significa executivo-chefe. É o cargo mais alto a ser ocupado em uma empresa. Um executivo denominado CEO é responsável por toda a organização da companhia.

Wide Web: Bernes-Lee definiu e implementou um software capaz de adicionar informação de e para qualquer computador que estivesse conectado à Internet.

O surgimento da *World Wide Web* possibilitou o aumento de conteúdo e como já dito, na metade da década de 1990 a Internet já havia sido privatizada facilitando o acesso: a rede que até então era limitada passou a ser de fácil acesso para a população e a essa altura diversos softwares haviam sido criados e disponibilizados.

Na década de 1990 a rede expandiu-se 50% a cada ano com a conexão de 300 milhões de computadores pessoais em mais de 150 países. Desde a sua popularização, há mais de 15 anos, a Internet vem conquistando espaço em todo o mundo, assumindo as relações de comércio, divulgação de informações e se tornando um canal de relacionamento entre pessoas de diversas localidades. (DIZARD, 2000, p. 27, apud TELLAROLI; ALBINO, 2007, p.6).

A partir das concepções de Siqueira (2013) é possível dizer que o mundo da World Wide Web aflorou a partir do surgimento de três tecnologias nas quais hoje são básicas: *Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP)* no qual traduz-se como um protocolo de comunicações, o *Domain Name System (DNS)* que significa o domínio de uma página, ou seja, sua identificação e registro que possibilita sua identificação e por fim, o protocolo de transferência de hipertextos ou o *Hypertext Transfer Protocol (HTTP)* no qual o usuário acessa através dos navegadores como o *Chrome, Firefox, Internet Explorer*, entre outros. “Obviamente, há que se considerar o avanço das tecnologias de telefonia e das linguagens de computação aí implicados, especialmente o *HyperText Markup Language (HTML)*.” (SIQUEIRA, 2013, p.50).

Levando em consideração os aspectos mencionados, desenha-se uma configuração histórico-social nunca antes vista, que modificou hábitos e formas de pensar. Essas condições apresentadas tornaram possível o surgimento da corporação Google que não só se encaixa no novo contexto em que a sociedade está inserida como também altera setores do mercado de trabalho a exemplo do mercado informacional não explorado para o bibliotecário.

3.1 Google: história e evolução

Conforme escreve Battelle (2006) Larry Page, um estudante de pós-graduação em Ciência da Computação da Universidade de Stanford foi o grande idealizador do Google. Para sua tese de doutoramento Page escolheu estudar a estrutura de conexões

da web e rapidamente se deu conta de um ponto: acompanhar as conexões existentes de uma página para outra era simples, mas o que o incomodava era que não tinha como saber as páginas que estavam ligadas a outras para trás, ou seja, sua bagagem no mundo da Internet. O autor afirma que para Page a internet se tornaria muito mais interessante se pudesse criar uma ferramenta capaz de descobrir as conexões para trás de todos os sites.

A principal ideia de Page originou-se a partir da importância das citações no mundo acadêmico: quanto mais trabalhos citados, maior o conhecimento, fama e influência que o autor detém em sua área. “Para professores [...] nada é tão importante quanto ter suas obras publicadas. Os trabalhos publicados passam a ser o cartão de visita do acadêmico, seu currículo vivo. Eles também definem a estabilidade no emprego.” (BATTELLE, 2006, p.58). Além da citação⁶, a concepção do Google baseia-se também em mais três conceitos nos quais, pode-se dizer, estão ligados ao campo de estudo de Biblioteconomia:

- 1- Bibliometria: Segundo Guedes e Borschiver (2005, p.15) trata-se de uma “ferramenta estatística que permite mapear e gerar diferentes indicadores de tratamento e gestão da informação e do conhecimento”, contribuindo para as tomadas de decisão uma vez que auxilia na organização e recuperação da informação;
- 2- Anotação: que se trata do julgamento e avaliação da obra citada, a anotação diz respeito à autoridade;
- 3- Nível: avaliação da originalidade das ideias, rigor de citação e importância pós-publicação da obra.

Baseando-se nos conceitos descritos acima e relacionando-os com os conceitos de tecnologia da informação, Larry Page partiu em busca da criação de um “método para contar e quantificar cada conexão para trás web” (BATTELLE, 2006, p.60).

E ele conseguiu: chamado BackRub, o sistema descobriria conexões na Web. No entanto, em pouco tempo essa abordagem trouxe problemas matemáticos complexos e recorrentes, caracterizando um desafio para Sergey Brin, estudante moscovita naturalizado norte-americano companheiro de Page na pós-graduação de Stanford que

⁶ Uma referência ou listagem das informações-chave a respeito de uma obra que possibilitam identificá-la e localizá-la novamente. (BATTELLE, 2006, p.58)

se interessou pelo novo projeto e conseguiu superar os obstáculos com suas habilidades em matemática.

Após sucessivos testes e experimentos, Page e Brin criaram um algoritmo⁷ batizado de PageRank (referindo-se a Page) no qual elege a relevância de páginas da web, isto é, posiciona os websites entre os resultados de sua buscas contabilizando quantidade e qualidade de outras páginas apontando para ele. Foi um verdadeiro sucesso.

Segundo Diaz-Isenrath (2005, p.104) ainda hoje o PageRank seria o “coração” do Google e “procura não só rastrear e indexar uma vasta quantidade de documentos, mas também retornar resultados ‘relevantes’”. Embora os critérios utilizados pelo PageRank para avaliação das páginas seja secreto (GIL-LEIVA, 2007) é possível perceber que o método se baseia na frequência de palavras utilizadas, posição no texto, a quantidade de conexões e a influência que a página em questão exerce em outros websites.

Larry Page e Sergey Brin produziram um artigo científico denominado “The anatomy of a large-scale hypertextual web search engine”, principal referência sobre o mecanismo de busca Google. Diaz-Isenrath (2005) argumenta que o uso dessa palavra para denominar a nova ferramenta refere-se à palavra “googol” utilizada por matemáticos que indica o número 1 seguido por 100 zeros “porque combinava com o objetivo do projeto de construir uma máquina de busca de larga escala, [e ainda]reflete a missão da companhia de organizar o imenso, aparentemente ilimitado volume de informação disponível na web” (DIAZ-ISENRATH, 2005, p.109).

⁷ Segundo Linder (2014) significa uma sequência finita de instruções ou operações cuja execução, em tempo finito, resolve um problema computacional, qualquer que seja sua instância.

Figura 1: Primeira versão do Google em 1998



Fonte: Google Imagens (2014)

O ano de 1996 tornou-se um marco na história da Internet como se conhece atualmente: de acordo com Pinudo e Gomes (2009) o Google traduz-se como o maior e melhor mecanismo de busca e reinventou os negócios na rede estabelecendo regras e mandamentos, fomentando a economia no ambiente web e o desenvolvimento do comércio eletrônico. Segundo Jarvis (2010) atualmente, informações a respeito de valores da corporação não são amplamente divulgados e alguns números permanecem em segredo desde 2008. No entanto, é possível perceber como a corporação Google é influente no ambiente web. Ainda citando Jarvis:

A Hitwise, que mede o tráfego na internet, informou que o Google deteve 71% das buscas no Estados Unidos e 87% no Reino Unido em 2008. Depois de adquirir a empresa de propaganda DoubleClick em 2008, a Google passou a controlar 69% dos serviços de propaganda online, de acordo com a Attributor, e 24% da receita de propaganda online, segundo a IDC[...] Em 2007 e novamente em 2008, diz o Millward Brown BrandZ Top 100, Google era a marca número um em todo o mundo. (JARVIS, 2010, p.5)

A análise desses dados revelam a presença imponente e importância do Google no mundo da Internet e mostram como sua influência atinge grande número da população e setores do mercado de trabalho voltados para o ambiente web.

3.2 Google e a interação no ciberespaço

Segundo Diaz-Isenrath (2005) “em fevereiro de 2005 o Google teria indexado mais de 8 bilhões de páginas, mais de um bilhão de imagens e oitocentos milhões de mensagens”. A corporação Google reinventou a busca e recuperação de informação no ambiente web assim como no mundo dos negócios na rede a exemplo do comércio eletrônico, que se caracteriza como um importante avanço no contexto das transações financeiras e economia mundial.

Levy (1999, p.47) apresenta o conceito de *universalização* como algo que “propaga a co-presença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional”, isto é, a universalização da Internet proporcionou a quebra de barreiras geográficas possibilitando a interação entre indivíduos em lugares distintos.

O Google como ferramenta principal e de maior importância em buscas através da Internet, atualmente torna-se um grande colaborador da universalização do ciberespaço atuando ativamente em seu desenvolvimento e atualização alterando formas de se pensar, fazer negócio e, até mesmo entender o mercado de trabalho.

No final do século XIX Paul Otlet, considerado um dos pais da Ciência da Informação juntamente com seu companheiro de trabalho Henri La Fontaine, cria o *Mundaneum*, nomenclatura dada ao projeto que tinha como principal objetivo a criação de um depósito de informações mundial. Suas atividades documentárias “deveriam ser apoiadas em uma coleção de documentos cobrindo todas as áreas de atividade humana, servindo de apoio à pesquisa, ao ensino e aos congressos” (PEREIRA, 1995, p.2).

Apesar de o Google apresentar-se como uma corporação 100% capitalista é possível associá-lo com os objetivos do *Mundaneum* com o ideal de reunião do saber, coletivo da sociedade, como vemos em sua principal missão que é “organizar as informações do mundo e torná-las mundialmente acessíveis e úteis” (GOOGLE, 2014).

O Google adquiriu espaço neste estudo não só por estar associado, mesmo que superficialmente, aos ideais de Paul Otlet e da Biblioteca de Alexandria, mas por trás de sua criação estão conceitos intrínsecos e fundamentais à área de Biblioteconomia e Ciência da Informação, a saber: indexação, organização, recuperação e disseminação da informação que estão diretamente relacionados ao fazer profissional do bibliotecário num ambiente web, foco de estudo desse trabalho de conclusão de curso.

3.3 Ferramentas de busca e recuperação da informação em ambiente web

Um buscador como o Google torna possível a recuperação da informação. Segundo Oliveira et. al. (2011) os mecanismos de busca online funcionam de forma automatizada através de robôs denominados *spiders* que garantem o sucesso dos processos de recuperação da informação. Os documentos analisados são encaminhados para programas auxiliares que realizam a indexação de acordo com o algoritmo preestabelecido – a exemplo do PageRank. De acordo com Gil-leiva (2007), “criou-se um espaço denominado Universo da Indexação ou Ambiente de Indexação na Web”, isto é, um espaço virtual onde padrões e conceitos consolidados facilitam a organização, disseminação e recuperação da informação na web.

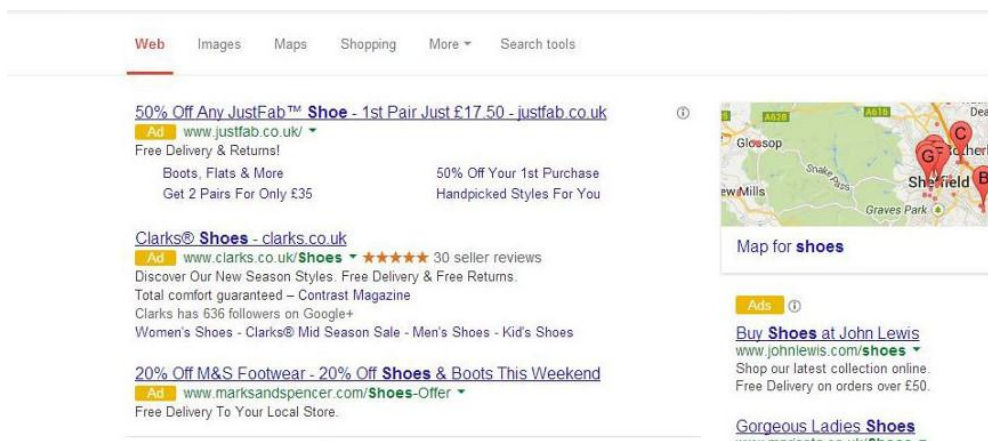
Embora existam outros mecanismos de busca como Yahoo, Ask.com. Uol e etc. – de acordo com Langville e Meyer (2004) no ano de 2000 estimava-se a existência de 3500 buscadores na Internet – este estudo contemplará especificamente o Google, por ser segundo Vaidhyanathan (2011, p.7) “uma das instituições mais onipresentes e importantes do mundo”.

