

Inteligência competitiva com enfoque empreendedor: ensino e pesquisa na graduação em ciência da informação

*Competitive intelligence with entrepreneurial focus: education and research in
undergraduate courses of information science*

Leonardo Guimarães Garcia

Doutor em Ciência e Engenharia dos Materiais pela UFSCar.

Professor do Curso de Ciências da Informação e da Documentação da FFCLRP/USP

E-mail: leonardogarcia@ffclrp.usp.br

Resumo

Discute a idéia de uma Inteligência Competitiva (IC) com enfoque empreendedor, seus fundamentos e sua implementação em organizações de diversos tipos. Apresenta um programa que articula ensino e pesquisa, voltado à geração de conhecimento e à preparação de profissionais da informação na graduação para a prática dessa idéia. Discute os resultados já atingidos com a implantação desse programa no âmbito da graduação em Ciência da Informação.

Palavras-chave: Ciência da Informação; Inteligência Competitiva; Profissional da Informação; Empreendedorismo.

Abstract

Discusses the concept of Competitive Intelligence (CI) with entrepreneurial focus, its foundations and implementation in different organization types. Presents a program that combines teaching and research, aimed at generating knowledge and training people in undergraduate courses of Information Science about this concept. Discusses the results already achieved with the program implementation.

Keywords: Information Science; Competitive Intelligence; Information Professionals; Entrepreneurship.

Introdução

Com a ampliação da relevância da informação e do conhecimento nas organizações, cada vez mais preocupadas em compreender e gerenciar os fluxos informacionais internos e externos nos quais estão envolvidas, abre-se espaço para a atuação do moderno profissional da informação, habilitado não só a usufruir das tecnologias da informação, mas também a utilizar novas metodologias para o trato da informação (VALENTIM, 2000), sendo para tanto “holístico, aberto, atento e flexível às mudanças ocorridas e competente para fazê-las quando necessário, (...) com maior amplitude de conhecimentos” (GUIMARÃES, 1997 p. 133).

No que tange às organizações, algumas das atividades mais associadas a esse novo modo de atuação dos profissionais da informação são:

- i. Determinação de necessidades informacionais, trabalhando os sistemas e a segurança da informação, obtendo informações comparativas entre organizações e até protegendo e incentivando o desenvolvimento de ativos intangíveis (FNQ, 2008);
- ii. Atuação sobre a ecologia informacional da organização, composta por estratégia, políticas, arquitetura e comportamento informacional, alinhados ao gerenciamento da informação baseado na identificação das necessidades de informação, na obtenção das informações necessárias, na distribuição das informações obtidas e na utilização das informações distribuídas (DAVENPORT, 2002);
- iii. Gerenciamento da informação e do conhecimento, apoiando a transformação da organização numa “Organização do Conhecimento” por meio do uso estratégico da informação na criação de significados, na construção de conhecimento e na tomada de decisão (CHOO, 2006);
- iv. Desenvolvimento de serviços informacionais para apoio à tomada de decisão de grande impacto e alta incerteza, baseados em metodologias tais como a Inteligência Competitiva (IC) (FULD, 1995; TYSON, 2006; TARAPANOFF, 2006).

Apesar do reconhecimento dessas novas funções estar em franca expansão, na maioria das organizações elas figuram como novidade e representam, ao menos em certa medida, uma mudança do *status quo*, o que gera espontaneamente uma resistência à sua implantação. Corroboram essa resistência os modelos mentais relacionados à atuação do profissional da informação (na mente da maioria das pessoas, o profissional da informação é natural e quase exclusivamente associado aos serviços de bibliotecas ou centros de documentação).

Num cenário composto por resistência às mudanças e modelos mentais limitantes, o profissional da informação precisa ser proativo e combativo, perseverante e focado na sua missão de apoiar a produção e o uso estratégico da informação e do conhecimento em toda a organização. Tais competências representam, na verdade, as características dos empreendedores corporativos (ou intra-empreendedores): pessoas dotadas de competências e energia transformadora tais que sustentam a concepção e implantação de novas soluções nas organizações.

