

Práticas de Ensino em Empreendedorismo: a co-criação de uma plataforma para conectar Gestores de Informação

Teaching Practices in Entrepreneurship: the co-creation of a platform to connect Information Managers

Lourença S. Ribeiro

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - IFMG, Brasil

lourencasantiago@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5553-8009>

Ariele da S. M. Rodrigues-Ferreira

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - IFMG, Brasil

ariele.rodriguesferreira@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7295-9240>

Bruno P. D. Afonso

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - IFMG, Brasil

bruno.afonso@ifmg.edu.br

<https://orcid.org/0000-0003-3493-8032>

Submetido em: 24 de dezembro de 2023.

Aceito em: 10 de março de 2025.

Publicado em: 21 de maio de 2025.

Licença:



Como citar este artigo:

RIBEIRO, Lourença S.; RODRIGUES-FERREIRA, Ariele da S. M.; AFONSO, Bruno P. D. Práticas de Ensino em Empreendedorismo: a co-criação de uma plataforma para conectar Gestores de Informação. **REBECIN**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 1-26. 2025. DOI: <http://doi.org/10.24208/rebecin.v12.381>

RESUMO

O artigo intitulado Práticas de Ensino em Empreendedorismo: a co-criação de uma plataforma para conectar Gestores de Informação, resultou do trabalho desenvolvido com discentes do sétimo período do curso de Bacharelado em Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná, matriculados na disciplina SIN 230 – Empreendedorismo em Gestão da Informação. O objetivo deste é mostrar como o ensino na sala de aula e práticas de empreendedorismo, podem andar juntos e mais, como as práticas de ensino podem contribuir para resolução de problemas sociais de diferentes naturezas, inclusive problemas relacionados a uma categoria profissional, como o Gestor de Informação. Trata-se de uma pesquisa-ação participante que contou com a participação da professora responsável e de nove alunos matriculados na disciplina SIN 230 – Empreendedorismo em Gestão da Informação, ofertada pelo Departamento de Ciência e Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná. O processo evidenciou a preocupação dos discentes com o fato de o mercado de trabalho desconhecer as potencialidades do profissional Gestor da Informação, com a falta de consenso e delimitação do domínio do campo Gestão da Informação, possibilitou a ampla participação no processo de co-criação de uma solução e culminou com a elaboração de uma proposta para criar uma plataforma que possibilitasse a conexão entre os egressos dos cursos de Gestão da Informação no Brasil.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Gestão da Informação. Gestor da Informação. Co-criação. Oportunidade empreendedora.

ABSTRACT

The article entitled Teaching Practices in Entrepreneurship: the co-creation of a platform to connect Information Managers is the result of work carried out with students from the seventh term of the Bachelor of Information Management course at the Federal University of Paraná, enrolled in the subject SIN 230 - Entrepreneurship in Information Management. The aim is to show how classroom teaching and entrepreneurial practices can go hand in hand, and furthermore, how teaching practices can contribute to solving social problems of different kinds, including problems related to a professional category such as the Information Manager. This is an action research project involving the teacher responsible and nine students enrolled in the course SIN 230 - Entrepreneurship in Information Management, offered by the Department of Information Science and Management at the Federal University of Paraná. The process highlighted the students' concern about the fact that the job market was unaware of the potential of the professional Information Manager, about the lack of consensus and delimitation of the field of Information Management, enabled broad participation in the process of co-creating a solution and culminated in the drafting of a proposal to create a platform that would make it possible to connect graduates of Information Management courses in Brazil.

Keywords: Entrepreneurship. Information Management. Information Manager. Co-creation. Entrepreneurial opportunity.

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo refere-se a um fenômeno social que se manifestou no bojo de uma sociedade em transição, quando o modo de organização material da vida pautado na produção mercantil e industrial – capitalismo, tomou o lugar do feudalismo, que se caracterizava pela produção manufatureira e agrária. Este fenômeno foi protagonizado por um agente, até então desconhecido, que veio a ser chamado de empreendedor e que se caracterizava por dispender tempo, trabalho e recursos financeiros em processos de extração, criação e transformação de alguma matéria, produtos ou serviço mesmo sem ter certeza de que

lograria sucesso ou que o empenho resultaria em algum lucro (Vale, 2014; Verga; Da Silva, 2014).

