

A organização da informação para negócios no Brasil

Mônica Erichen Nassif Borges, Bernadete Santos Campello*

Analisa a problemática da organização da informação para negócios, sua terminologia e sua conceituação, as tendências de sua organização em países desenvolvidos e a situação brasileira. Descreve as atividades das redes de informação tecnológica que vem desenvolvendo, de forma incipiente, algumas ações para fornecimento de informações para negócios.

1 Conceituação

O termo informação para negócios (business information) tem sido utilizado há muito tempo nos países desenvolvidos. Designa o conjunto de informações destinadas a subsidiar as atividades das organizações no seu processo de desenvolvimento.

CROPLEY (1989) afirma que os homens de negócios necessitam de conhecimento; para tomar decisões precisam analisar o passado, o presente e as tendências capazes de impactar seu setor de atuação. Devem estar sempre alertas para captar o que as pessoas sabem e para julgar como reagirão. Para tanto, necessitam obter informação confiável, de maneira rápida.

As atuais tendências de globalização da economia, o assédio de concorrentes e a exigência crescente de novos produtos com melhor nível de qualidade direcionam as organizações para a gestão estratégica, que exige a constante monitoração do ambiente em que atuam e, conseqüentemente, requer informações adequadas, num nível de sofisticação e presteza bem maior do que aquele necessário há alguns anos atrás.

A prática de fornecimento de informações para negócios, já estabelecida há muitos anos nos países desenvolvidos, levou à utilização de um termo correlato - *business literature* - que apareceu como um verbete na *Encyclopedia of Library and Information Science*, em 1970. O autor do verbete (COMAN Jr., 1970) considera que os primeiros registros da literatura

* Professoras da Escola de Biblioteconomia da UFMG



de negócios foram os tabletas de argila em escrita cuneiforme, datados de cerca de 2500 a 600 a.C., encontrados nas cidades de Babilônia e Assíria. Esses registros incluíam contratos de venda, títulos de propriedade de terras, testamentos, *trade ventures*, ações judiciais, recibos e registros contábeis. Podem ser considerados como o que hoje alguns autores chamam de *informação interna*, que é aquela produzida pela organização, como consequência de suas próprias atividades e que, juntamente com as *informações externas* (produzidas fora da empresa) compõem o sistema de informação de uma organização. O Código de Hamurabi que disciplinava as atividades comerciais da Babilônia por volta de 2200 a.C., também é apresentado pelo autor como um exemplo da literatura de negócios da época. O Código é um texto legal que disciplina relações entre proprietários e inquilinos, salários, manejo de rebanhos, contratos comerciais, testamentos, viagens de negócios, atividades bancárias e formas de tratamento de escravos. Constitui, portanto, um antecedente da chamada informação jurídica, fundamental até hoje no mundo dos negócios.

A partir daí uma variedade de fontes é descrita no verbete, mostrando a diversidade de tópicos que são de interesse nos negócios: assuntos políticos, teorias econômicas e administrativas, manuais de contabilidade, situação comercial de países estrangeiros, biografias de homens de negócios, jornais, revistas, informações sobre condição financeira de empresas, estatísticas nacionais e internacionais, publicações governamentais e de associações comerciais, dentre outras.

Alguns autores definem informação para negócios utilizando-se de uma tipologia que enumera diversas categorias de informação. VERNON (1984) faz uso desta abordagem. Segundo ele

“informações para negócios são dados, fatos e estatísticas publicados, necessários à tomada de decisão nas organizações de negócios, públicas ou privadas, bem como no governo. Inclui informações mercadológicas, financeiras, sobre bancos e empresas, leis e regulamentos de impostos, informações econômicas e comerciais, bem como informação factual sobre o ambiente no qual os negócios se realizam”.

LAVIN (1992) esclarece que, da mesma maneira que existe uma diversidade de produtores de informação para negócios, há também uma variedade de materiais que se apresentam de diferentes formas. Alguns desses materiais aparecem numa forma comum, como livro ou jornal, enquanto outros são peculiares ao mundo dos negócios, apresentando características especiais.

Outros autores que trataram do assunto (HAYTHORNTHWAITE, 1990

e HAYDEN, 1989) utilizaram a definição de VERNON e pode-se observar que uma definição objetiva, que apresente com clareza os limites do termo *informação para negócios*, ainda está para ser elaborada.