A fim de viabilizar o exercício do Empreendedorismo Corporativo por alunos de graduação em Ciência da Informação, idealizou-se um processo formativo de IC com enfoque empreendedor e que integra fortemente teoria e prática. A esse processo foram agregadas ações de pesquisa relacionadas à descoberta de formas mais orgânicas de implantação da IC

nas organizações. Atualmente, a maioria desses processos começa com consultorias externas contratadas pela alta direção, que precisam atuar num ambiente organizacional que desconhecem, no qual a IC também é desconhecida.

Dessa forma, desenvolveu-se a hipótese de pesquisa de que uma implantação mais orgânica, mais firmemente vinculada às reais necessidades informacionais da organização e realizada pelo seu próprio pessoal, mesmo que sejam profissionais da informação ainda em formação, poderia produzir bons resultados (talvez não a ponto de dispensar o apoio dos consultores, mas ao menos no sentido de fundar os alicerces capazes de multiplicar as chances de sucesso da IC internamente).

Sendo assim, o presente artigo discute a idéia de uma IC com enfoque empreendedor, apresenta um programa que articula ensino e pesquisa, baseado em disciplinas de graduação de um curso de Ciência da Informação e voltado ao incentivo da atuação empreendedora dos alunos por meio da realização de atividades de IC em seus locais de atuação profissional (seja como profissionais contratados ou como estagiários), e discute os resultados já atingidos com essa iniciativa.

Inteligência Competitiva

Segundo Ferreira (2004), temos duas definições para o termo “inteligência”:

- A primeira, relacionada ao termo latino **Intelligentia**, define inteligência como a faculdade de apreender, compreender;
- A segunda advém de um dos sentidos do termo inglês **Intelligence**, significando serviço de informações.

Essas duas perspectivas podem ser encontradas na definição do termo dada por Fuld (1995): Inteligência é o resultado de um serviço de informação que, por meio de um processo de compreensão do contexto, fornece informação analisada que serve de suporte à tomada de decisão.

A literatura apresenta várias definições para a IC. Além da visão de Fuld (1995), destacamos as descrições do termo dadas pela SCIP – *Strategic and Competitive Intelligence Professionals*, a associação de classe mais importante do mundo na área, e pela ABRAIC – Associação Brasileira dos Analistas de IC. Começando pela SCIP [2011]:

- Processo de monitoramento do ambiente competitivo e análise dos resultados, sob o prisma das questões internas, com a finalidade de apoiar a tomada de decisão;
- Auxilia os gerentes sênior, em organizações de todos os tamanhos, a decidirem com base em informações vindas de toda parte e consonantes às estratégias empresariais de longo prazo;
- A IC eficaz constitui-se num processo contínuo que envolve a coleta legal e ética da informação, análise e divulgação controlada de inteligência para os tomadores de decisão.

Já segundo a ABRAIC [2011]:

- Atividade especializada permanentemente exercida com o objetivo de produzir informação acionável (Inteligência) de interesse de uma determinada organização e a salvaguarda desta informação contra ações adversas de qualquer natureza;
- Constitui-se na atividade de Inteligência voltada para o mundo dos negócios, ou seja, para o ambiente competitivo;
- Busca a manutenção ou desenvolvimento de vantagem competitiva em relação aos concorrentes.

Em se tratando de um serviço de informação, a IC lança mão de diversas competências técnicas do profissional da informação: compreensão das necessidades informacionais dos tomadores de decisão, coleta e tratamento técnico de informações vindas de diversos tipos de fonte (humanas e documentais), análise dessas informações com foco na resolução do problema decisório, produção e disseminação de informação de alto valor agregado, dentre outras. A todas essas competências, deve-se agregar o empreendedorismo com a finalidade de garantir as condições essenciais à boa atuação em IC (sobretudo no que diz respeito à sua implantação).

Empreendedorismo

"As pessoas estão sempre culpando as circunstâncias pelo que elas são.

Não acredito em circunstâncias.

Vence neste mundo quem sai à procura das circunstâncias de que precisa e, quando não as encontra, as cria."