Atualmente o Google apresenta tantos serviços de diversos tipos e objetivos que de acordo com Santos e Nicolau (2012) a chamada “cultura Google” modificou o comportamento do usuário em ambiente web assim “como sua nova forma de buscar informação, principalmente quando esta ferramenta é, por vezes, confundida com a própria internet.” (SANTOS; NICOLAU, 2012, p.9). Além de seu serviço de busca o Google oferece: e-mail gratuito (Gmail), ferramenta de blogs (Blogger), plataforma para distribuição de vídeos (Youtube), serviço de mapas (Google Maps), consulta a artigos acadêmicos (Google Scholar), consulta a livros (Google Books), redes sociais (Orkut e mais recentemente Google Plus) e até mesmo uma plataforma de gerenciamento de consultas médicas (Google Health) extinto em 2012 (GOOGLE, 2014); entre outros mecanismos.

Entretanto, no que diz respeito à relação existente entre os serviços Google e a área de Biblioteconomia, a ferramenta pertencente ao Google que será analisada mais a fundo chama-se Google Adwords que se compreende como “seu principal programa de publicidade” (VAIDHYANATHAN,2011, p.23). Através da página do buscador o Adwords funciona da seguinte forma: quando o usuário digita uma palavra chave (termo de busca) somado aos resultados aparecem anúncios chamados links patrocinados que conforme Monteiro (2007, p.5) cita didaticamente define-se como “um modelo de

propaganda onde o anunciante não paga pela sua exposição, ele paga apenas quando o usuário clica”. Isso significa que o Google faz um leilão quase que em tempo real entre os anunciantes para determinar quem vai ficar no topo da lista de anúncios na qual é fácil de localizar: os anúncios aparecem em boxes no canto superior e canto esquerdo da tela como citam Martins e Madureira (2012). Além disso, vem sinalizados com a palavra “anúncio” (ou “ad” quando a página se encontra em inglês) realçada com um marca texto em cor laranja. O leilão ocorre de acordo com as palavras-chave (*keywords*) buscadas e cada uma possui um valor de acordo com seu nível de importância na busca realizada pelo usuário.

Figura 2: Visualização da posição dos links patrocinados na página do Google



Fonte: Google Imagens (2014)

A ferramenta Adwords é utilizada por anunciantes que desejam aparecer nas buscas do Google. Segundo dados da ComScore – empresa de pesquisa de mercado que fornece dados de marketing e serviços mundialmente conhecida – em 2013 somente nos Estados Unidos das 18,7 bilhões de buscas realizadas em mecanismos de busca, 12,5 bilhões originaram-se do Google, esse número representa 67% do mercado de busca apenas em um país (COMSCORE, 2013). Dessa forma, ignorar o sistema do Google Adwords significa ignorar também o sucesso de uma empresa no ramo do comércio eletrônico. Para Martins e Madureira (2012) a teoria aceita é de que o usuário que faz buscas por determinadas palavras está interessado em um produto ou serviço igual ou similar à sua busca. Por isso a tamanha importância da escolha das palavras-chave relevantes para o leilão, assim o anúncio da empresa é exibido no topo da lista e a quantia de capital gasto no leilão não se torne prejudicial ao orçamento.

Partindo dessa premissa qualquer empresa que deseja obter visualização e reconhecimento no comércio eletrônico necessita administrar de forma correta o Google Adwords para obter a maior porcentagem de lucro possível. É nesse contexto que o bibliotecário se insere.

Como apresentado anteriormente neste trabalho, o bibliotecário deve estar em constante atualização, principalmente por conta da decorrência das novas Tecnologias de Informação e comunicação. Citando Santaella (2010, apud SANTOS, NICOLAU, 2012) antigamente a sociedade adotava um modelo industrial no qual o produto material possuía maior valor e posteriormente passou a adotar o modelo informacional, no qual a informação e a criação de conhecimento tornou-se o bem imaterial mais valioso.

A partir da utilização correta da ferramenta de publicidade e marketing Adwords do Google, o comércio eletrônico pode trazer grande margem de lucro para a empresa e é importante salientar que o bibliotecário se mostra como um profissional capacitado, imbuído de competências necessárias para o bom andamento de uma empresa especializada em comércio eletrônico.

Assim como Baptista (2004) argumenta, as mudanças no mercado de trabalho do profissional da informação são resultado das inovações tecnológicas associadas ao fenômeno da globalização econômica, social e cultural. A autora ainda diz que “do final da última década até os dias de hoje foram realizados vários estudos sobre a atuação do bibliotecário na Internet, mostrando as oportunidades que a rede oferece aos profissionais da área da informação.” (BAPTISTA, 2004, p.225).

Tendo definido o contexto atual no qual a Internet está inserida e o claro domínio exercido pela corporação Google em ambiente web, a quarta seção deste estudo contemplará o comércio eletrônico e sua relação com a profissão do bibliotecário inserido neste ramo, que se apresenta como um novo campo de atuação deste no mercado de trabalho face ao contexto atual.

4 O COMÉRCIO ELETRÔNICO E SUA RELAÇÃO COM A BIBLIOTECONOMIA

E neste mutável mundo de hoje, em que tudo acontece com uma rapidez incrível, só resta mesmo uma saída, tanto para as organizações como para os indivíduos – ousar/mudar (MUELLER, 1995).

Após discorrer sobre a criação da corporação Google e seu domínio e influência nos negócios conduzidos em ambiente web, percebe-se que um novo cenário surge para o bibliotecário e sua atuação como profissional na sociedade da informação. Esta seção do estudo apresenta como e porque o comércio eletrônico se insere nas premissas de um mercado de trabalho atuante para este profissional.

Na definição de Kalakoka e Whinston (1996, apud ALBERTIN, 1998, p.57) “comércio eletrônico pode ser definido como sendo a compra e a venda de informações, produtos e serviços através de redes de computadores.” Em outra definição Andrade (2001, apud NAKAMURA, 2011, p. 14) explica que o conceito de comércio eletrônico caracteriza-se como “a aplicação de tecnologias de comunicação e informação compartilhadas entre as empresas, procurando atingir seus objetivos”. Em outra descrição, Kiniz e Knaesel (2002, p.2) definem comércio eletrônico como “a ação de efetuar compras via Internet [...] e tem como maior objetivo atender a uma necessidade do usuário pela aquisição de um bem de consumo.”

Peter Drucker, considerado o pai da gestão moderna visualiza no comércio eletrônico uma grande revolução para a economia mundial:

O comércio eletrônico é para a Revolução da Informação o que a ferrovia foi para a Revolução Industrial – um avanço totalmente novo, totalmente sem precedentes, totalmente inesperado. Fazendo uma analogia com a ferrovia de 170 anos atrás, o comércio eletrônico está criando uma nova explosão, mudando rapidamente a economia, a sociedade e a política. (DRUCKER, 2000, p.4)

Esta citação prenuncia que o comércio eletrônico representa uma quebra de paradigmas na economia e na forma como as pessoas utilizam a Internet. Segundo Toledo (2013, p.108) “os investimentos no setor de tecnologia da informação diversificaram os modos de comunicação, acelerando o acesso da sociedade a esse campo tecnológico e ao mercado após o surgimento da internet.” O autor tem raciocínio semelhante a Castells (2003) que dez anos antes chamava atenção para o fato de a Internet estar modificando a forma como empresas lidavam com seus consumidores e

fornecedores; para ele “os usos adequados da internet tornaram-se uma fonte decisiva da produtividade e competitividade para negócios de todos os tipos.” (CASTELLS, 2003, p. 56).

Dessa forma, faz-se necessária uma retrospectiva a fim de entender como este cenário foi construído e chegou até a sociedade da informação como peça chave da economia.

4.1 Comércio eletrônico: História e evolução

A World Wide Web criada na década de 1990 por Tim Bernes-Lee proporcionou uma grande transformação no mundo digital permitindo a troca de informações cada vez maior. De acordo com Toledo (2013) é possível dividir a história da Internet em duas partes na quais a primeira seria seu nascimento e desenvolvimento e a segunda, o surgimento de uma Internet moderna integrada ao mundo dos negócios “isso porque o processo de compra pela rede nada mais é que a troca de informações sobre produtos oferecidos [...] e informações sobre dados bancários do usuário [...] para que a empresa obtenha seu rendimento.” (TOLEDO, 2013, p.110).

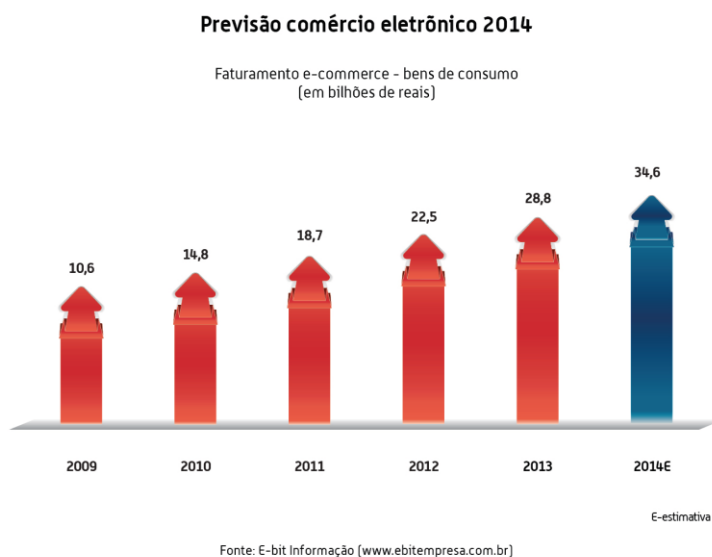
Conforme cita Nakamura (2011) a forma de comércio por meio eletrônico iniciou-se na década de 1979 quando o inventor inglês Michael Aldrich utilizou uma televisão de 26” e a personalizou para um computador doméstico efetuando transações através de uma linha telefônica. Juntamente com os serviços oferecidos para usuários domésticos da Internet, na década de 1980 a CompuServe disponibilizou o Electronic Mall no qual funcionava como um shopping virtual. Após uma década de poucas mudanças a revolução chegou na segunda metade da década de 1990 com as gigantes Ebay e Amazon que trilharam o caminho do comércio eletrônico para o sucesso (NAKAMURA,2011).

Atualmente, segundo o relatório Webshoppers (2014) – iniciativa da E-Bit⁸ para calcular números e mostrar a evolução do comércio eletrônico no Brasil– só no Brasil o comércio eletrônico faturou no ano de 2013 a quantia de R\$28,8 bilhões com um número de pedidos feitos via Internet de 88,3 milhões neste mesmo ano e que “para 2014, a estimativa é de que o setor cresça nominalmente 20% [em relação ao ano passado] faturando R\$34,6 bilhões” (WEBSHOPPERS, 2014, p.8). Dessa forma, aqui

⁸ Empresa especializada em informações do comércio eletrônico está presente no mercado brasileiro desde 2000 (WEBSHOPPERS, 2014).

se resalta a importância que o comércio eletrônico está adquirindo na economia não só no Brasil, mas no mundo inteiro. Assim como para Drucker (2000, p.1) “essa nova realidade está modificando profundamente economias, mercados e estruturas setoriais; os produtos e serviços e seu fluxo; a segmentação, os valores e o comportamento dos consumidores; o mercado de trabalho.”.