HAYTHORNTHWAITE (1990) também tenta resolver o problema através de uma tipologia em que inclui as seguintes fontes na categoria de informação para negócios: informações para respostas rápidas, tais como endereços, números de telefone, dados biográficos; informações sobre companhias, incluindo endereço, nomes de diretores; informação financeira e sobre produtos; informações sobre bancos e mercadológicas; informação sobre publicidade, sobre mercados potenciais, nacionais e estrangeiros; dados estatísticos, tanto produzidos pelo governo quanto por instituições não governamentais; informações sobre tendências de consumo; normas técnicas e patentes e informação sobre técnicas de gestão.

Alguns autores como LAVIN (1992) e HAYDEN (1989) dividem a informação para negócios em duas categorias distintas: a) *informação interna*, que é aquela produzida dentro da organização, como consequência de suas atividades, e b) *informação externa*, que é aquela adquirida fora da organização. Há também uma tendência em se classificar as fontes de informação para negócios em *informais* e *formais*, sendo as primeiras aquelas resultantes de encontros, tanto no próprio ambiente de trabalho, como em eventos externos à organização, tais como seminários, *workshops*, conferências etc. As fontes formais são aquelas registradas e, portanto, passíveis de recuperação em sistemas de informação.

Observa-se que, tanto nos Estados Unidos quanto no Reino Unido, o termo informação para negócios está consolidado, aparecendo inclusive nos nomes de diversos serviços de informação, bem como em títulos de periódicos dedicados ao assunto, sendo normalmente usado na literatura de biblioteconomia e ciência da informação.

No Brasil, o termo tem sido pouco utilizado e a questão da terminologia se apresenta de forma diferente. Durante algum tempo, o conceito de informação para negócios apareceu implícito no termo *informação tecnológica*. Isto ocorreu a partir da década de 80, quando iniciavam-se as ações para a organização de um sistema nacional de informação tecnológica, coordenadas pelo IBICT e financiadas no âmbito do PADCT (Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Nesta época, Afrânio Aguiar, em um pequeno artigo intitulado “Chegou a hora da informação tecnológica” (AGUIAR, 1984) já aventava a possibilidade de, através de uma rede de núcleos de informação tecnológica (que se constituiria como a base do sistema) “*garantir aos usuários da área industrial, o acesso à informação técnica, econômica, estatística, mercadológica e gerencial de que o empresário necessita para desenvolver seus negócios*”. Verifica-se, portanto, uma clara referência à informação para negócios (sem contudo nomeá-la) e

a expectativa de que a responsabilidade pelo seu fornecimento fosse assumida pelas unidades do sistema de informação tecnológica do país.

A definição de informação tecnológica da FID (Federação Internacional para Informação e Documentação) também embutia o conceito de informação para negócios: *“informação tecnológica é todo conhecimento de natureza técnica, econômica, mercado lógica, gerencial, social etc. que, por sua aplicação favoreça o progresso na forma de aperfeiçoamento e inovação”* (citado por AGUIAR, 1991).

A questão terminológica se complica com o aparecimento da expressão *informação para a indústria*, proposta por Kjeld Klintoe, diretor do Danish Technical Information Service (citado por AGUIAR, 1991) e que logo foi assimilada pelo setor de informação no Brasil. A definição da FID para informação tecnológica e a de Klintoe para informação para a indústria, segundo AGUIAR (1991) têm grande proximidade.

Essa imprecisão terminológica levou a uma busca de maior uniformidade para os termos. Utilizando a metodologia de análise funcional, AGUIAR (1991) tratou distintamente os termos *informação tecnológica* e *informação para a indústria*, definindo com clareza e precisão a função de cada uma delas. Assim, o resultado foi o seguinte:

*“Informação tecnológica é todo tipo de conhecimento relacionado com o **modo de fazer** um produto ou prestar um serviço, para colocá-lo no mercado, servindo, então, para: a) constituir insumo para o desenvolvimento de pesquisas tecnológicas; b) assegurar o direito de propriedade industrial para uma tecnologia nova que tenha sido desenvolvida; c) difundir tecnologias de domínio público para possibilitar a melhoria da qualidade e da produtividade de empreendimentos existentes; d) subsidiar o processo de gestão tecnológica; e) possibilitar o acompanhamento e a avaliação de tendências de desenvolvimento tecnológico; f) permitir a avaliação do impacto econômico, social e ambiental das tecnologias.”*