A literatura aponta que a história do empreendedorismo acompanha a história das instituições e costumes, se transforma e se reinventa de acordo com as novas realidades. Desse modo, eventos sociais diversos corroboram com a redefinição do conceito de empreendedorismo, bem como com o surgimento de novas subáreas, como por exemplo: empreendedorismo feminino, social, universitário, e educação para o empreendedorismo (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014; Vale, 2014; Garcia; Andrade, 2022).

Sobre Gestão da Informação, tem-se que esta surgiu no bojo da sociedade da informação, período pós-industrial, marcado pelo avanço da microeletrônica, das telecomunicações e que tem a Informação como a base para geração de riquezas.

A sociedade da informação gerou grande impacto na sociedade como um todo e no mundo do trabalho, culminando, por exemplo, na quebra das barreiras geográficas, no crescimento exponencial do volume de informação, no surgimento de problemas informacionais, oportunizando a criação de novos produtos e serviços e evidenciando a necessidade de profissionais capacitados para atender as novas demandas.

Foi neste contexto, que surgiu, no final da década de 1990, o primeiro curso de Bacharelado em Gestão da Informação, conforme consta no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) Bacharelado em Gestão da Informação, da Universidade Federal do Paraná (UFPR), com o objetivo de formar profissionais capazes de questionar a realidade, buscar soluções aos problemas informacionais, gerir de forma estratégica

recursos de tecnologia e informação por meio do pensamento sistêmico, análise crítica, além do trabalho colaborativo.

Ademais, o curso também busca formar profissionais preparados para: solucionar problemas de informação com flexibilidade e adaptabilidade; identificar, determinar, adaptar e aplicar mecanismos de melhoria nos processos relativos à gestão da informação; planejar e elaborar estratégias de informação; avaliar, gerenciar e usar tecnologia de informação; propor e desenvolver metodologias para eficácia de processos e avaliação de produtos; planejar e desenvolver serviços e produtos de informação para negócios (Departamento de Ciência e Gestão da Informação, 2013).

Pelo exposto, o egresso do curso Bacharelado em gestão de informação, ofertado pela Universidade Federal do Paraná, é formado para trabalhar com a informação em diferentes suportes e formatos e tem assento em diferentes segmentos e organizações, sejam elas públicas, privadas, de economias mistas, Organizações não Governamentais e negócios sociais.

Ainda que empreendedorismo e gestão da informação não estejam diretamente relacionadas, ambas surgem com mudanças estruturais na sociedade. O primeiro tem sua origem relacionada ao surgimento e consolidação do capitalismo e a outra surge com o advento da sociedade da informação e com a mudança de paradigma no que tange à geração de riquezas, ambos estão atrelados à dinâmica do capital. Entende-se que a gestão da informação oportuniza o desenvolvimento de novos produtos e serviços informacionais e que o conhecimento acumulado sobre empreendedorismo corrobora para a viabilização de novos negócios de base informacional.

Atentos às mudanças no mercado de trabalho e vislumbrando a possibilidade dos egressos do curso de Bacharelado em Gestão da Informação montarem seus próprios empreendimentos, o Departamento de Ciência e Gestão da Informação, da Universidade Federal do Paraná, aprovou a disciplina SIN 230 intitulada Empreendedorismo em Gestão da Informação. O objetivo da disciplina é realizar um itinerário formativo correlacionando teoria e prática sobre empreendedorismo na gestão da informação com vistas ao desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras que possibilitem os discentes planejar, executar, acompanhar e avaliar projetos, produtos e serviços informacionais em diferentes segmentos.