Figura 3: Faturamento do e-commerce brasileiro de 2009 a 2013 e previsão para 2014



Fonte: Webshoppers (2014)

A Figura 3 ilustra em um gráfico retirado do relatório Webshoppers 2014 o faturamento do e-commerce brasileiro em bilhões de reais nos últimos cinco anos (colunas em vermelho) e a previsão para o ano de 2014 (coluna em azul). Facilmente observa-se que se trata de um gráfico exponencial no qual o faturamento em bilhões cresce a cada ano chegando a triplicar de 2009 diante da previsão para este ano.

Os dados contidos no gráfico acima mostram como o comércio eletrônico evoluiu e tem interferido diretamente na economia brasileira nos últimos anos, representando um campo de atuação em constante crescimento, apto para receber novos profissionais atualizados e antenados com a tecnologia sempre em desenvolvimento.

O conceito de comércio eletrônico não se baseia apenas em prestação de serviços diretamente para o consumidor. Dessa forma vale ressaltar neste estudo que as

formas de se fazer comércio em meio eletrônico são divididas em três diferentes categorias classificando os tipos de negócio realizados e os principais agentes, a saber:

- a) B2B: Sigla utilizada para a expressão em inglês *Business to Business*, e “envolve mercados eletrônicos e ligações diretas entre empresas” (COELHO, 2006, p.20). Segundo a autora, o B2B ganhou espaço na economia a partir dos anos 90 e atualmente as empresas estão buscando cada vez mais a automação de serviços e negócios. Os portais B2B oferecem leilões, mercado de trocas entre empresas, softwares, aplicativos para escritório, dentre outros serviços. (COELHO, 2006).
- b) B2C: Sigla para a expressão em inglês *Business to Consumers*, é o tipo de comércio eletrônico no qual a população está habituada e representa a relação empresa-consumidor. De acordo com Pereira e Prado (2009, p.96) “o canal de comunicação entre a empresa e o consumidor se faz através de um site, chamado loja virtual, que é a praça de mercado eletrônico que vai seduzir os consumidores”. A modalidade de comércio B2C é estratégica para empresas que focam exclusivamente no varejo, buscando táticas para driblar a concorrência acirrada na Internet.
- c) C2C: ou *Consumer to Consumer* representa a modalidade de comércio eletrônico consumidor a consumidor, em outras palavras, as negociações realizadas de consumidores para consumidores. Silva e Cruz (2012, p.3) citando O’Brien (2004) definem o e-commerce C2C como “a propaganda pessoal eletrônica de produtos ou serviços para compra ou venda.” O exemplo desta modalidade mais conhecida entre os brasileiros é o Mercado Livre (www.mercadolivre.com.br).

A partir da definição do tipo de comércio eletrônico que uma empresa irá gerenciar, é possível traçar estratégias específicas com o objetivo de difundir e expandir o negócio driblando a concorrência e permanecendo em primeiro lugar no ranking de relevância. O bibliotecário inserido no comércio eletrônico, buscando o conhecimento prévio do tipo de empresa em que se encontra, tem a possibilidade de analisar, calcular e planejar as táticas corretas gerando lucros e ganhando visibilidade neste novo campo de atuação.

4.2 Bibliotecário inserido no comércio eletrônico

Toledo (2013) analisa geograficamente as vantagens do comércio eletrônico sendo possível dizer que dentre os benefícios de uma compra online está a economia de tempo com relação à locomoção do usuário/cliente para as lojas físicas e às filas enfrentadas, além do conforto para o usuário de realizar uma pesquisa de valor menos cansativa em busca do produto certo, na loja certa e pelo menor preço.

Baseando-se nessa análise é considerável salientar a construção de um cenário composto por dois personagens. De um lado, os **empresários** do ramo do comércio eletrônico sedentos por lucro em um mercado que a cada ano que passa torna-se mais competitivo e maior (WEBSHOPPERS, 2014). Estabelecida essa necessidade, os novos empreendedores são obrigados a fornecer um serviço que possibilite a visibilidade de seu negócio frente aos motores de busca – principalmente o Google – uma vez que quem é ranqueado em primeiro lugar ganha não só visibilidade, mas credibilidade e confiança do usuário/cliente. De outro lado, um **usuário/cliente** cada vez mais exigente e à procura do maior conforto e menor preço a fim de satisfazer sua demanda.

A partir desta atual conjuntura e analisando a atuação do bibliotecário no mercado de trabalho, algumas indagações devem ser feitas: como o bibliotecário e suas habilidades se inserem neste ambiente? Quais habilidades que este profissional possui são capazes de proporcionar vantagem competitiva no ramo do comércio eletrônico? A Figura 4 relacionada abaixo demonstra o modelo de funcionamento do comércio eletrônico e as relações que acontecem entre o comprador e o vendedor durante o processo de compra:

Fig. 4: Modelo de comércio eletrônico



Fonte: ALBERTIM (1998, apud NAKAMURA, 2011, p.14, grifo nosso).

O grifo em vermelho em torno da palavra “informação” foi editado para este estudo de forma proposital com o intuito de chamar atenção na troca de informação que ocorre durante o processo de ação do comércio eletrônico. Por ser considerada o “maior repositório de informações da história humana” (OLIVEIRA et. Al., 2011, p. 64), a Internet necessita de medidas que possibilitem a qualidade da publicação em termos de organização e recuperação através da criação de ferramentas e/ou procedimentos que viabilizem o sucesso do negócio.

Os problemas advindos dessas necessidades serão solucionados por intermédio de um profissional com competências capazes de desenvolver um trabalho que gere lucros. Baptista (2004) constatou que a demanda pelo profissional da informação – e isso inclui os bibliotecários – é crescente no mercado de trabalho digital pelo excesso e desorganização da informação geradas na Internet criando espaço para esses profissionais que são capazes de realizar atividades com objetivo de filtrar e organizar a informação. De acordo com Baptista (2004, p. 227) “existe uma demanda relacionada com as tarefas de planejar, construir e operacionalizar páginas (organização da informação) e com as atividades de busca de informação (criação de filtros para recuperação da informação).”.

Como visto no capítulo 2 deste estudo, a sociedade da informação que foi criada por intermédio das novas TICs e o advento da Internet na década de 1990 estão abrindo novos campos no mercado de trabalho para o bibliotecário exigindo sua atualização frente às demandas informacionais que surgem – a exemplo do entendimento básico de lidar com a utilização da Internet. Siqueira (2013) certificou a necessidade da implantação de serviços de recuperação da informação eficazes a fim de suportar a demanda informacional construída no ambiente web uma vez que o trabalho manual torna-se impossível.

4.3 Técnicas de SEO no comércio eletrônico: O quê e para quê

No contexto de um ambiente informatizado e competitivo onde a informação tornou-se bem de maior valor é fundamental a criação de técnicas que ofereçam oportunidades para que determinados sites de comércio eletrônico sejam otimizados de forma a sair na frente de outros e garantir a atenção do usuário/cliente. Para isso Oliveira et. al. (2011, p. 65) explicam que “nos aspectos relacionados à disponibilização

e recuperação da informação, estão os procedimentos denominados *Search Engine Optimization* (SEO) que visam melhorar o posicionamento dos websites nos mecanismos de busca, atualmente, principal forma de recuperação da informação eletrônica”.

As técnicas de SEO funcionam com um único objetivo: fazer que o site apareça em primeiro lugar no ranking quando um usuário digita uma palavra-chave em de um mecanismo de busca. Ainda citando Oliveira et al (2011), ressalta-se que a aplicabilidade dessas técnicas vem crescendo principalmente no meio comercial com a finalidade de promover o fortalecimento das marcas e de seus produtos possibilitando o primeiro lugar no *ranking* dos primeiros resultados nos mecanismos de busca.

Costa (2011) traduz o termo *Search Engine Optimization* para o português como otimização de mecanismo de busca o que significa que essas técnicas são voltadas diretamente para mecanismos de busca. No capítulo 3 deste trabalho foi falado que caso um site não apareça em nenhum mecanismo busca significa dizer, em outras palavras, que ele não existe. O Google é considerado o melhor deles e segundo Kendzerski (2009) 50% dos acessos recebidos em um site são provenientes de pesquisas realizadas em mecanismos de busca. Dessa forma, salienta-se a importância que as técnicas de SEO representam para sites de comércio eletrônico.

Existem diversas técnicas de SEO específicas que abarcam áreas de Tecnologia da Informação e Marketing desempenhando importante papel na busca pelo melhor posicionamento de websites, porém, neste trabalho não serão analisadas com o objetivo de não fugir da proposta inicial. Conforme descreve Kendzerski (2009), um projeto utilizando as técnicas de SEO envolve quatro análises a serem realizadas para que traga sucesso e lucro, descritas a seguir:

- 1) Análise Técnica – São as instruções a serem implementadas no código-fonte do site. “Diversos modelos de ferramentas de construção de sites impedem uma correta indexação por parte dos mecanismos de busca” (KENDZERSKI, 2009, p.83), isto é, a programação do site deve estar de acordo com os códigos gerados pelo profissional de Tecnologia da Informação para que a indexação realizada pelos robôs dos mecanismos de busca seja feita corretamente a fim de não prejudicar a futura recuperação da informação.

- 2) **Análise de conteúdo** – É a análise voltada para a relação dos códigos-fonte com o conteúdo do site. Caso um erro de código aconteça seria o mesmo dizer que um site vende laranjas, mas sua visualização diz respeito a melancias. Além disso, a análise de conteúdo torna-se importante para definir a relevância do site no mecanismo de busca contribuindo para um melhor posicionamento. Kendzerski (2009) entende como “relevância” a importância que um site possui diante da pesquisa realizada pelo usuário no mecanismo de busca.

- 3) **Análise de Popularidade** – Em outras palavras, faz com o que um site se torne uma referência importante na Internet. Assim como na ideia inicial de Larry Page, criador do Google e PageRank, que tinha como propósito citar os melhores sites, a análise de popularidade se baseia em como um website está posicionado e citado na Internet. Em ambiente biblioteconômico as citações dão credibilidade e confiabilidade ao usuário. Além disso, é de responsabilidade do bibliotecário efetuar uma pesquisa de público-alvo traçando o perfil do usuário que frequenta o site. (KENT, 2008 apud OLIVEIRA et.al., 2011).

- 4) **Análise da Concorrência** – Segundo o autor, consiste em uma das etapas mais importantes a ser analisada, pois mostra qual site está ocupando a melhor posição. É nesta análise que se identifica as palavras-chave e/ou expressões-chave que serão trabalhadas. Oliveira et. al. (2011) definem as palavras-chave como fundamentais para o bom posicionamento e visibilidade nos mecanismos de busca a partir do momento que ao efetuarem uma busca a partir de uma palavra os usuários recebem os resultados originados a partir desta. Em ambiente biblioteconômico as palavras-chave fazem parte do processo de indexação e têm como objetivo a identificação e recuperação da informação desejada. O bibliotecário por ser um profissional com habilidades e competências estudadas e adquiridas para esse objetivo é o responsável por escolher as palavras pertinentes garantindo a recuperação dos melhores resultados para o usuário/cliente.

A partir das quatro análises, em destaque as de número 3 e 4, é possível situar o bibliotecário em um contexto no qual se torna um profissional com habilidades essenciais para otimização de sites de comércio eletrônico, contribuindo para sua lucratividade e sucesso em ambiente web.

Assim, para que um site especializado em comércio eletrônico tenha sucesso no ambiente web, atividades realizadas por bibliotecários e conceitos adquiridos em sua formação são extremamente importantes, a saber: organização, recuperação e disseminação da informação. A importância das estratégias de SEO na otimização de websites especializados em comércio eletrônico, aliada às habilidades e competências específicas dos bibliotecários promove a gestão e expansão do conhecimento permitindo a este profissional um novo campo de atuação no mercado de trabalho em ambiente web.