GEORGE BERNARD SHAW

Empreendedorismo é um tema muito discutido na atualidade, por ser reconhecido como uma mola propulsora da inovação e da geração de emprego e renda. Dessa forma, os empreendedores carregam a responsabilidade por dar uma contribuição diferenciada ao desenvolvimento socioeconômico, vislumbrando e viabilizando oportunidades.

Segundo Ferreira (2004, p. ?), empreender é “deliberar-se a praticar; propor-se, tentar; pôr em execução”. Para Dolabela (2008, p. ?), o empreendedor é “alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Já para Dornelas (2008), os empreendedores são “pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Tradicionalmente, o empreendedorismo é associado à criação de novas empresas. No entanto, as características empreendedoras também podem ser exercidas dentro das organizações, de modo a dinamizá-las e renová-las pela introdução de inovações em produtos, processos produtivos e até em ações gerenciais. A esse movimento empreendedor no interior das organizações, dá-se o nome de Empreendedorismo Corporativo ou Intra-empreendedorismo.

Independente da opção pela abertura de empresas, o profissional da informação dedicado à realização de atividades de Gerenciamento da Informação e do Conhecimento ou de IC precisa contar com a ferramenta do Empreendedorismo Corporativo como alavanca para a viabilização dessas “novidades” dentro das organizações.

Vários textos e autores têm destacado a importância do moderno profissional da informação desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes típicos de empreendedores (como adaptabilidade, previsão de ameaças e oportunidades, habilidade interpessoal, tomada de decisão, iniciativa/proatividade, habilidade organizacional e de planejamento, perseverança, criatividade e inovação, solução de problemas, liderança, conhecimento da demanda e do cliente), desde a Europa (PASSARELLI, 2009), passando pelos Estados Unidos (McNEIL; GIESECKE, 2001) e chegando ao Brasil (TARAPANOFF; SUAIDEN; OLIVEIRA, 2002; FERREIRA, 2003; DIAS et al., 2004; FARIA et al., 2005; PASSARELLI, 2009). Alguns desses autores são mais incisivos nessa questão, e citam diretamente o

empreendedorismo como elemento necessário à formação e/ou atuação dos profissionais da informação na atualidade (FERREIRA, 2003; FARIA et al., 2005; PASSARELLI, 2009).

Considerando, por um lado, o pioneirismo que representa a introdução nas organizações de processos estratégicos de criação e uso da informação e do conhecimento, e por outro a imensa quantidade de organizações que ainda não realizam esses processos e que deveriam fazê-lo, conseguimos compreender que o Empreendedorismo Corporativo torna-se cada vez mais um fator crítico de sucesso para o moderno profissional da informação.

IC Com Enfoque Empreendedor

Como mostrado anteriormente, não é novidade falarmos de empreendedorismo para profissionais da informação. Os novos desafios residem justamente na conversão dessa visão em realidade, isto é:

- no aperfeiçoamento de modelos e arcabouços teóricos, sustentáculos da atuação crítica dos profissionais da informação, de modo que considerem e privilegiem a ação empreendedora (i.e, estabelecer um enfoque empreendedor das teorias);
- na criação de soluções formativas, ainda na graduação, que permitam aos futuros egressos o pleno exercício das teorias com um enfoque empreendedor.

O presente trabalho aplica, ainda de forma preliminar, desses dois tópicos à IC, ensinada na nossa graduação por meio de duas disciplinas sequenciais e optativas. O primeiro tópico, que se inicia durante a concepção das disciplinas mas que deve perdurar indefinidamente, corresponde ao desenvolvimento do conceito de IC com enfoque empreendedor e à busca de novas elaborações teóricas sobre a IC, mais cabíveis à atuação empreendedora.

Recorreu-se a Ferreira (2004) no esforço inicial de se delimitar o que significa estabelecer um “enfoque empreendedor” sobre algo. Segundo o autor, o verbo “enfocar” significa “Focalizar, pôr em foco; Fazer voltar a atenção, o estudo, para; Salientar, evidenciar”. Desse modo, criar um enfoque empreendedor pode significar:

- Lançar um olhar empreendedor sobre alguma coisa, por meio de modelos mentais e ações de incentivo que provoquem a constante busca por oportunidades reais de melhoria;

- Dar destaque ao aspecto empreendedor de alguma coisa, que pressupõe o mapeamento dos aspectos da teoria e da prática para os quais a competência empreendedora é particularmente desejável.