Dito isto, informa-se o objetivo deste é mostrar como o ensino na sala de aula e práticas de empreendedorismo, podem andar juntos, e mais, como as práticas de ensino podem contribuir para resolução de problemas sociais de diferentes naturezas, inclusive problemas relacionados a uma categoria profissional, como o Gestor de Informação.

O presente artigo apresenta esta introdução que contextualiza, problematiza e apresenta seu objetivo; revisão de literatura; seguindo com a metodologia de pesquisa utilizada; os resultados da pesquisa e por fim, as considerações finais e referências bibliográficas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo é fundamentado em conceitos de Gestão da Informação e Empreendedorismo. Essa base teórica permite uma abordagem integrada e contribui para o entendimento das práticas de ensino em empreendedorismo, bem como para o desenvolvimento de soluções para problemas de base informacional.

2.1 Gestão da Informação

Segundo Barbosa (2008) a Gestão da Informação tem como precursores Paul Otlet, Vannevar Bush e Friedrich Hayek, sendo que Otlet foi o primeiro a tratar sobre o assunto.

No entanto, foi o artigo intitulado *As we may think*, publicado por Vannevar Bush em 1945, que visibilizou a expressão e o problema ao qual estava relacionada: o crescimento do volume de informações e a necessidade de tratá-las adequadamente para torná-las acessíveis. Em 1974, Hayek, vencedor do prêmio Nobel de Economia, trouxe à tona outro problema de ordem informacional: o fato de o conhecimento se encontrar compartimentado, distribuído entre os indivíduos, chamando a atenção para a incompletude dos seres humanos. Para o economista, a concentração do conhecimento disperso em uma sociedade só seria possível com a reunião de todas as pessoas que nela vivem (Barbosa, 2008).

Mas, foi na década de 1990 que o termo ganhou ampla repercussão. Período que foi publicado o modelo de Gestão da Informação desenvolvido por Mc Gee e Prusak, o livro “Ecologia da Informação”, de autoria de Davenport (1998), o trabalho desenvolvido por Choo, intitulado *“Information Management for the Intelligent Organization: Roles and Implications for the Information Professions”*, o livro “A sociedade em rede” de autoria do sociólogo Manuel Castells, dentre outros.

Para Monteiro e Duarte (2018, p. 101) a Gestão da Informação é um exemplo concreto de solução construída a partir dos estudos realizados no campo da Ciência da Informação, que envolve “aquisição, organização, controle, disseminação e uso da informação”. O objetivo final é atenuar os problemas resultantes do crescimento do volume

informacional, tornando as informações acessíveis, física e cognitivamente, àqueles que delas necessitarem.

Sobre o conceito atribuído à Gestão da Informação, tem-se que se trata de

[...] um conjunto de ações que visa à identificação de necessidades, o mapeamento de fluxos formais (conhecimento explícito) de informação nos diferentes ambientes da organização, a coleta, análise, organização, armazenagem e disseminação, objetivando apoiar o desenvolvimento das atividades cotidianas e a tomada de decisão corporativa (Departamento de Ciência e Gestão da Informação, 2013, p.22).

Para Valentim (2004), Gestão da Informação designa

[...] um conjunto de estratégias que visa identificar as necessidades informacionais, mapear os fluxos formais de informação nos diferentes ambientes da organização, assim como sua coleta, filtragem, análise, organização, armazenagem e disseminação, objetivando apoiar o desenvolvimento das atividades cotidianas e a tomada de decisão no ambiente corporativo (Valentim, 2004, p.1).

Nonato e Aganette (2022), por sua vez, escrevem que a Gestão da Informação é o processo de gestão do ciclo de vida da informação. Esse processo é formado pelas seguintes etapas: “identificação das necessidades, criação, aquisição, organização, armazenamento, disseminação, distribuição e uso da informação” (Nonato; Aganette, 2022, p. 148). Para os autores,

A informação pertence a uma organização, sofrendo ação direta da cultura organizacional e do planejamento estratégico. Através da análise dos fluxos da informação e da própria informação, visa à recuperação e a criação de produtos da informação. Utiliza as tecnologias da informação e comunicação, através dos sistemas de informação, como ferramenta de controle (Nonato; Aganette, 2022, p. 148).