“Informação para a indústria é entendida como o conjunto de conhecimentos de que a empresa deve dispor a fim de: a) facilitar a execução de operações correntes de natureza administrativa, de produção e de controle; b) possibilitar o acompanhamento da dinâmica de mercado, para detecção de oportunidades e ameaças; c) permitir a implementação de estratégias

emergenciais para enfrentar problemas conjunturais; d) subsidiar as atividades de planejamento estratégico; e) contribuir para o desenvolvimento tecnológico.”

Verifica-se, portanto; que o conceito de *informação para negócios* está contemplado na definição de *informação para a indústria*, proposta por AGUIAR (1991), sendo este último termo de uso mais corrente na literatura da área de informação no Brasil. Na verdade, poucos autores tem utilizado o termo *informação para negócios*.

MONTALLI (1991) também menciona o conceito, num artigo em que distingue informação para negócios de informação técnica e, novamente em 1993, durante o I Seminário Nacional de Informação para Indústria e Comércio Exterior, quando ressalta a importância de informações confiáveis, precisas, com valor agregado e disponíveis aos micros, pequenos e médios empresários, informações essas fundamentais para embasar o processo de busca de competitividade dos setores produtivos do país.

Esses componentes estão, sem dúvida, contemplados no termo *informação para a indústria* que, da forma como definido por AGUIAR (1991) envolve a dimensão estratégica da informação para negócios a qual, por sua vez, na perspectiva prática de seu fornecimento, encerra a dimensão de agregação de valor, que vai gerar a inteligência competitiva, necessária à gestão estratégica da organização.

A vantagem do termo *informação para negócios* é que ele apresenta uma abrangência maior do que *informação para a indústria*, pois representa melhor todo tipo de organização que depende da informação para se desenvolver, incluindo não apenas as organizações industriais mas, também, as de serviço, as quais inegavelmente, têm hoje um peso substancial na economia. Entretanto, no momento, o importante é garantir a compreensão do conceito na sua totalidade e, em seguida, buscar metodologias adequadas para a organização da informação para negócios no Brasil.

2 Organização da informação para negócios

O apoio governamental à organização da informação para negócios nos países desenvolvidos baseia-se no pressuposto de sua importância como insumo para que as empresas progridam e contribuam para o desenvolvimento econômico e social do país. Assim sendo, foram criados nesses países, sistemas para fornecimento de informação para negócios no âmbito de bibliotecas públicas e universitárias, com o aproveitamento de infraestruturas já existentes, além de centros especializados que visam o atendimento de setores específicos do complexo industrial do país. Exemplo



mais recente do primeiro caso é a criação da Science, Industry and Business Library (SIBL) como um setor da New York Public Library (USA). Inaugurada em maio de 1996 e ocupando o antigo prédio de uma loja de departamentos em Manhatham, a SIBL é um empreendimento de 100 milhões de dólares, financiado em conjunto pelo Estado (nos níveis municipal, estadual e federal) e pela iniciativa privada, com o objetivo de fornecer acesso irrestrito à informação como suporte às atividades educacionais, de pesquisa e empresariais. O acervo compõe-se de 1 200 000 livros, mais de 110 000 títulos de periódicos, além de uma coleção de patentes, 1 000 000 de itens em microforma e uma coleção de 50 000 volumes para empréstimo. Inúmeros recursos eletrônicos permitem acesso a outras coleções no país e no exterior.

Como exemplo do segundo caso (centros especializados no fornecimento de informações para setores industriais), tem-se o Centre de Recherche Industrielle du Québec (CRIQ), que presta serviços que vão desde a simples resposta-técnica até a elaboração, por encomenda, de estudos de alto valor agregado, como relatórios de estado da arte, estudos de diversificação, estudos de mercado e outros. Embora criados com apoio governamental, esses centros cobram pelos serviços prestados, mostrando uma tendência de busca de auto-sustentação.