Em uma pesquisa realizada em 2003, Baptista (2004) cita que o assunto é novo e encontra-se em fase exploratória uma vez que o número de bibliotecários presentes em ambiente web ainda é singelo. No entanto, após as análises e pesquisas realizadas em torno da área de Biblioteconomia e outras como Tecnologia da Informação e Marketing, é nítida a relação que existe entre as funções do bibliotecário e as habilidades necessárias para o desenvolvimento de um site especializado em comércio eletrônico principalmente no que diz respeito às aplicações de técnicas de SEO para um bom posicionamento no mecanismo de busca que domina a Internet como o Google. Tarapanoff, Suaiden e Oliveira (2002) constataram que o bibliotecário é um “especialista da informação” que hoje é contratado para trabalhar em qualquer empresa que lide com a informação. Um site de comércio eletrônico se insere nesse quadro e necessita das práticas biblioteconômicas para garantir seu sucesso frente a este novo e competitivo mercado.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a realização deste estudo baseados nos conceitos de metodologia de Gil (2002) e Vergara (2011). Está subdividido em três tópicos, a saber: caracterização da pesquisa, universo da pesquisa e instrumento de coleta de dados.

5.1 Caracterização da pesquisa

Vergara (2011) divide as pesquisas quanto aos fins e quanto aos meios. De acordo com o objetivo desta pesquisa, ela foi uma pesquisa descritiva e exploratória demonstrando o papel do bibliotecário em um novo campo do mercado de trabalho procurando destacar que seu olhar clínico é necessário para alcançar porcentagem de lucro grande e sucesso no ramo do comércio eletrônico.

Segundo Gil (2002) a pesquisa descritiva tem como objetivo principal a descrição das características de determinado grupo ou estabelece o relacionamento entre variáveis, isto é, o bibliotecário e sua nova atuação no mercado de trabalho relacionando-se com o comércio eletrônico. O autor também define o outro tipo de pesquisa deste estudo denominado exploratório cuja finalidade é o “aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado” (GIL, 2002, p.41), isto é, o foco na nova atuação do bibliotecário em mundo moderno e conectado. Em ambos os tipos de pesquisa o autor verificou o envolvimento de coletas de dados como questionários e o levantamento bibliográfico.

Quanto aos meios e procedimentos utilizados, a pesquisa foi bibliográfica com o objetivo de buscar fontes teóricas para fundamentar o tema e objeto de pesquisa: através da análise de artigos científicos, monografias, teses de doutorado e livros das áreas de Biblioteconomia, Geografia, Administração, Marketing, Tecnologia da Informação foi possível obter fontes e conhecimentos necessários para a elaboração deste texto em capítulos nos quais a interdisciplinaridade foi predominante para que se chegasse a um estudo completo. Gil (2002) argumenta que a pesquisa bibliográfica tem como base material já levantado principalmente em formato de livros e artigos científicos. Além disso, a pesquisa bibliográfica permitiu à autora a abrangência de fatos que diretamente

nãos seriam possíveis, ou seja, a pesquisa bibliográfica permite que o estudo se torne completo e proporciona abrangência maior.

Em relação à natureza, trata-se de uma pesquisa quanti-qualitativa, pois se desenvolveu através de dados estatísticos a partir de coletas de dados (lado quantitativo da pesquisa); e de análises de conteúdo (lado qualitativo). Além disso, a pesquisa qualitativa pode ser definida como um processo que desencadeia uma sequência de atividades assim como este projeto: seleção, organização, interpretação e redação dos fatos estudados. (GIL, 2002)

5.2 Universo da pesquisa

O universo da pesquisa foi composto por bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia que estivessem atuando com comércio eletrônico no Estado do Rio de Janeiro. Uma vez que o tema tratado neste estudo é novo e atual, a busca por fontes para encontrar bibliotecários e estudantes que trabalham nesta área foi mais trabalhosa, pois o número de profissionais explorando esta nova área ainda é singelo. A partir deste ponto, foi utilizada a rede social Facebook para encontrar estas pessoas: a *fan-page* escolhida foi *Biblioteconomia RJ* por conter 1964 membros, um número considerável até o dia 28 de março de 2014. Também se verificou com o Sindicato de Bibliotecários do Rio de Janeiro (SINDIB-RJ) e com o Conselho Regional de Biblioteconomia (CRB7) do Estado do Rio de Janeiro, pois a pesquisa ficou limitada a este Estado. Nessa coleta, realizada em março de 2014 identificou-se 23 pessoas com o perfil desejado para compor o universo da pesquisa.

Entretanto, após fazer contato com eles via e-mail, apenas 18 pessoas aceitaram participar da pesquisa, sendo 11 estudantes de Biblioteconomia das universidades federais do Rio de Janeiro UNIRIO e UFRJ que trabalham/trabalharam como estagiários em empresas de comércio eletrônico e sete bibliotecários formados que atuam/atuarão com comércio eletrônico no Rio de Janeiro.

5.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados utilizado se deu através da aplicação de um questionário enviado por e-mail para os estudantes de Biblioteconomia e bibliotecários que aceitaram participar da pesquisa.

O questionário (apêndice A) é composto por 13 questões cujo objetivo foi analisar as atividades desenvolvidas por bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia na área de comércio eletrônico. Para isso, foram elaboradas questões que tivessem relação com a formação de cada indivíduo e também com as atividades desenvolvidas e habilidades requeridas desse profissional que atua com comércio eletrônico.

O prazo dado para devolução do questionário respondido foi de sete dias contados a partir da data de envio do questionário, cuja coleta foi realizada no mês de abril. Os dados coletados foram transcritos para análise conforme serão apresentados no próximo capítulo.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados coletados são analisados nesta seção, uma vez que a pesquisa em questão é quanti-qualitativa, a análise será feita através da exposição de gráficos e da transcrição das respostas descritivas com o objetivo de explorar ao máximo a contribuição de estudantes e bibliotecários que trabalham/trabalharam no ramo de comércio eletrônico.

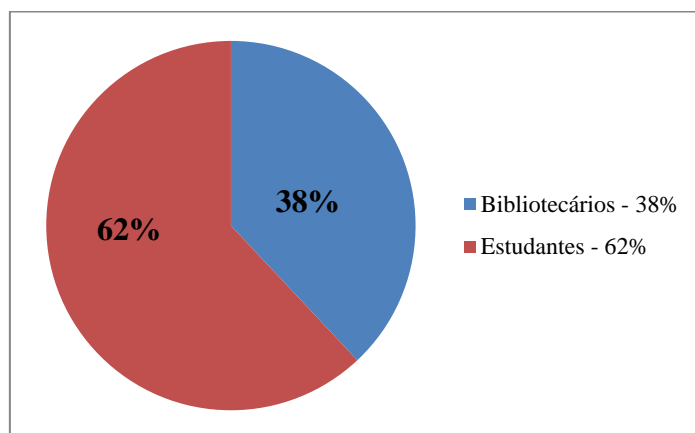
Vale ressaltar que neste estudo não haverá diferença entre estudantes de Biblioteconomia e bibliotecários já formados e o período de experiência de cada um dos participantes em comércio eletrônico, pois após a análise das respostas percebeu-se que não houve distinção nas respostas. Além disso, a divisão dos participantes prejudicaria a apresentação e análise dos dados uma vez que o número de respondentes é reduzido. Dessa forma, para preservar as respostas e realizar uma investigação completa para este estudo esta atitude foi tomada.

6.1 Perfil

A primeira etapa da análise foi quantificar a identificação do sexo dos participantes e percebeu-se a predominância do sexo feminino com 78% enquanto os participantes do sexo masculino representam 22%, o que chama atenção para o fato de que a profissão bibliotecário ainda não é explorada por grande parte do público masculino demonstrando um estereótipo antigo ainda em vigor. A partir desta primeira questão, serão iniciadas as análises dos primeiros resultados quantitativos do questionário.

O primeiro gráfico a ser analisado é a distinção entre bibliotecários já graduados e estudantes que cursam Biblioteconomia. A predominância de estudantes – 62% - na pesquisa é nítida mostrando que cada vez mais as empresas estão abrindo espaços de estágios para estudantes de Biblioteconomia.

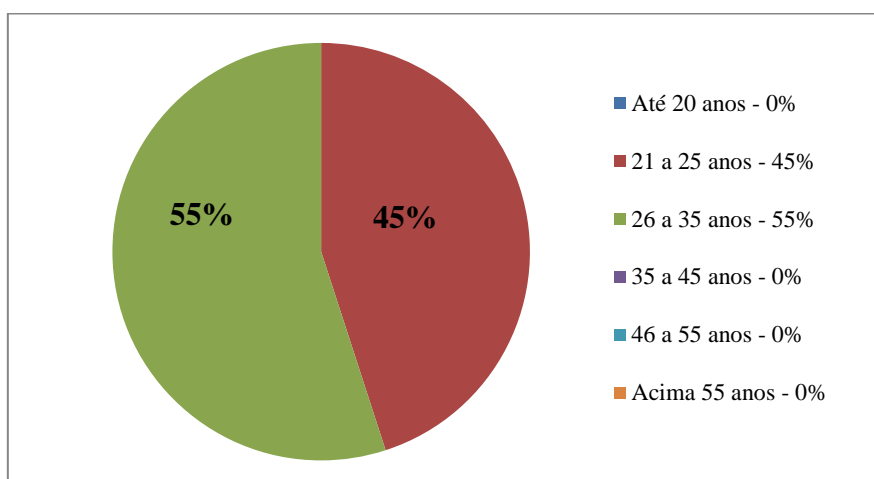
Gráfico 1: Categoria



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

O gráfico 2 indica um dado a respeito da faixa etária de estudantes e bibliotecários participantes que merece atenção: percebe-se que o ramo do comércio eletrônico está começando a ser explorado por bibliotecários recém formados e estudantes ainda em curso na faculdade. A presença predominante de jovens de 26 a 35 anos revela que este ramo está surgindo como a possibilidade de uma nova atuação para os futuros bibliotecários. Lancaster (1983, apud PAIVA, 1990) cita o processo de desinstitucionalização, isto é, ocorreu a transferência da importância das bibliotecas e documentos para a própria informação, permitindo aos bibliotecários explorar novos ramos de mercado.

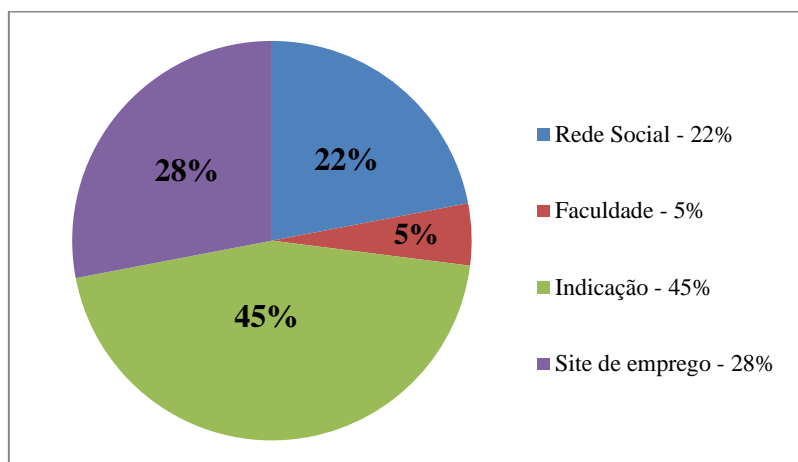
Gráfico 2: Faixa etária



Fonte: dados da pesquisa (2014)

A respeito da origem da vaga, ou seja, do canal pelo qual os participantes souberam da vaga oferecida percebe-se uma divisão entre três principais canais: a) rede social na qual foram consideradas grupos de estudantes e páginas relacionadas à Biblioteconomia; b) indicação por um colega que já trabalhava na área representando o maior percentual (45%), no qual se pode concluir que estudantes e bibliotecários estão utilizando a comunicação informal para a busca de novos empregos; e por fim c) sites especializados em empregos, onde muitas das empresas no ramo de comércio eletrônico disponibilizam vagas. O canal faculdade obteve o menor percentual calculado e na pesquisa significa que a disposição de vagas de estágio e emprego no mural do curso ou na secretaria não representa mais uma nova conformação no que se refere a captação de recursos humanos.