O fato é que não há consenso em torno do conceito de Gestão da Informação e do domínio da área. Existe, na verdade, uma variedade de conceitos, entre os quais aqueles apresentados por Valentim (2004),

Monteiro e Duarte (2018) e Nonato e Aganette (2022). Trata-se de uma área em construção, com as vantagens e desvantagens de não ser regulamentada e tampouco ter domínio definido; por um lado encontra um oceano de oportunidades e, por outro, é tomada pela insegurança quanto às suas potencialidades.

Para Marchiori (2002) e Barbosa (2008) a dificuldade de construir consenso em torno de um conceito para a Gestão da Informação está relacionada a algumas questões, apresentadas na sequência.

- A primeira questão está relacionada à origem, já que a Ciência e a Gestão da Informação surgiram no mesmo contexto histórico, têm a informação como objeto de estudo e compartilham a mesma base teórica. No entanto, uma se constituiu como ciência, enquanto a outra tornou-se uma subárea.
- A segunda questão refere-se à complexidade da sociedade contemporânea, caracterizada pela rapidez nas mudanças tecnológicas, sociais e comportamentais, o que dificulta o estabelecimento de padrões, leis, testes ou formulações definitivas, já que o problema de hoje não será o mesmo de amanhã.
- A terceira remete ao desafio de lidar com o ativo informação¹, dado que se trata de um recurso totalmente diferente daqueles

¹ Para Stair (1998, p. 5), o valor da informação está relacionado ao seu uso na tomada de decisão e ao aumento que proporciona aos lucros da empresa. Para o autor, uma boa informação precisa ser: a) completa – deve contemplar todos os fatos relevantes; b) econômica – a produção da informação deve ter um custo relativamente baixo; a equação valor da informação / custo de produção é um fator categórico no processo de decisão; c) flexível – pode ser utilizada para diversos fins; d) confiável – a confiabilidade da informação é um aspecto que depende da metodologia utilizada na coleta de dados e da representatividade da instituição ou fonte geradora; e) relevante/ em tempo – uma informação pode ser de ótima qualidade, mas não ser útil ao usuário. A relevância está relacionada ao atendimento da real necessidade, o que equivale a dizer “informação certa na hora certa, para a pessoa certa”; f) simples – a informação deve apresentar simplicidade e adequação ao seu público; o alto grau de

que foram gerenciados até o momento; ela é de difícil mensuração e valoração, atemporal e única.

- E a quarta questão refere-se ao fato de a Gestão da Informação ser analisada sob diferentes enfoques², ou por diferentes áreas do conhecimento.

Diante das questões expostas, entende-se que a falta de consenso no que se refere ao conceito e ao domínio da Gestão da Informação reflete a forma como a área se constituiu e se caracteriza: dinâmica, interdisciplinar e do campo das Ciências Sociais Aplicadas.

2.2 Empreendedorismo

Conforme citado na introdução empreendedorismo é um fenômeno social que surgiu com a ascensão do capitalismo, o que mostra que não se trata de um fenômeno novo, no entanto bastante dinâmico.

Evidências sugerem que Cantillon e Say são considerados os primeiros a fazerem referência ao termo empreendedor no contexto de uma teoria mais estruturada. Em 1755 Cantillon utilizou a palavra o empreendedor para se referir a uma pessoa que dedica tempo e dinheiro mesmo sem garantia de retorno positivo. E, em 1803, Say escreveu que o empreendedor é um mediador, capaz de combinar diferentes recursos em busca de produzir um determinado bem. Say destaca ainda o aspecto

sofisticação de informações pode gerar uma sobrecarga ou ainda distorcer o real significado; g) verificável – passível de confirmação.