Paralelamente às atividades apoiadas pelo Estado desenvolvem-se iniciativas privadas para fornecimento de informações para negócios, na medida em que há clientes dispostos a pagar para ter acesso à este tipo de informação. Exemplo de empresa tradicional que atua nesse campo é a Dun&Bradstreet que surgiu da fusão, em 1933, de duas companhias que trabalhavam, desde o século passado, no fornecimento de informações sobre crédito nos Estados Unidos. Hoje, a Dun&Bradstreet é uma empresa de âmbito internacional, com produtos de informação diversificados e utilizando modernas tecnologias. Outras empresas, há longo tempo no ramo, são a Kompass que surgiu na Europa logo após o fim da Segunda Guerra Mundial e a Thomas Publishing Company que há mais de sessenta anos publica diretórios sobre produtos e serviços industriais. Este mercado privado de informação para negócios apresenta tendência de crescimento com maior sofisticação dos produtos oferecidos.

3 A organização da informação para negócios no Brasil

O primeiro passo para a organização da informação para negócios no Brasil foi dado com a realização do I Seminário Nacional de Informação para a Indústria e Comércio Exterior, em 1993. O evento, promovido pelo Núcleo Especializado em Capacitação de Pessoal em Informação Tecnológica Industrial, sediado na Escola de Biblioteconomia da UFMG lançava então, como principal idéia, a necessidade de se criar um centro referencial de informação para negócios no Brasil e, para que isso fosse possível, era

imprescindível iniciar a organização da área no país (MONTALLI, 1993).

Antes disto, é necessário mencionar o esforço do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) que, através de seu programa de apoio à informação tecnológica, o PADCT/TIB, tem procurado desenvolver ações de aproximação com o usuário industrial.

Desde a sua criação, em 1954, com o nome de Instituto Brasileiro de Bibliografia e Documentação (IBBD), até a mudança de nome em meados da década de 80, o IBICT esteve envolvido basicamente com o setor de informação científica, atuando em atividades de acesso ao documento primário, controle bibliográfico da produção científica nacional e capacitação de recursos humanos para a área de informação, inicialmente no nível de especialização e, posteriormente, mestrado e doutorado. O então IBBD foi o responsável pela criação (ainda na década de 1950) e consolidação do Catálogo Coletivo Nacional de Publicações Seriadas (CCN), do qual resultaram o Programa de Comutação Bibliográfica (COMUT) e o Sistema de Informação Científica e Tecnológica do Exterior (SICTEX). Junte-se a isso o esforço de viabilizar o acesso a bases de dados nacionais e estrangeiras, 1 destacando-se o Sistema Público de Acesso a Bases de Dados, denominado inicialmente SPA, atualmente Rede Antares.

O envolvimento do IBICT com a informação tecnológica tem início na década de 80 e consolida-se com a coordenação da Rede de Núcleos de Informação Tecnológica. Funciona ainda como agente integrador de outras redes nacionais de informação tecnológica, como a Rede SEBRAE e a rede CNI-DAMPI (Confederação Nacional da Indústria/Departamento de Apoio a Média e Pequena Indústria), além de apoiar programas governamentais brasileiros de Qualidade e Produtividade (PBQP), Apoio à Capacitação Tecnológica da Indústria (PACTI) e Design. Vê-se, portanto, que o trabalho do IBICT na organização da informação tecnológica no Brasil, pode funcionar como catalisador da organização da informação para negócios.

A partir do I Seminário Nacional de Informação para a Indústria e Comércio Exterior, outros eventos aconteceram e pesquisas passaram a ser desenvolvidas com o objetivo de organizar a área de informação para negócios. Os trabalhos realizados até então, têm demonstrado que a idéia do Centro Referencial deve aguardar uma consolidação maior da área mas, ao mesmo tempo, têm mostrado que o país possui instituições e redes de informação com um forte potencial para atuarem como provedoras de informação para negócios.

4 Redes nacionais de informação voltadas para o segmento industrial

Os pontos de acesso à informação tecnológica e para negócios, espalhados pelo país, podem ser identificados através de redes, cuja



prestação de serviços de informação vem se consolidando a partir da década de 80.