Gráfico 3: Origem da vaga oferecida

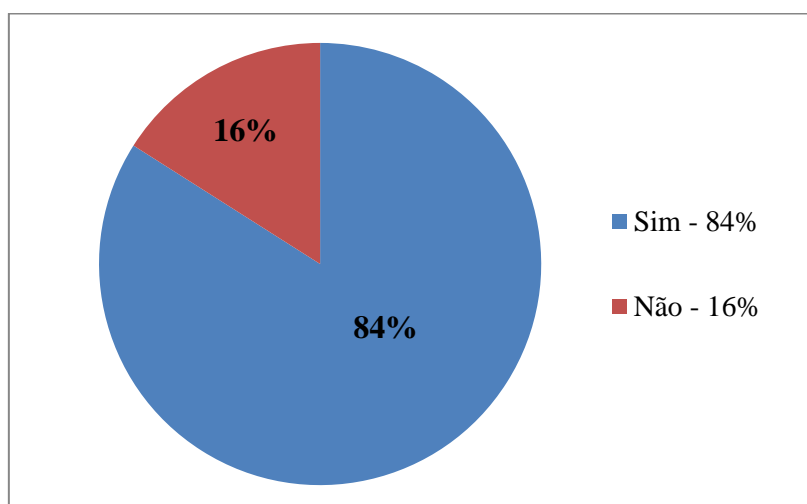


Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Torna-se importante ressaltar como a comunicação informal como indicação para empregos mostra-se como uma espécie de “zona de conforto”, a partir do momento que evidencia o fato de que bibliotecários indicados por amigos ou parentes não necessitam demonstrar suas habilidades e competências, ou ainda investir em sua educação continuada, indo ao desencontro do estudo em questão e de análises de autores a exemplo de Figueiredo e Souza (2007) a partir do momento que destacam como é necessário buscar novos conhecimentos e estimular-se para novas competências. Ainda em relação à indicação como forma de seleção para empregos destaca-se, nas palavras de Tarapanoff (1996, p.17, apud ODDONE, 1998, p.6) que o “próprio profissional deve produzir o caminho a ser trilhado, que não está pronto nem definido, mas se gesta a partir da análise da situação”, ou seja, para que o curso dos bibliotecários no mercado de trabalho tenha sucesso, cabem aos próprios profissionais trilharem o próprio caminho buscando sempre o aperfeiçoamento de habilidades e competências.

O gráfico 4 relaciona-se ao uso ativo de sites de comércio eletrônico por parte dos participantes fora do local de trabalho para fins particulares. Pode se perceber que 84% responderam que sim, que são usuários ativos deste tipo de site.

Gráfico 4: Usuários ativos de sites de e-commerce

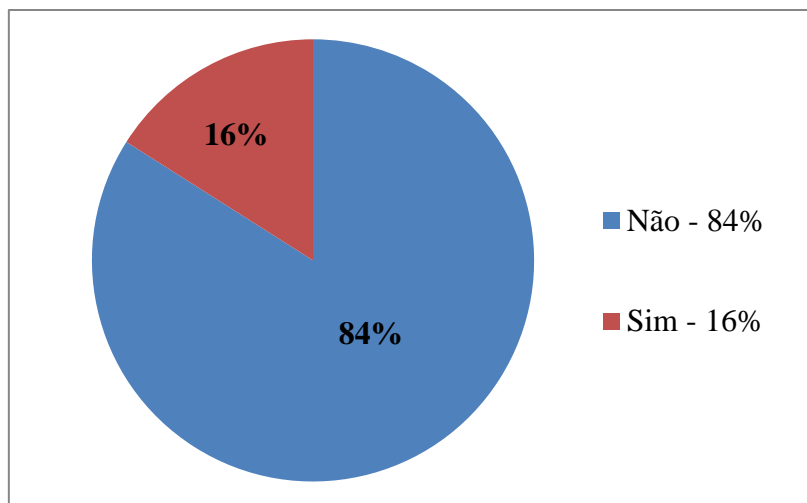


Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Toledo (2013) explica que o comércio eletrônico traz vantagens para usuários como o conforto de realizar uma compra sem o problema de locomoção ou o enfrentamento de filas. Além disso, Albertin (2004, apud Silva e Cruz, 2012) afirma que o comércio eletrônico contribui de diversas formas para a sociedade dentre elas a inovação e customização de produtos, promoções de produtos e novos canais de venda representando uma guinada na economia e novas formas de realizar compra e venda na Internet. No entanto, Limeira (2003, apud Coelho, 2006) afirma que em pesquisas realizadas nos Estados Unidos foi constatado que existem dois tipos de resistência para a prática de compras *online*: a preocupação com a segurança e privacidade transacional e não-transacional referentes ao mau uso das informações pessoais do usuário, vírus de computador, *spams*, etc.

Dessa forma, o gráfico 4 acima representa os dois tipos de usuário: os que não possuem o costume de acessar sites de comércio eletrônico e os que são usuários ativos, este segundo apresenta maior porcentagem entre os participantes do questionário demonstrando que bibliotecários e estudantes apresentam uma relação íntima com o ambiente de trabalho e os serviços oferecidos.

Como visto no gráfico 2, a predominância de jovens na participação do questionário comprovou a quebra de paradigmas no campo profissional do bibliotecário. Assim como se visualiza no gráfico 5, pois quando questionados sobre a relação que existe entre sites de comércio eletrônico e um novo campo de atuação dos bibliotecários 84% dos participantes responderam de forma negativa.

Gráfico 5: Conhecimento de *e-commerce* na área de Biblioteconomia

Fonte: dados da pesquisa (2014)

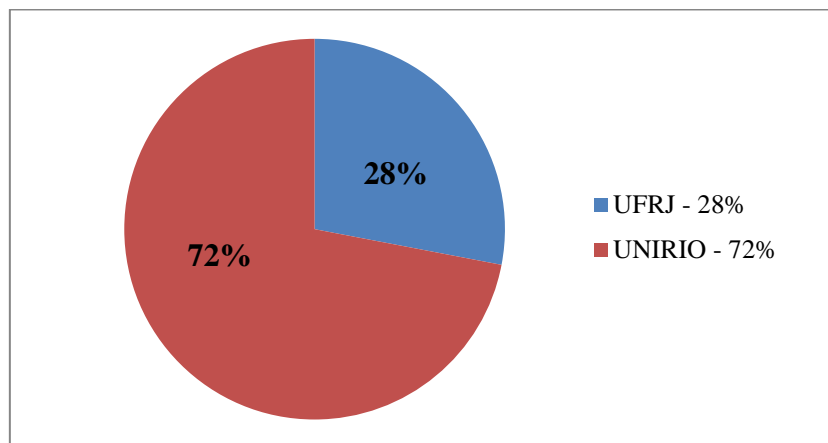
Isto significa que o ramo do comércio eletrônico ainda é desconhecido por grande parte dos participantes. Oddone (1998, p.3) em 1998 afirmou que poucos “profissionais parecem estar compreendendo e processando as marcas da nova cultura e do novo perfil social anunciado pelos clarins do próximo milênio”, ou seja, professores e estudantes não exploram novos mercados de trabalho ora por falta de conhecimentos, ora por ausência de oportunidades. Segundo Silva e Sales (2012) é importante que não só acadêmicos de Biblioteconomia, mas também bibliotecários tenham conhecimento geral dos campos de atuação que estão surgindo, especialmente após a inserção das TICs e da atribuição dada à informação como valor de insumo.

6.2 Da relação com a universidade

Também foram analisados os objetivos e grade curricular do curso de Biblioteconomia oferecido pelas três universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro para verificar se os mesmos capacitavam os estudantes para atuar em atividades ligadas ao comércio eletrônico. A partir disso, foram analisadas questões referentes às disciplinas e as relações estabelecidas entre faculdade e o novo campo de atuação oferecido a estudantes e bibliotecários no ramo do comércio eletrônico.

Para isso, verificou-se a instituição de origem dos pesquisadores e no gráfico 6 apresenta que 72% dos estudantes ou bibliotecários que participaram da pesquisa são ou foram alunos da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), enquanto que apenas 28% são provenientes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Constatou-se que nenhum estudante ou bibliotecário da Universidade Federal Fluminense (UFF) participou desta pesquisa.

Gráfico 6: Identificação do local de estudo dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

A partir de análises quanti-qualitativas das questões relacionadas à universidade e ao ramo do comércio eletrônico foi constatado que 72% dos participantes acreditam que as disciplinas cursadas na faculdade auxiliam no trabalho.

Solicitados a justificarem suas escolhas os participantes foram categóricos em pontuar a catalogação e indexação como matérias fundamentais para a execução de um trabalho bem feito em um site de comércio eletrônico conforme relatos.

As disciplinas referentes à indexação me ajudaram a compreender melhor a aplicabilidade dos conceitos e a parte teórica da catalogação com as determinações de campo para cada informação, escreveu Respondente 8 (R8)⁹.

Disciplinas iniciais do curso também foram consideradas pelos participantes assim como apontou R17: “Mesmo sendo disciplinas introdutórias, nos dão o ponto de partida para pesquisa do potencial da profissão na área de comércio eletrônico.”.

⁹A partir deste ponto, todos os respondentes serão classificados com a letra R e seu respectivo número. Ex.: R1, R2, R3, etc.

Apesar das opiniões positivas, 28% dos participantes não concordam com a abordagem das universidades e segundo R7 “tudo é muito referente ao trabalho do bibliotecário em bibliotecas”. Vale retomar o que foi discutido anteriormente neste trabalho no capítulo 2 no momento em que a ementa das universidades federais do Estado do Rio de Janeiro foi analisada e que na teoria se mostraram atentas à necessidade de constante modernização para a preparação do futuro profissional. A partir de algumas respostas esse quadro pertence somente para a teoria. De acordo com R9 “a grade é muito aquém do exigido no mercado de trabalho, além do desconhecimento de alguns professores da área na atuação do profissional bibliotecário em meios virtuais, principalmente comércio eletrônico”. Para R10 o curso de Biblioteconomia em que cursou era muito tradicional com “informações e didáticas arcaicas, nada voltado para as novas tecnologias e ao novo mercado de trabalho unindo o antigo com o novo”.

Vale ressaltar que Cunha, Macedo e Mueller (1985, apud Tarapanoff, 1988, p.63) dizem que

a responsabilidade em relação à educação continuada cabe não só aos cursos em Biblioteconomia e/ou Ciência da Informação e às Associações de classe, mas, sobretudo ao próprio profissional, que nela vê a possibilidade de cobrir lacunas de formação e de se atualizar em relação às demandas específicas.

Em outras palavras, a autora afirma que apesar do compromisso que a universidade deve assumir com os alunos em relação às disciplinas condizentes com a realidade, o próprio bibliotecário deve atualizar-se para se tornar um profissional com habilidades e competências favoráveis ao mercado de trabalho cada vez mais em desenvolvimento.