A transposição desses pontos para a IC gera a necessidade de:

- estimular a prática do empreendedorismo corporativo com ações motivacionais continuadas;
- estabelecer modelos mentais que levem à busca contínua por oportunidades para a IC (expansão e melhoria dos produtos e processos técnicos, aumento do escopo e do apoio institucional, ampliação de recursos e de pessoal, etc.) e através da IC (tanto para as pessoas da equipe – estabelecimento de diferencial profissional, aumento de reconhecimento interno, etc. – quanto para a organização em si – prospecção de novas oportunidades de negócios por meio da IC, de inovações em produtos e processos, prospecção de parcerias, etc.);
- elencar alternativas para se trabalhar esses modelos mentais e as ações motivacionais no âmbito da graduação;
- analisar as teorias, os métodos e as técnicas de IC, bem como as descrições de suas práticas por meio dos casos de sucesso, a fim de se estabelecer seus elementos que mais poderiam usufruir de uma prática empreendedora;
- determinar que mudanças deveriam ser realizadas em torno desses elementos de forma que a prática empreendedora pudesse realmente ocorrer.

Tendo em vista a grande amplitude de temas que compõem as teorias, os métodos e as técnicas de IC, a viabilidade da escolha dos elementos que mais usufruirão da prática empreendedora em IC exige um recorte temático inicial.

Se considerarmos que as organizações que têm condições de implantar uma unidade de IC e que teriam muito a ganhar com a sua utilização ainda não possuem esse serviço, parece-nos interessante focar inicialmente o tema “Implantação de Unidades de IC”. Sabe-se que há, essencialmente, duas formas de se iniciar uma atividade de IC dentro de uma organização:

- De cima para baixo: a alta direção decidiu que a organização precisa da função de IC. Nesses casos há consultores externos, equipe e recursos desde o início da implantação.

- De baixo para cima: algum funcionário começa a disseminar a idéia da IC e a convencer, com atos e palavras, a organização da importância dessa função para o melhor cumprimento de seus objetivos; pequenos trabalhos são realizados, cursos são financiados, os investimentos se iniciam e a equipe cresce, produzindo mais trabalhos, com mais apoio, cursos e financiamento num ciclo virtuoso que leva à formalização do serviço.

Ambos os processos requerem atuação empreendedora de suas lideranças, tendo portanto boa convergência com a IC com enfoque empreendedor. No entanto, tendo em vista a pretensão de elucidar os meios e fornecer preparo a alunos de graduação em Ciência da Informação para a realização empreendedora da IC, parece-nos mais razoável investir inicialmente no processo “de baixo para cima”.

Em suma, a realização de uma IC com enfoque empreendedor se preocupa, no âmbito desse trabalho, com o estímulo de modelos mentais adequados ao empreendedorismo corporativo em IC, bem como com o aperfeiçoamento pontual de métodos e técnicas relacionados à implantação de unidades de IC “de baixo para cima”, de modo a torna-los mais empreendedores.

A seção a seguir representa os esforços já realizados para a criação de soluções formativas para a graduação (baseadas nos elementos supracitados), que permitam aos alunos o desenvolvimento da competência empreendedora.

Formando Profissionais da Informação para a Prática da IC com Enfoque Empreendedor

A partir dessa visão da IC com enfoque empreendedor, desenvolveu-se a proposta de duas disciplinas de graduação optativas e complementares, oferecidas regularmente há três semestres: “Inteligência Competitiva com Enfoque Empreendedor (I)” – com 4 créditos e já oferecida duas vezes, e “Inteligência Competitiva com Enfoque Empreendedor (II)” – também com 4 créditos e oferecida uma vez.