A criação, em 1984, da Rede de Núcleos de Informação Tecnológica, através do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT), tem propiciado o acesso ao conhecimento sobre tecnologias de processos e de gestão, bem como de inovação.

A rede, coordenada pelo IBICT, é formada por vinte Núcleos, sendo catorze especializados nas seguintes áreas: química, têxtil, mobiliário, *design*, materiais, plásticos, couro, gemas e metais preciosos, alimentos, normas técnicas, propriedade industrial, máquinas e equipamentos.

Além disso, seis Núcleos Regionais estão localizados no Instituto Euvaldo Lodi (IEL/ES), Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais (CETEC), Instituto Nacional de Tecnologia (INT/RJ), Fundação Núcleo de Tecnologia Industrial do Ceará (NUTEC), Instituto de Pesquisa Tecnológica (IPT/SP) e Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR). A rede possui ainda, um Núcleo Especializado em Capacitação de Pessoal em Informação Tecnológica Industrial, sediado na Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais (EB/UFMG).

Os Núcleos prestam serviços de resposta técnica, extensão tecnológica, acesso a bases de dados, comutação bibliográfica, consultoria e pesquisa bibliográfica. Disponibilizam também manuais, guias de fontes de informação, bases de dados, cadastros, informativos e boletins, diagnósticos setoriais, além de cursos e eventos.

O SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas constitui-se também em uma rede de informação dedicada a prestar consultoria e informação empresarial a organizações de pequeno porte, bem como a interessados em investir em novos negócios. Os pontos de acesso a essa rede são os Balcões SEBRAE espalhados pelo país e os Centros de Documentação e Informação instalados em suas sedes estaduais.

Coordenada e mantida pela Confederação Nacional da Indústria/Departamento de Apoio à Média e Pequena Indústria, a Rede CNI-DAMPI, tem atuado no desenvolvimento de estudos setoriais, mercadológicos e sobre inovação tecnológica. Divulga e produz informações de interesse para a indústria nas áreas de comércio exterior, relações de trabalho, gestão empresarial, estudos econômicos, conjuntura econômica, informação jurídica, legislativa e econômica. Disponibiliza ainda o CNIDATA, conjunto de bases de dados que reúne informações atualizadas nas áreas de economia, negociações coletivas, acompanhamento legislativo e comércio exterior, além do sistema de terminologia padronizada.

Com o objetivo de atender às pequenas e médias empresas, as unidades regionais do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), disponibilizam informações sobre consultoria, processos de produção, gestão da qualidade, serviços técnicos de análises e testes laboratoriais. No âmbito

do SENAI, destaque deve ser dado ao Centro Internacional para a Educação, Trabalho e Transferência de Tecnologia (CIET) que tem desenvolvido, dentre outras atividades, seminários com palestristas nacionais e internacionais sobre temas de interesse para empresas e para profissionais de informação.

Essas redes de informação atendem a aproximadamente 29 setores industriais, destacando-se alimentos/agroindústrias, madeira/mobiliário, metal/mecânico, têxtil/confecção, construção civil, eletro-eletrônico e químico (SOUZA, 1996).

É importante ressaltar que os serviços e produtos de informação das redes apresentam, em sua maioria, conteúdo informacional tecnológico e, no que diz respeito à informação para negócios, constata-se a disponibilização de informações sobre fornecedores, dados estatísticos, mercado, legislação e comercialização de produtos (SOUZA, 1996).

Além das redes formadas por entidades nacionais, é necessário conhecer as redes de informação e de negócios entre países que já se fazem presentes no Brasil. A rede TIPS (Technological Information Pilot System), com dez anos de existência, visa a estimular o desenvolvimento tecnológico de países do Sul, através de instituições governamentais e privadas, instituições de investimento e financiamento, organizações profissionais e indústrias. É um projeto do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PNUD), que divulga informações sobre oferta e demanda de produtos, oportunidades comerciais, tecnológicas e serviços entre nove países integrantes da rede, na forma de boletins semanais ou diários, disponíveis para assinaturas, publicados pelos escritórios, semanalmente. A rede disponibiliza, em média, 42 serviços de informação diferentes e tem a preocupação de incorporar novos serviços quando necessários e de retirá-los do mercado, quando obsoletos.