Na medida em que o questionário avança com o objetivo de saber com maior profundidade a relação existente entre a faculdade e o ramo do comércio eletrônico como novo campo de atuação, os participantes são estimulados a percorrer a grade curricular de suas respectivas universidades com o intuito de apontarem as disciplinas que os ajudaram a desenvolver suas funções no comércio eletrônico. Para fins de uma análise de melhor compreensão, a nomenclatura utilizada na ementa das faculdades não foi abordada sendo priorizada sua essência, ou seja, o que realmente é ministrado em sala de aula independente da nomenclatura criada, como se mostra na tabela abaixo:

Tabela 4: Disciplinas que auxiliam no desenvolvimento das funções em ambiente de trabalho

Aportes teóricos	Total de participantes que apontara como favorável
Classificação	10
Arquitetura da Informação	3
Classificação Decimal de Dewey	2
Classificação Decimal Universal	1
Ciência da Informação	6
Administração	2
Estudos de Usuários	1
Marketing	1
Técnicas de Referência	1
Indexação	12
Catálogo	2
Recuperação da Informação	4

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

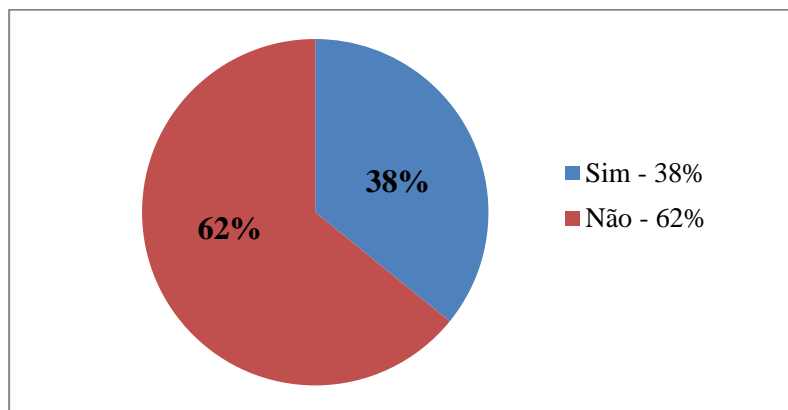
Orientados a responder de forma livre, os participantes apontaram disciplinas que, de acordo com a nomenclatura atribuída pela universidade, se encaixam nos 12 aportes teóricos demonstrados na Tabela 4. Novamente é possível perceber que as disciplinas mais citadas foram as que estão relacionadas com indexação e classificação, pois segundo R3 essas disciplinas “ajudam a ter coerência para organizar a informação para o comércio eletrônico.”. Novamente retomando o capítulo 2 deste estudo no momento em que são analisados os aportes teóricos considerados necessários para um bibliotecário em ambiente web, percebe-se que as respostas dos participantes se assemelham com as disciplinas analisadas a exemplo de Administração, Indexação, Recuperação da Informação e Marketing. Rezende (2002, apud Pizarro e Davok, 2008) afirma que para lidar com o grande volume de informação produzido pela sociedade contemporânea e as características cada vez mais diferenciadas dos usuários é preciso uma “constante adaptação do perfil de formação acadêmica e da situação dos profissionais da informação, em especial dos bibliotecários”. (PIZARRO; DAVOK, 2008, p.37).

Dessa forma, é importante que a grade curricular seja frequentemente atualizada de acordo com as necessidades profissionais dos futuros bibliotecários. Quando questionados sobre quais conteúdos acham que deveriam ser incluídos no currículo do curso para capacitar os profissionais a atuar com comércio eletrônico, 61% dos

participantes concordaram que disciplinas de Marketing devem ser incluídas na grade, auxiliando na atuação em sites de comércio eletrônico. A possibilidade diversificada de disciplinas apontou que 56% dos participantes acreditam que disciplinas de Informática são fundamentais para o aprendizado do futuro bibliotecário. Dentre as sugestões recolhidas também se encontram disciplinas de Administração (7%) e Comunicação (5,5%).

Para concluir a etapa do questionário na qual se procurou analisar a relação entre as instituições de ensino e o novo campo de atuação do bibliotecário em comércio eletrônico será analisado o Gráfico 7 a seguir:

Gráfico 7: Contribuição da universidade



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

A respeito das disciplinas oferecidas, é possível concluir que a grande maioria dos participantes não enxergam as instituições de ensino em Biblioteconomia como fomentadoras de novas alternativas para o mercado de trabalho, ao contrário, acreditam que as faculdades valorizam em demasia as disciplinas tradicionais, não tendo espaço para as novidades tanto do mundo acadêmico quanto do mercado de trabalho, salientando a resposta de R4 quando diz que “poucas coisas da faculdade são aproveitadas na prática”.

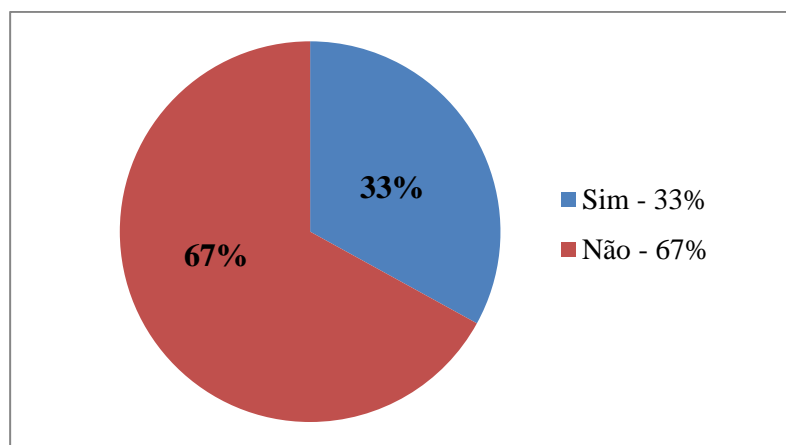
6.3 Das atividades exercidas

Trabalhar em um site de comércio eletrônico envolve diversas atividades além da compra e venda de produtos. Segundo Applegate et. al. (1996, apud Albertin, 1998, p. 57):

Ele inclui todos os tipos de esforços de pré-vendas e pós-vendas, assim como um conjunto de atividades auxiliares, que por sua vez, incluem novos enfoques para pesquisa de mercado, geração de condução qualificada de vendas, anúncios, compra e distribuição de produtos, suporte a cliente, recrutamento, relações públicas, operações de negócios, administração da produção, distribuição de conhecimento e transações financeiras.

Diante de um cenário dinâmico, repleto de setores diferenciados o bibliotecário inserido neste campo de atuação deve estar seguro ao exercer suas atividades demonstrando competência e destreza no momento em que surgem adversidades.

Gráfico 8: Nível de dificuldade para exercer as atividades em *e-commerce*



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Representando a porcentagem de participantes sobre as dificuldades para exercer atividades no campo do comércio eletrônico, o gráfico 8 mostra que mais da metade (67%) sente segurança para executar suas tarefas neste meio enquanto que 33% dos participantes alegam dificuldades uma vez que não existe o reconhecimento profissional por conta da empresa e superiores, como argumenta R7: “Não seriam dificuldades, mas de forma geral o mercado de trabalho ainda se surpreende ao saber que bibliotecários atuam nessa área.”.

Uma vez constatada a observação por parte de alguns participantes de que algumas pessoas no mercado de trabalho se surpreendem com bibliotecários atuando em comércio eletrônico, mostra-se importante analisar as atividades exercidas em ambiente profissional relacionadas com as disciplinas do curso oferecido, a fim de demonstrar para a sociedade que bibliotecários e estudantes estão aptos para explorar novos campos de atuação. De acordo com as repostas analisadas, as funções desempenhadas pelos participantes variam e são discriminadas da seguinte forma:

- a) Classificação de produtos: consiste em classificar produtos em categorias pré-estabelecidas. Ex.: Eletrodoméstico, Eletrônico, Telefonia, etc.
- b) Catalogação de produtos: trata-se da descrição completa de cada produto com o objetivo de ser recuperado rapidamente pelo usuário. A catalogação ocorre de acordo com um padrão estabelecido para todo site.
- c) Associação de lojas: termo utilizado para designar a ação de agrupamento das lojas catalogadas no site para que sempre tenha coerência entre elas. Ex.: Lojas especializadas em produtos de bebê terão um grupo enquanto lojas especializadas em perfumes serão incluídas em outro.
- d) Revisão de produtos: revisão dos produtos catalogados, caso haja alguma informação será corrigido imediatamente. A revisão é uma etapa fundamental, pois o usuário necessita das informações corretas e como argumentam Silva e Lopes (2011) o comportamento do usuário vem se alterando cada vez mais em decorrência das TICs.
- e) Criação de filtro: localizada geralmente na parte esquerda da página, os filtros são criados com o objetivo de especificar melhor a busca feita pelo usuário. Para isso, conhecimentos biblioteconômicos como indexação e classificação são necessários uma vez que as palavras escolhidas são determinantes para guiar o usuário em sua pesquisa. Segundo R6 a criação de filtros procura “atender às necessidades dos usuários de forma clara e objetiva”.
- f) Pesquisa web: atividade realizada com o objetivo de atualizar as descrições dos produtos catalogados no site. Segundo Respondente 16 a pesquisa na web é importante na busca de precisão para o usuário.

A descrição acima estabelece um cenário de atividades diversas, relacionadas diretamente com as funções desempenhadas por bibliotecários. De acordo com

Respondente 7 que relaciona as funções exercidas em seu local de trabalho interligadas com as competências direcionadas a bibliotecários e estudantes, certas disciplinas apresentadas na faculdade “permitiram apresentar um olhar mais humano ao usuário. Usuário esse no caso, *web*, que também necessita da informação clara e precisa”.

Por fim, os participantes são convidados a refletirem sobre o futuro da carreira e dos bibliotecários no ramo do comércio eletrônico. Vale ressaltar que a análise realizada neste estudo agrupou tanto bibliotecários já formados como estudantes das faculdades UNIRIO e UFRJ.

Gráfico 9: Carreira em e-commerce



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Nessa questão os participantes puderam compartilhar seus pensamentos, planos e concepções acerca do futuro de suas carreiras após o contato com este novo campo de atuação. O gráfico 9 comprova que a maioria (62%) dos participantes não possui o desejo de seguir carreira neste ramo do mercado ligado ao comércio eletrônico por motivos diversos como “seguir a carreira na área cultural.” (R1); estar atuando na área jurídica (R3); ter a preferência de seguir “a área de serviço público por conta da maior estabilidade que esta proporciona” (R5); “trabalhar com crianças futuramente” (R6).

Por outro lado, 38% dos participantes que optaram por continuar no ramo do comércio eletrônico até o fechamento desta pesquisa também encontraram motivos para ficar por conta da identificação profissional com essa “nova vertente em Biblioteconomia” (R7), o fato real do “mercado de trabalho em crescimento, além de ser mais parecido com o meu perfil para trabalho.” (R10). A partir da leitura dos

motivos pessoais de cada participante percebe-se que o espaço para novas atuações do mercado de trabalho ainda encontra-se reduzido diante das possibilidades previsíveis existentes para área profissional do bibliotecário.

A questão final a ser analisada buscou, na experiência adquirida pelos participantes em sites de comércio eletrônico, a opinião de cada um a respeito da contribuição e importância do bibliotecário como profissional neste campo de atuação novo e ainda desconhecido. Dos dezoito participantes, 100% concordaram que a presença do bibliotecário no desenvolvimento e geração de lucros em sites de comércio eletrônico é fundamental, pois este profissional possui competência e habilidade necessárias para lidar com a informação tão necessária e valiosa neste ramo. Segundo Respondente 15 a atuação do bibliotecário no comércio eletrônico abre portas para o mercado em Biblioteconomia crescer:

É importante para o mercado de Biblioteconomia crescer, ultrapassar certos paradigmas e limitações que restringem a função do formado em áreas diferentes. O profissional de Biblioteconomia pode ajudar a tratar melhor a informação com que a empresa trabalha, tanto em ações práticas e dinâmicas do dia-a-dia até ajudar a lidar com informações a longo prazo, que possam exigir aprofundamento e análise de ações futuras por parte do staff da empresa. (R15, 2014)

De acordo com Respondente 17 a contribuição do bibliotecário perpassa por todos os processos em um site de comércio eletrônico, até mesmo na usabilidade da página quando se trata de clientes/usuários que sentem maiores dificuldades na adaptação com o uso da Internet:

nós conhecemos em teoria como funcionam as técnicas de organização da informação e como recuperá-la com agilidade. Isso torna o nosso trabalho bastante rentável em qualquer instituição que estejamos incluídos, pois pensar em buscas online, trabalhos de SEO bem feitos, palavras chave bem escolhidas, tornam o site de comércio eletrônico de sucesso e com muitas vendas, pois sempre estará em evidência nas buscas. Fora, que o bibliotecário arquiteto de informação pensa não só na busca, mas na usabilidade da página, um comércio eletrônico bem estruturado pode ser usado por usuários com pouca experiência na web (como pessoas mais velhas, ou que não tem muito domínio) ou de experiência avançada na web, se qualquer idade ou público tem o que precisa de forma rápida e correta, ele vai efetuar a compra. (R17, 2014).