Num primeiro momento, as disciplinas foram planejadas de modo tradicional, cobrindo os conteúdos fundamentais de IC para iniciantes:

- Definição de IC e sua relação com o Profissional da Informação;

- Antecedentes, histórico e evolução da IC no Brasil e no mundo;
- Princípios da IC;
- O Processo de construção de Inteligência & o Ciclo de IC;
- Elegendo seu(s) cliente(s) de IC e descobrindo suas necessidades informacionais;
- Planejamento de IC;
- Coleta de IC: princípios e principais fontes de informação;
- Análise de IC: princípios e principais métodos de análise (incluindo SWOT, Forças de Porter, Análise Macroambiental e Monitoramento, dentre outras);
- Disseminação dos resultados de IC;
- Avaliação do processo de IC para sua melhoria contínua;
- Softwares de IC;
- Sistemas de IC e sua gestão.

As referências usadas para respaldar a discussão de cada um desses tópicos foi extraída da literatura clássica da área, bem como de artigos científicos dos principais periódicos nacionais da Ciência da Informação, e das publicações da SCIP.

Após essa fase, foram introduzidos nas disciplinas conteúdos complementares, atividades práticas e discussões em sala de aula de modo a promover: 1)aperfeiçoamentos pontuais nos conteúdos tradicionais mais convidativos à atuação empreendedora; 2)a formação de modelos mentais empreendedores; e 3)o debate de caminhos para implantação de soluções de IC “de baixo para cima”. Os tipos de intervenção propostos são apresentados no quadro abaixo.

Quadro 1 – Meios de intervenção sobre os programas tradicionais das disciplinas de IC.

Conteúdos Complementares	Atividades Práticas	Discussões em Sala
Casos de sucesso de IC (com destaque para aqueles que trazem histórias de implantação)	Diário Empreendedor (diário semanal relatando idéias e ações dos alunos relacionadas à IC em seus locais de estágio ou trabalho)	Diminuição das aulas expositivas (trocas quando possível por discussões diretas dos textos)
	<i>Short Presentation</i> (desenvolvimento e apresentação regulares de apresentações curtas de divulgação da IC para leigos)	
	Diagnóstico organizacional voltado à IC	
Conteúdos sobre Empreendedorismo Corporativo	Análise organizacional (baseada na Técnica SWOT)	Valorização (nota) e Incentivo (motivação) à conexão entre as experiências pregressas dos alunos aos conteúdos dos textos
	Conversas de corredor (disseminação informal do conceito de IC dentro da organização)	
	Desenvolvimento de produtos de IC segundo as necessidades específicas da organização	

Ao adotar essa configuração, a disciplina contribui para o desenvolvimento da competência empreendedora dos alunos ao mesmo tempo em que alia teoria e prática de IC. Desde o primeiro momento da primeira disciplina, e ao longo de todas as aulas, os alunos são instigados a revisitar e solucionar o desafio de empreender a IC na organização em que atua como estagiário ou funcionário contratado (essa é uma característica marcante dos nossos alunos: a quase totalidade deles exerce atividades profissionais desde o primeiro ano de graduação). Desse modo, consolidam modelos mentais de busca contínua por oportunidades inovadoras em IC, exercem o empreendedorismo e preparam a si mesmos, e a própria organização, para a prática das teorias, métodos e técnicas de IC retrabalhadas para enfatizar a ação empreendedora – tudo amparado por uma sólida base teórica, estabelecida em sala de aula.

Empreender IC na prática apresenta aos alunos uma série de desafios. Na seção seguinte, esses desafios são discutidos e os resultados a eles relacionados, apresentados.

Ensino e Pesquisa na Consolidação da IC com Enfoque Empreendedor: Resultados Preliminares

Como mostrado no Quadro 1, os alunos realizam uma série de atividades práticas ao longo das duas disciplinas. No primeiro semestre, aquelas mais relacionadas à execução da IC geram produtos de caráter mais diagnóstico e de preparação: os alunos traçam o perfil da

organização e de sua gestão, elucidam algumas de suas principais necessidades de IC, descrevem parcialmente o ambiente-tarefa da sua organização (ou ambiente competitivo imediato, em que se inserem clientes/usuários, fornecedores, competidores, substitutos e entrantes), dentre outros.

Já no segundo semestre, as atividades convergem para a geração de pequenos informes e relatórios baseados na aplicação prática de algumas das principais técnicas de análise de IC (As cinco forças de Porter, Análise macroambiental, SWOT e Análise do competidor). Todos esses produtos são altamente customizados para as necessidades e contingências das organizações dos alunos, tendo portanto boa aplicabilidade interna.