Os *trade-points* constituem uma rede de oportunidades de negócios, interconectada mundialmente, com o objetivo de prestar assistência principalmente a pequenas e médias empresas que desejem participar do mercado internacional. Essa rede possui centros instalados em vários Estados do Brasil, que propiciam o acesso *on line* a uma rede mundial de *trade-points*, por mais de 70 países. Os *trade-points* disponibilizam informações estatísticas sobre mercados estrangeiros, dados aduaneiros, normas de importação/exportação, listas de importadores e exportadores, bases de dados de oportunidades comerciais, além de catálogos eletrônicos dos produtos por eles oferecidos.

Além das redes de informação, que ainda apresentam uma forte característica de provedoras de informação tecnológica, algumas instituições se dedicam a prestar serviços de informação para negócios. Tais instituições são, de um modo geral, Federações de Indústrias, Associações Comerciais, Comissão Nacional de Bolsas de Valores, além de empresas de consultoria voltadas para o desenvolvimento de pesquisas e análises de mercado,



acompanhamento da trajetória de empresas, informações sobre fornecedores e produtos em áreas específicas.

O papel da iniciativa privada na produção e fornecimento de informação para negócios no Brasil é significativo, especialmente no que diz respeito à informação financeira, representada por dados sobre balanços, crédito, cotações, além de informações sobre companhias (destinadas a quem deseje investir em países latino-americanos) e notícias financeiras e econômicas. Empresas de vários tamanhos atuam neste setor, com alto faturamento; conseqüentemente há uma tendência de crescimento no seu número.

Uma categoria de informação destaca-se neste panorama: a informação sobre crédito, isto é, sobre capacidade de pagamento das companhias, cujo fornecimento está dividido entre duas empresas - Serasa e SCI - e representa um dos segmentos da chamada indústria da informação que mais tem crescido nos últimos anos. Cerca de dez milhões de consultas são efetuadas por mês na Serasa que, para fornecer informações sobre companhias estrangeiras, associa-se com a já mencionada empresa americana Dun&Bradstreet.

Utilizando-se de diversos meios de distribuição, que vão desde linhas telefônicas comuns até canais de satélite, passando por linhas privadas de transmissão de dados, ondas de FM e Internet, as empresas fornecedoras tendem a buscar nichos que demandam informações cada vez mais especializadas e exclusivas, mantendo suas características de atualização e precisão, indispensáveis no mundo dos negócios.

O crescimento da Internet pode modificar o perfil deste mercado de informação que é dominado por grandes empresas; com a diminuição dos custos de transmissão será possível a entrada de pequenos provedores que disputarão o mercado em igualdade de condições com os grandes. Embora ainda existam problemas na venda de informações para negócios via Internet, a tendência é que, cada vez mais, as empresas fornecedoras usem este veículo que possibilitará, ao final, cobrar pouco de um maior número de pessoas.

Uma outra parcela da indústria da informação para negócios é formada por empresas privadas ou representantes de setores industriais, que editam diretórios e guias de companhias e produtos - um tipo de informação de grande importância e, muitas vezes, difícil de ser encontrado. Este constitui um segmento mais tradicional, que publica as obras de referência ainda em formato impresso e viabiliza sua publicação através da venda de anúncios, no caso das empresas privadas. As instituições representantes de setores industriais que publicam diretórios não se preocupam com o retorno financeiro de suas publicações e produzem estas obras para atender aos interesses de seus associados. Conseqüentemente, a distribuição, em ambos os casos é restrita, pois as empresas privadas enviam suas publicações

apenas para anunciantes e figurantes e as entidades representativas de setores industriais para seus associados, não havendo qualquer esquema de distribuição ampla que atinja outros interessados. Não há, por parte das editoras, muita preocupação com a organização das obras publicadas, o que demonstra uma elaboração falha e pouco ou nada profissional.

Os dados apresentados neste último parágrafo foram obtidos através de uma das poucas pesquisas sobre fontes de informação para negócios, feitas no país, (cujo relatório está em fase de publicação), que concluiu pela necessidade de se constituir um centro referencial de informação para negócios, o qual responsabilizar-se-ia pelo levantamento de fontes na área, facilitando sua acessibilidade, de forma a beneficiar especialmente as micro e pequenas empresas. O centro referencial também contribuiria para a organização da área de informação para negócios no Brasil, funcionando como um elo de interface entre os produtores e os consumidores deste tipo de informação.