² Sobre esse aspecto, Marchiori (2006, p. 74-75) cita que, sob a ótica da administração, a Gestão da Informação é relacionada ao aumento da competitividade das organizações, à melhoria e modernização dos processos, à capacitação e aprendizagem organizacional. Já a Tecnologia da Informação relaciona a Gestão da Informação à criação de infraestruturas, “arquiteturas de hardware, software e de redes de telecomunicações adequadas aos diferentes sistemas de informação – em especial aos empresariais”. Por sua vez, a Ciência da Informação dirige o enfoque da Gestão da Informação para a informação em si, ou seja, para “a teoria e a prática que envolvem sua criação, identificação, coleta, validação, representação, recuperação e uso, tendo como princípio o fato de que existe um produtor/consumidor de informação que busca, nesta, um “sentido” e uma “finalidade” (Machioril, 2022).

inovador do empreendedor, no seu entendimento, mesmo não sendo cientista, ele é capaz de produzir e explorar inovações (Vale, 2014).

A história e a base teórica sobre empreendedorismo vêm sendo construídas a muitas mãos. No primeiro momento foram os economistas que estiveram a frente da construção do arcabouço teórico sobre o tema. Com isso, os estudos desenvolvidos por Cantillon, Say e Schumpeter são um marco na história do empreendedorismo (este período ficou conhecido como a “Era Econômica”). Os autores citados discorreram sobre questões relacionadas a risco, incertezas, mudanças e inovação (Garcia; Andrade, 2022).

Já no período entre 1940 e 1970 foram os psicólogos e sociólogos que se destacaram nos estudos relacionados ao empreendedorismo. Os psicólogos estudavam os traços de personalidade do empreendedor, enquanto os sociólogos se dedicaram a estudar questões relacionadas a mudança social (Garcia; Andrade, 2022).

A partir de 1970, o tema ganhou espaço entre pesquisadores do campo da Gestão/administração. Este período ficou conhecido como a era dos estudos em gestão e tem entre os seus expoentes Peter Drucker, Fernando Dolabela e Idalberto Chiavenato. Estes, se esforçaram para identificar como os empreendedores projetam e operacionalizam suas ideias e negócios.

Sobre o conceito de empreendedorismo, Hisrich (2014) diz que se trata de um processo de criação de algo diferente com valor, dedicando o tempo e esforços necessários; assumindo o acompanhamento de riscos financeiros, psicológicos e sociais e recebendo as recompensas resultantes de satisfação monetária e pessoal. Empreendedorismo se concentra mais em oportunidades do que em recursos; é mais bem sucedido em comunidades que se ajudam mutuamente reinvestindo o

excesso do seu capital em projetos de outras comunidades. Já Stevenson (2000) diz que empreender é buscar oportunidades para além dos recursos existentes.

Para Marchiori (2002, p. 73) a informação se tornou o principal ativo das organizações. Com efeito, parte substancial da economia dos países tem por base os produtos, serviços e negócios de base informacional. Logo, a Gestão da Informação, além de corroborar para desvelar novas oportunidades de negócios, ela se apresenta como uma oportunidade empreendedora, já que profissionais formados em cursos que se encontram sob o guarda-chuva da Ciência da Informação, entre eles o Gestor de Informação, podem abrir os seus próprios empreendimentos voltados a desenvolver soluções para os mais diferentes problemas de cunho informacional.

Segundo Garcia e Andrade (2022) o conceito de oportunidade empreendedora está em voga desde a primeira década dos anos 2000, o mesmo período que ressurgiu, no Brasil, o debate em torno da Gestão da Informação e de suas potencialidades.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia empregada na realização do presente estudo foi a pesquisa-ação participante. Segundo Thiollent (2005) a pesquisa ação vai além de compreender, ela visa intervir na situação com possibilidades de modificá-la. Severino (2015) destaca a participação do pesquisador na observação dos fenômenos, de modo que venha compartilhar a vivência dos sujeitos pesquisados, isto é, participando de forma permanente e sistemática, ao longo do tempo da pesquisa e das atividades.

O objeto metodológico foi o processo de co-criação de um produto informacional voltado para os profissionais graduados em Gestão da Informação no Brasil. Entendendo que co-criar é criar junto, carece de mecanismos e ferramentas que possibilitem a participação de todos os envolvidos no processo.