Há ainda as atividades práticas voltadas à geração de produtos de divulgação da própria IC e dos resultados supracitados. Essas atividades têm demonstrado ser de grande importância para a penetração, na estrutura organizacional, do conceito de IC e para a valorização do esforço do aluno pelos colegas de trabalho.

Por fim o Diário Empreendedor, que funciona como a memória do processo empreendedor realizado pelo aluno ao longo da disciplina: lá há relatos de sucessos, percalços, barreiras, oportunidades vislumbradas e todas as experiências de alguém que está aprendendo a empreender e a exercer protagonismo em seu ambiente de trabalho. Além disso, o Diário também tem funcionado como um canal individual de aconselhamento. A maioria dos alunos lançam dúvidas que, enquanto professor, tento solucionar ou aconselhar.

A junção desses desafios gera, com o avanço das semanas, uma mudança de postura e linguagem nos alunos, que se tornam mais autoconfiantes e começam a utilizar mais frequentemente expressões como “inovar”, “oportunidade” e “crescimento pessoal e profissional”. Também seus relatos de experiência se ampliam e adensam, demonstrando a introjeção da busca por conectar a teoria de sala de aula à prática da organização.

Ao longo da disciplina, a maioria dos alunos estreita os laços com seus chefes imediatos (alguns deles fazem isso até com os maiores decisores da organização!), por conta dos processos diagnósticos, de coleta e análise de informação.

Devido ao preparo sistemático para a disseminação do conceito e das vantagens da IC, o momento do *feedback* dos resultados tem se tornado uma oportunidade ímpar de divulgação da IC, bem como de consolidação do *status* protagonista do aluno. Instala-se um ciclo virtuoso no qual o aluno, para a realização de uma atividade prática da disciplina (que levará à

geração de um produto de IC) interage com a organização, criando expectativas quanto aos resultados. Ao realizar a atividade de IC, o aluno dissemina o resultado, satisfaz as expectativas, é elogiado, motiva-se mais, realiza com mais empenho as próximas atividades práticas da disciplina, interage mais e melhor com a organização, e assim por diante.

Desse processo originam-se algumas consequências muito positivas para a realização do desafio fundamental da disciplina, que é empreender a IC na organização. Com o tempo, o aluno passa a gozar do reconhecimento como profissional da informação, o que lhe dá mais margem de manobra e espaço para enxergar novas oportunidades para a IC e sugerir sua satisfação (esse processo, naturalmente, abre caminho para trabalhos mais completos e abrangentes de IC no médio e longo prazos).

Há, por outro lado, os casos em que o ciclo virtuoso e o processo de ampliação do reconhecimento não se realizam. Alguns alunos relatam que a existência de barreiras internas (em grande parte, culturais) criam impedimentos que lhes parecem, em alguns casos, intransponíveis. Da parte dos alunos mais comprometidos com o desafio de empreender a IC na prática, percebe-se a frustração que essas limitações trazem. Outros alunos nessa situação podem estar sendo vítimas e algozes ao mesmo tempo, uma vez que demonstram resistências próprias quanto ao Empreendedorismo Corporativo e sua viabilidade no “mundo real”.

Essas experiências deixam clara a necessidade da consolidação de mecanismos de coleta e análise científica de dados dessas experiências, de modo a se estabelecer as variáveis pessoais (do aluno) e organizacionais mais relevantes para o sucesso da IC com enfoque empreendedor. Já tendo passado por um estágio preliminar exploratório, baseado em pesquisa bibliográfica e análise dos relatos de experiência, a próxima fase do estudo tratar-se-á de uma pesquisa quali-quantitativa, de caráter descritivo, que se utilizará das abordagens de estudo de caso e pesquisa-ação. O início desse novo ciclo do trabalho está planejado para breve.