O questionário teve como objetivo principal conhecer a dinâmica profissional de um bibliotecário inserido em um contexto completamente diferente do tradicional, mais especificamente de um site de comércio eletrônico. As análises demonstram que as atividades exercidas por estudantes e bibliotecários neste ambiente vão de encontro direto com algumas disciplinas oferecidas na faculdade, que por outro lado, apresenta-se, na opinião dos participantes, um tanto quanto obsoleta quando se diz respeito à modernidade e incentivo na busca de novos campos de atuação. Além disso, por mais que 100% tenham concordado com a importância do bibliotecário como profissional decisivo para o sucesso do comércio eletrônico, as opiniões dividiram-se quando questionados a respeito da carreira futura, demonstrando receio por parte de estudantes e bibliotecários em seguir carreira em um ramo diferenciado.

A partir das análises, o que ficou claro é que o bibliotecário é peça fundamental em um local de trabalho que compreende a informação como bem de valor. Quando se diz respeito ao tratamento da informação bem como indexação, classificação e recuperação além do entendimento do comportamento do usuário o crescente mercado da Internet, necessita-se de um profissional apto, consciente e com habilidades específicas para o usuário cada vez mais exigente esteja satisfeito assim como o lado econômico da empresa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo realizado, é possível afirmar que bibliotecários são profissionais aptos para exercer suas funções em ambientes profissionais diferentes das bibliotecas. A autora deste estudo chama atenção para o fato de que o trabalho em bibliotecas é louvável, porém não é restrito para os bibliotecários que, mesmo com as funções apreendidas nas instituições de ensino voltadas o tradicional, é fundamental que os bibliotecários de sejam reconhecidos pelo seu próprio grupo e pela sociedade como profissionais aptos para atuar em qualquer tipo de ambiente onde a informação é principal “produto”. Vale ressaltar também que a formação do estudante na graduação é fundamental para que sua atuação no mercado de trabalho seja competente e por isso professores e instituições de ensino, a exemplo das três faculdades federais do Rio de Janeiro averiguadas, devem atualizar-se não só na teoria, mas na prática, através da atualização de disciplinas, da inserção de recursos informatizados para o ambiente da faculdade apontando diferentes direções para o futuro profissional.

Cabe também ao bibliotecário como profissional da informação estar “atenado” com as novidades do mercado de trabalho em função das constantes transformações que vem ocorrendo na Sociedade da Informação desde o advento da Internet. Estudos de mais de vinte anos atrás analisam o bibliotecário como um profissional que se adapta a essas mudanças, pois a informação e a forma como é transmitida para o usuário também se adapta. No entanto, é importante que estudos continuem sendo realizados para que este tema não caia no esquecimento dos profissionais.

O mecanismo de busca Google, mereceu espaço neste estudo não só pelos seus números impressionantes, mas também pelo fato de ser baseado em conceitos biblioteconômicos como citação e bibliometria. O Google traduz-se como o maior e melhor mecanismo de busca e reinventou os negócios na rede estabelecendo regras e mandamentos, fomentando a economia no ambiente web o desenvolvimento do comércio eletrônico, setor este que cresce cada vez mais gerando lucro e movimentando o mercado de trabalho atual. A partir deste cenário buscou-se inserir o bibliotecário como profissional capaz de atuar em um ramo que na teoria é novo, mas que abarca conceitos e funções tradicionais para o bibliotecário.

A escolha desse tema se deve não só pelo crescente desenvolvimento do comércio eletrônico como peça-chave na economia brasileira e mundial, como também pela experiência adquirida em três anos pela autora deste estudo em uma empresa de e-

commerce onde pôde não só observar, mas como vivenciar a relação que as funções exercidas em ambiente de trabalho têm com as habilidades do bibliotecário.

O objetivo de identificar e apresentar um novo ramo do mercado de trabalho demonstrando que atualmente a atuação do bibliotecário não está limitada somente às bibliotecas, foi mantido durante todo o percurso do trabalho. Além disso, procurou-se elevar a imagem dos bibliotecários a um patamar diferenciado provando que este profissional merece posição de destaque em uma empresa sendo fundamental para sua lucratividade. Ainda assim, este trabalho teve como objetivo geral analisar as atividades desenvolvidas por bibliotecário na área do comércio eletrônico perpassando pelo seu aprendizado nas instituições de ensino verificando se estão aptas e atentas à modernidade.

O questionário apresentado e analisado através de gráficos, tabela, e transcrições, teve como objetivo analisar não só as atividades desenvolvidas por bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia na área de comércio eletrônico, mas também sua visão sobre como as instituições de ensino colaboram. Mesmo com o número singelo de participantes é possível delinear um entendimento de como este novo ramo do mercado ainda desconhecido por todos, não só bibliotecários, mas profissionais de outras áreas, absorve habilidades e competências apreendidas por estudantes e bibliotecários.

Ainda é longo o caminho a ser percorrido para que haja reconhecimento profissional por parte das empresas e dos próprios bibliotecários. É fundamental que instituições de ensino e entidades de classe estejam preparadas para receber estudantes de Biblioteconomia a fim de inseri-los no mercado de trabalho como profissionais atentos às novidades, competentes, habilidosos e, sobretudo confiantes.

REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto. Luiz. Comércio eletrônico: benefícios e aspectos de sua aplicação. **RAE: Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 52-63, jan./mar. 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v38n1/a06v38n1.pdf>> Acesso em 18mar. 2014.
- BAPTISTA, Sofia Galvão. As oportunidades de trabalho existentes na Internet na área de construção de páginas de unidades de informação: discussão sobre as idéias divulgadas na literatura. In: BAPTISTA, Sofia Galvão; MUELLER, Suzana P. M. (Org.). **Profissional da informação: espaço de trabalho**. Brasília: Thesaurus, 2004. p. 224-241.
- BATTELLE, John. **A busca**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BRASIL. Lei no 4.084, de 30 de junho de 1962. Do Exercício da Profissão de Bibliotecário e suas Atribuições. **Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos**, Brasília, DF, 30 jun. 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/1950-1969/L4084.htm>. Acesso em: 14 jan. 2014.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- CASTRO, César. Augusto. Profissional da informação: perfis e atitudes desejadas. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 1, p. 1-13, 2000. Disponível em: <<http://www.okara.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/viewFile/346/268>> Acesso em 29 mar. 2014.
- CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES. **Profissionais da Informação**. Disponível em: <<http://biblioteconomia.fic.ufg.br/pages/40029-classificacao-brasileira-de-ocupacoes-cbo>> Acesso em: 20 mar. 2014.
- COELHO, Clara Duarte. O novo perfil do profissional bibliotecário diante das transformações sociais e tecnológicas. In: Encontro Nacional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Gestão e Ciência da Informação, 2010, Paraíba: UFPA, 2010, p. 1-12. Disponível em: <<http://dci.ccsa.ufpb.br/enebd/index.php/enebd/article/viewFile/52/63>> Acesso em 19 fev. 2014.
- COELHO, Elza. Chiquetti. E-commerce: compras com segurança e confiança pela Internet. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, v.3, n.2, jul./dez., 2006. Pág. 19-25. Disponível em: <<http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewFile/59/31>> Acesso em 6 maio 2014
- COMSCORE. Comscore Releases September 2013 U. S. Search Engines Rankings. Reston, Virginia. 2013. Disponível em: <http://www.comscore.com/por/Insights/Press_Releases/2013/10/comScore_Releases_September_2013_US_Search_Engine_Rankings> Acesso em: 06 maio 2014

COSTA, Francisco Miguel de Sá Pereira. **Search Engine and Optimization**. 2011. 94 p. Dissertação (Mestrado de Tecnologia e Gestão) – Instituto Politécnico de Viseu, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Portugal 2011. Disponível em: <http://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/1126/1/Projecto_e_disserta%C3%A7%C3%A3o_francisco_costa_8254.pdf> Acesso em 24 abril 2014.

CURY, Maria Catarina; RIBEIRO, Maria Solange Pereira; OLIVEIRA, Nirlei Maria. Bibliotecário universitário: representações sociais da profissão. **Informação & Sociedade**, v. 11, n.1, p. 1-13, 2001. Disponível em: <snbu.bvs.br/snbu2000/docs/pt/doc/t075.doc> Acesso em 15 mar. 2014.

DIAZ-ISENRATH, Cecilia. Um estudo sobre o Google: questões para uma leitura micropolítica das tecnologias da informação. **Liinc em revista**, v.1, n.2, setembro 2005, p. 96-117.. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/viewFile/192/109>> Acesso em: 29 mar. 2014.

DRUCKER, Peter. Além da Revolução da Informação. **HSM Management**, Ano 4, n. 18, jan./fev., p. 1-9 2000. Disponível em: <http://www.strategia.com.br/Arquivos/A1%E9m_da_revolu%E7%E3o_da_informa%E7%E3o.pdf> Acesso em 22 mar. 2014

FERREIRA, Danielle Thiago. Profissional da Informação: perfil de habilidades demandadas pelo mercado de trabalho. **DataGramZero**, Ci. Inf., Brasília, v. 32, n. 1, p. 42-49, jan./abr. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v32n1/15972.pdf>> Acesso em 22 nov. 2013

FIGUEIREDO, Marco Aurélio Castro de; SOUZA, Renato Rocha S. Aspectos profissionais do bibliotecário. **Enc. Bibli. R. E letr. Bibliotecon. Ci. In f**, Florianópolis, n. 24, p.10-31, 2007. Disponível em: <<http://www.cursosavante.com.br/cursos/curso79/conteudo7785.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2014.

FRAGOSO, Graça Maria. Biblioteca na escola. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 7, n. 1, 2002. P.124-131. Disponível em: <http://internas.coceducacao.com.br/2006/arq_img_upload/paginas/74/380_1620_1_pb.pdf> Acesso em 14 mar. 2014

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL-LEIVA, Isidoro. A indexação na Internet. **Brazilian Journal of Information Science**, v.1, n.2, p.47-68, jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/viewFile/38/36>>. Acesso em: 16 abril. 2014.

GOOGLE, **Google Offers Immediate Access to 3 Billion Web Documents**. California: dez., 2011. Disponível em: <

<http://googlepress.blogspot.com.br/2001/12/google-offers-immediate-access-to-3.html>> Acesso em 14 mar. 2014.

GOOGLE, **Nossa História a Fundo**. Disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/about/company/history/>> Acesso em 14 mar. 2014.

GOOGLE, **Sobre o Google**. Disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/about/>> Acesso em 23 abr. 2014.

GUEDES, Vânia, BORSCHIVER, Suzana. **Bibliometria**: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: Proceedings CINFORM – VI Encontro Nacional de Ciência da Informação. Salvador – Bahia, 2005. Disponível em: <<http://www.feg.unesp.br/~fmarins/seminarios/Material%20de%20Leitura/Bibliometria/Artigo%20Bibliometria%20%20Ferramenta%20estat%EDstica%20VaniaLSGuedes.pdf>> Acesso em: 18 abr. 2014.

JARVIS, Jeff. **O que a Google faria? Como atender às novas exigências do mercado**. Barueri, São Paulo: Manole, 2010.