Pode-se dizer que o mercado fornecedor de informação para negócios encontra-se em diferentes fases de organização no país: há um segmento altamente sofisticado que, utilizando a tecnologia mais avançada, fornece informações para empresas que podem pagar por elas, atendendo a um mercado formado, em geral, por grandes organizações. Há também um segmento formado por instituições que atuam em moldes tradicionais de publicação, atendendo a uma clientela restrita. Até o momento, poucas ações foram desenvolvidas para o mapeamento sistemático deste mercado por parte dos profissionais da informação, destacando-se a pesquisa feita por Montalli em 1996.

No que diz respeito à área como um todo (mercado fornecedor e mercado consumidor) há necessidade de se estudar questões conceituais, definindo-se, inclusive, uma terminologia padronizada para a área, bem como conhecer o papel de cada um dos elementos envolvidos. Para que essa área se desenvolva, é importante que se considere a dinâmica do ambiente empresarial, não sendo possível a sua consolidação somente com a participação dos meios acadêmicos. Talvez as redes de informação tecnológica instaladas no país, com reconhecido potencial para atuar também na área de informação para negócios, possam ser os veículos de comunicação entre os meios acadêmico e empresarial, o que, sem dúvida, será mais um passo para o aperfeiçoamento da organização do setor de informação para negócios no Brasil.



The organization of business information in Brazil

Analyzes the organization of business information, discussing the term and the concept as well as the way it is structured in developed countries and in Brazil. Describes the activities of the network of technological information in Brazil, which is attempting to develop actions towards the provision of business information.

Referências bibliográficas

AGUIAR, Afrânio Carvalho. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 7-15, 1991.

COMAN Jr., Edwin F. Business literature. In: KENT, Allen, LANCOUR, Harold (Eds.) **Encyclopedia of library and information science**. New York: M.Dekker, 1970. v. 3, p.554-573.

CROPLEY, Jacqueline. Business information online. In: OPPENHEIM, Charles et al. **Perspectives in information management**. London: Butterworths, 1989. P. 273-302.

DINIZ, Dalila Zago França. **Informação para negócios**. Belo Horizonte: Núcleo Especializado em Capacitação de Pessoal em Informação Tecnológica e Industrial, 1994. (Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gerência de Recursos de Informação para Indústria).

HARRIOT, Esther. New York's new door to the information age. **American Libraries**, v. 27, n. 6, p. 45-50, 1996.

HAYDEN, Virginia. **Information for management: services and sources**. London: MCB, 1986.

HAYTHORNTHWAITE, Jo. (Ed.) **The business information maze: an essential guide**. London: Aslib, 1990.

LAVIN, Michael R. **Business information: how to find it, how to use it**. Phoenix: Oryx, 1992.

LOPES, Mikhail. Quem paga, quanto, para saber o quê. **Exame**, São Paulo, p. 98-101, 7 de maio, 1997.

MAINGUY, Gilles, Centre de la Recherche Industrielle du Québec (CRIQ). **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 88-90, 1991.

MONTALLI, Kátia Maria Lemos. Informação na indústria de bens de capital no Brasil. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 45-50, 1991.

_____. Informação para negócios no Brasil: reflexões. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE INFORMAÇÃO PARA INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 1, 1993, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Núcleo Especializado em Capacitação de Pessoal em Informação Tecnológica Industrial, 1994. p. 165-173.

SOUZA, Terezinha de Fátima Carvalho, BORGES, Mônica Erichsen Nassif. Instituições provedoras de informação tecnológica no Brasil: análise do potencial para atuação com informação para negócios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n.1, p. 52-58, 1996.

TARAPANOFF, Kira. A política científica e tecnológica no Brasil: o papel do IBICT. **Ciência da Informação**, v. 21, n. 1, p. 149-158, 1992.

VERNON, K. D. C. (Ed.) **Information sources in management and business**. London: Butterworths, 1984.

VIEIRA, Anna da Soledade. **Redes de Ict e a participação brasileira**. Brasília: IBICT, 1994.

Recebido em 03.04.97