Considerações Finais

Aliar teoria e prática no ensino de graduação não representa novidade. No entanto, quando essa prática é desenhada não apenas para o exercício real dos métodos e técnicas mas também para o desenvolvimento de uma abrangente e complexa competência (como é o caso da competência empreendedora), o trabalho torna-se mais desafiador. E se somarmos a isso o

fato de que a própria teoria que é ensinada está sofrendo adaptações para se adequar ao contexto de aplicação empreendedora, o desafio se amplia.

Esse artigo discutiu esse contexto, sua delimitação, desafios de pesquisa, evidenciando algumas das muitas lacunas de conhecimento existentes, no que tange ao ensino e à prática da IC com enfoque empreendedor.

No entanto, mais do que contribuir para a atualização de teorias, métodos e técnicas de IC, buscando a valorização do seu viés empreendedor, essa prática coligada de teorização e aplicação também pode trazer luz às necessidades e demandas sobre a formação de profissionais da informação verdadeiramente empreendedores. Precisamos desse “Empreendedor Informacional” para liderar a concepção e a implantação dos processos de construção e uso estratégico da informação e do conhecimento nas organizações. Exercer esse tipo de protagonismo parece ser uma prática indispensável para os modernos profissionais da informação. Se assim o for, a Academia precisa municiar nossos egressos com as competências necessárias ao pleno exercício de suas funções profissionais.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS ANALISTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA – ABRAIC. **Perguntas frequentes sobre inteligência competitiva**. [2011]. Disponível em: <<http://www.abraic.org.br/site/faqs.asp>>. Acesso em: 21 set. 2011.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

DAVENPORT, T.H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 2002.

DIAS, M. M. K. et al. Capacitação do bibliotecário como mediador do aprendizado no uso de fontes de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 2, n. 1, p. 1-16, jul./dez., 2004. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/viewFile/299/178>. Acesso em: 04 out. 2011.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FARIA, S. et al. Competências do profissional da informação: uma reflexão a partir da Classificação Brasileira de Ocupações. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 26-33, maio/ago. 2005.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo, 2004. 2120 p.

FERREIRA, D. T. Profissional da informação: perfil de habilidades demandadas pelo mercado de trabalho. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 42-49, jan./abr. 2003.

FULD, L. M. **The new competitor intelligence**: the complete resource for finding, analyzing and using information about your competitors. New York: John Wiley & Sons, 1995.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE - FNQ. **Cadernos compromisso com a excelência**: informações e conhecimento. São Paulo: Fundação Nacional da Qualidade, 2008.

GUIMARÃES, J. A. C. Moderno profissional da informação: elementos para sua formação no Brasil. **Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 1, p.124-137, jan./abr. 1997.

McNEIL, B.; GIESECKE, J. Core Competencies for Libraries and Library Staff. In: AVERY, E. F.; DAHLIN, T. (Ed.). **Staff development**: a practical guide. 3. ed. Chicago: ALA, 2001. Disponível em: <http://archive.ala.org/editions/samplers/sampler_pdfs/avery.pdf>. Acesso em: 04 out. 2011.

PASSARELLI, B. O bibliotecário 2.0 e a emergência de novos perfis profissionais.

DataGramaZero, v. 10, n. 6, dez., 2009. Disponível em:

<http://www.dgz.org.br/dez09/Art_01.htm>. Acesso em: 13 set. 2011.

STRATEGIC AND COMPETITIVE INTELLIGENCE PROFESSIONALS – SCIP. **Home**. [2011]. Disponível em: <<http://www.scip.org/>>. Acesso em: 21 set. 2011.

TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência, informação e conhecimento em corporações**. Brasília: IBICT; UNESCO, 2006.

TARAPANOFF, K.; SUAIDEN, E.; OLIVEIRA, C. L. Funções sociais e oportunidades para profissionais da informação. **DataGramaZero**, v. 3, n. 5, out. 2002. Disponível em:

<http://www.dgz.org.br/out02/Art_04.htm>. Acesso em: 23 set. 2011.

TYSON, K. W. M. **The complete guide to competitive intelligence**: gathering, analyzing and using intelligence. 4. ed. Chicago: Leading Edge, 2006.

VALENTIM, M. L. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 5, n. 9, p. 16-28, 2000.

Artigo submetido em: 07 out. 2011

Artigo aceito em: 09 nov. 2011