KENDZERSKI, Paulo. **Web marketing e comunicação digital**: bem vindo ao mundo digital. Produção Independente, 2009.

KINIS, Mauricio; KNAESEL, Frank Juergen. **Realidade Virtual em aplicações de comércio eletrônico**. Instituto Catarinense de Pós Graduação. Santa Catarina: 2002. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-14.pdf>> Acesso em: 26 abr. 2014.

LANGVILLE, Amy; MEYER, Carl. The use of linear algebra by Web search engines. **IMAGE Newsletter**, Maine, n. 33, p.2-6, 2004. Disponível em: <http://meyer.math.ncsu.edu/Meyer/PS_Files/IMAGE.pdf> Acesso em 19 abr. 2014

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LINDER, Marcelo Santos. **Algoritmos e programação**. Disponível em: <http://www.univasf.edu.br/~marcelo.linder/arquivos_ap/aulas_M2/aula1.pdf> Acesso em 18 maio 2014.

MAGNANI, Maria Cristina Brasil; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. “Regime” e “Informação”:: a aproximação de dois conceitos e suas aplicações na Ciência da Informação. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p.593-610, set. 2011. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/392>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

MARTINS, Sara Silva; MADUREIRA, Gisela. Google AdWords: publicidade, vigilância e controle. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. 2013, Minas Gerais. **Anais Eletrônicos...**: Minas Gerais: Universidade Estácio de Sá, 2013. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-2345-1.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2014.

MERCADANTE, Leila M. Z. Novas formas de mediação da informação. *Transinformação*, Campinas, v. 7, n. 1/2/3, p. 33-40, jan./dez. 1995. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/download/1606>> Acesso em 17 dez. 2013.

MONTEIRO, Ricardo Vaz. **Google Adwords Arte da Guerra: a batalha nos links patrocinados**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. Formação profissional e educação continuada – que profissional devemos ser? IN: Simpósio Brasil-Sul de Informação, Londrina, 27 a 30 de maio de 1996. **Anais...** Londrina : Editora UEL, 1996. p.253-272

NAKAMURA, A. M. **Comércio eletrônico**: riscos nas compras pela internet. Monografia, Faculdade de Tecnologia de São Paulo. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.fatecsp.br/dti/tcc/tcc0027.pdf>> Acesso em 23 nov. 2013.

ODDONE, Nanci. O profissional da informação e a mediação de processos cognitivos: a nova face de um antigo personagem. **Informação & Sociedade**: estudos, João Pessoa, v. 8, n. 1, p. 1-11, 1998. Disponível em: <<http://www.informacoesociedade.ufpb.br/pdf/IS819802.pdf>> Acesso em 18 fev. 2014.

OLIVEIRA Adriano Mendes., FERREIRA Héber Terra, CASIMIRO Valdir Assis, SANTOS Cibele A. C. M. Search Engine Optimization - SEO: a contribuição do bibliotecário na otimização de websites para os mecanismos de busca. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 64-77, abr. 2011. Disponível em: <<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/61/63>> Acesso em: 23 nov. 2013.

PAIVA, Denise Werneck de. Perspectivas do agente da informação no contexto brasileiro. **Ciência da Informação**., Brasília, v. 19, n. 1, p. 48-52, jan./jun. 1990. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/1258/897>>. Acesso em 07 maio 2014.

PEREIRA, Adalberto Pinto; PRADO, André Alves. Comércio eletrônico: vantagens competitivas para empresas no B2C (empresa-para-consumidor). **Revista de Administração da Fatea**, São Paulo, v. 2, n.2, 2009, p. 95-106. Disponível em: <<http://publicacoes.fatea.br/index.php/raf/article/viewFile/220/177>> Acesso em 06 maio 2014.

PEREIRA, Maria Nazaré Freitas. Bibliotecas Virtuais: realidade, possibilidade ou alvo de sonho. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 1-15, 1995. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/viewFile/537/1589>> Acesso em 19 mar. 2014.

PINUDO, Fabiola. Silva, GOMES, Sandra Lucia Rebel. A democratização da informação na internet: um estudo sobre a ferramenta Google. **Biblionline**, João Pessoa, v. 5, n. 1/2, p. 1-16, 2009. Disponível em: <www.brapci.ufpr.br/download.php?dd0=13229>. Acesso em: 11 nov. 2013.

PIZARRO, Daniella Câmara, DAVOK, Delsi Fries. O papel do bibliotecário na gestão da informação Empresarial: uma pesquisa bibliográfica em periódicos nacionais de biblioteconomia e ciência da informação. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.13, n.1, p.37-58, jan./jun., 2008. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/546/671>> Acesso em 29 mar. 2014

SANTOS, Emanuella; NICOLAU, Marcos. A Cultura Google eo desenvolvimento da inteligência coletiva nas sociedades pós modernas. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2012, Minas Gerais. **Anais Eletrônicos...**: Universidade Estácio de Sá, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1673-1.pdf>>Acesso em 19 abr. 2014

SILVA, Edna Lucia; LOPES, Marili Isensee . A internet, a mediação e a desintermediação da informação. **DataGramZero**, Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 12, n.2, abr.2011. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr11/Art_04.htm>Acesso em: 23 nov. 2013.

SILVA, Langesson Lopes.; CRUZ, Cleide Ane Barbosa. Utilização do comércio eletrônico como elemento facilitador da sociedade. **Revista Eletrônica da Faculdade José Augusto Vieira**. Sergipe, ano 5, n. 7, p. 1-14, set. 2012. Disponível em: <http://fjav.com.br/revista/Downloads/edicao07/Utilizacao_do_comercio_eletronico_como_elemento_facilitador_da_sociedade.pdf>Acesso em 06 maio 2014.

SILVA, Lidiana Silva, SALES, Fernanda de. O Bibliotecário: atuação profissional em empresas da Grande Florianópolis. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.17, n.2, p.400-421, jul./dez., 2012. Disponível em <<http://revista.acbsc.org.br/racb/article/download/798/pdf.>> Acesso em 22 nov. 2013.

SILVA, Maria Amélia Teixeira da; PINHO NETO, Júlio Afonso Sá de; DIAS, Guilherme Ataíde. Arquitetura da Informação para quê e para quem?: uma reflexão a partir da prática em ambientes informacionais digitais. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Santa Catarina, v. 18, n. 37, p.283-302, mai./ago., 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/15182924.2013v18n37p283/25329.>>. Acesso em: 17 maio 2014.

SIQUEIRA, Ivan Claudio Pereira. Mecanismos de busca na web: passado, presente e futuro. **PontodeAcesso**, Salvador, v.7, n.2, p. 47-67, ago. 2013. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/download/6355/6136>>Acesso em: 11 nov. 2013.

TARAPANOFF, Kira; SANTIAGO, Silvia Helena Leme; CORRÊA, Dauí Antunes. Características e tendências do profissional da informação. **R. Bras. Bibliotecon. E Doc.**, São Paulo, 21 (3/4); 60-84, jul./dez. 1988. Disponível em:

<<http://rbbd.febab.org.br/ojs2.1.1/index.php/rbbd/article/viewFile/62/55> > Acesso em 19 fev. 2014

TARAPANOFF, Kira, SUAIDEN, Emir; OLIVEIRA Cecília Leite. Funções sociais e oportunidades para profissionais da informação . **DataGramZero**, Revista de Ciência da Informação, v.3, n.5, out, 2002. Disponível em:

<http://www.dgz.org.br/out02/Art_04.htm> Acesso em: 19 fev. 2014

TARGINO, Maria das Graças. A biblioteca do século XXI: novos paradigmas ou meras expectativas?. **Inf. & Soc.:** Est., João Pessoa, v.20, n.1, p. 39-48, jan./abr. 2010.

Disponível em:

<www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/download/2645/3418> Acesso em: 18 fev. 2014.

TELLAROLI, Taís Marina; ALBINO, João Pedro. Da sociedade da informação às novas tic's: questões sobre internet, jornalismo e comunicação de massa. . In:

CARDOSO, Clodoaldo M. (Org.) **Diversidade e igualdade na comunicação** -

coletânea de textos do Fórum da Diversidade e Igualdade: cultura, educação e mídia.

Bauru: FAAC/Unesp, SESC, SMC, 2007. Disponível em:

<<http://www4.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/28.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2014

TOLEDO, P. E. R. Análise geográfica do comércio eletrônico: notas preliminares.

Observatorium: Revista Eletrônica de Geografia, v.5, n.15, p. 107-121, dez. 2013

Disponível em: <<http://www.observatorium.ig.ufu.br/pdfs/5edicao/n15/06.pdf> > Acesso em: 18 mar. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO RIO DE JANEIRO. **Escola de**

Biblioteconomia. Disponível em: <<http://www2.unirio.br/unirio/cchs/eb>>. Acesso em 29 mar. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. **Biblioteconomia e gestão de unidades de informação (CBG)**. Disponível em:

<<http://www.pr1.ufrj.br/index.php/cursos-de-graduao-mainmenu-124/157-cursos/b/104-biblioteconomia-e-gesto-de-unidades-de-informao-cbg>> . Acesso em 29 mar. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. **Biblioteconomia e Documentação**.

Disponível em:<<http://www.prograd.uff.br/novo/cursos/graduacao/biblioteconomia-e-documentacao>> Acesso em: 29 mar. 2014

WEBSHOPPERS. **O relatório mais sólido e respeitado sobre o comércio eletrônico**.

Disponível em: < <http://www.ebit.com.br/webshoppers>> Acesso em 19 abr. 2014.

VAIDHYANATHAN, S. **A Googlelização de Tudo (e por que devemos nos**

preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem sucedida empresa do mundo virtual. São Paulo: Ed. Cultrix, 2011.

VALENTIM, L. P. V. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional. **Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, Brasil, n.9, p.16-

28, 2000. Disponível em: <<http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=14700903>>
Acesso em 22 nov. 2013.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 13^a ed. São Paulo: Atlas, 2011.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Objetivo: Analisar as atividades desenvolvidas por bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia na área de comércio eletrônico.

Questões para estudantes de Biblioteconomia e Bibliotecários

1) Categoria

() Estudante de Biblioteconomia. Universidade: _____

() Formado em Biblioteconomia. Universidade: _____

2) Faixa etária:

() Até 20 anos () de 21 a 25 anos () de 26 a 35 anos

() de 35 a 45 anos () 46 a 55 anos () Acima de 55 anos

3) Através de qual canal você soube da vaga oferecida?

() Rede Social () Fui indicado por um colega que já trabalhava na área

() Faculdade () Site de emprego () Outros _____

4) Você é usuário ativo de sites de comércio eletrônico?

() Sim () Não

5) Você já possuía algum conhecimento sobre esse campo em Biblioteconomia?

() Sim. Quais? _____

() Não

6) Você acha que as disciplinas cursadas na faculdade ajudam nesse trabalho? Justifique.

() Sim _____

() Não _____

7) Quais disciplinas você teve na faculdade que te ajudam a desenvolver as funções no comércio eletrônico?

8) Quais as atividades que você executa nesse trabalho e que utiliza os conhecimentos aprendidos nessas disciplinas vistas na faculdade?

9) Você tem dificuldades para exercer atividades nesse campo de atuação? Se sim, quais?

Não Sim _____

10) Quais conteúdos você acha que deveriam ser incluídos no currículo do curso para capacitar os profissionais para atuar com comércio eletrônico?

Informática Marketing Administração Publicidade

Comunicação Outros _____

11) Acredita que a faculdade apresenta aos estudantes possibilidades diversificadas de atuação no mercado de trabalho?

Sim Não

12) Você pensa em seguir carreira neste ramo do mercado ligado ao comércio eletrônico?

Sim Não. Por quê? _____

13) Em sua opinião, qual a importância e contribuição da atuação do bibliotecário em uma empresa de comércio eletrônico?