Participaram do processo de co-criação a professora responsável pela disciplina e nove alunos matriculados na disciplina SIN230 – Empreendedorismo em Gestão da Informação na Universidade Federal do Paraná (UFPR), do segundo semestre de 2022 (disciplina de 7º período).

Para coleta de dados, utilizou-se documentos do curso de Gestão da Informação disponibilizados no site do Departamento de Ciência e Gestão da Informação (DECIGI), o diário de bordo no qual havia sido registrado todo processo de co-criação do produto informacional e os registros e ferramentas elaborados pelos discentes e compartilhados no ambiente virtual de aprendizagem (AVA).

Todo processo de co-criação foi realizado no horário de aula, perdurou seis encontros, totalizando 24 horas. Todas as atividades contaram com orientação da professora da disciplina SIN 230 – Empreendedorismo em Gestão da Informação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Sobre a Disciplina Sin230 – Empreendedorismo em Gestão da Informação

Conforme consta na Ficha 2 da disciplina disponibilizada no portal do Departamento de Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação da

Universidade Federal do Paraná (DECIGI/UFPR), a disciplina Empreendedorismo em Gestão da Informação SIN230, é optativa, semestral, presencial, com carga horária total de 60 horas.

A ementa é composta por: Conceitos, origem e fundamentos do Empreendedorismo; Empreendedorismo no Brasil; *Softs skills* e *Hard Skills* do empreendedor; Intraempreendedorismo *versus* empreendedorismo; Diferença entre ideias e oportunidades; Identificação de oportunidades e projetos de empreendimentos com ênfase na prestação de serviços de informação e modelos *versus* plano de negócios.

Tem por objetivo principal realizar um itinerário formativo correlacionando teoria e prática sobre empreendedorismo na gestão da informação com vistas ao desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras que possibilitem os discentes planejar, executar, acompanhar e avaliar projetos, produtos e serviços informacionais em diferentes segmentos.

E como objetivos específicos:

- Estimular a capacidade empreendedora do acadêmico, através do conteúdo ministrado assim como possibilitar o acesso das ferramentas de gestão e de fontes de financiamento;
- Possibilitar que os acadêmicos elaborem um plano de negócios para alavancar recursos para o empreendimento.
- Capacitar os alunos para a elaboração e planejamento do projeto de serviço e produto (informacional e conceitual), com detalhamento do escopo, atividades, tempos, entre outros.

Os procedimentos didáticos empregados possibilitam que os discentes correlacionem teoria e prática, envolve leituras, pesquisas orientadas, aulas expositivas, estudo de caso, simulações e resoluções

de problemas reais. Dentre as atividades realizadas estão: pesquisa orientada, leituras, simulações, visita técnica, painel com especialista e construção coletiva de uma proposta de negócio.

A avaliação dos discentes teve como base a entrega das atividades individuais e coletivas. No âmbito individual foi considerada a participação em sala de aula e a apresentação do diário de bordo da disciplina. No âmbito coletivo os alunos foram provocados a identificarem um problema informacional e co-criarem um produto, serviço ou negócio de base informacional.

4.2 A Identificação do Problema

O processo que evidenciou o problema informacional apresentado nas próximas páginas teve início com a realização de uma dinâmica de *brainstorming*³. Esta foi facilitada pela professora responsável e resultou em um conjunto de propostas de serviços, produtos e negócios informacionais, conforme apresentada abaixo:

1. Organização dos gestores da informação para prestação de serviços;
2. Consultoria empresarial: LGPD, gestão de conteúdos, mapeamento de processos, gestão documental e análise de dados;
3. Atendimento ao poder público: suporte a licitações, suporte a políticas públicas, estratégia parlamentar e suporte a serviços prisionais;

³ Trata-se de uma técnica de trabalho em grupo utilizada para promover a participação, a geração de ideias e soluções inovadoras para resolver problemas diversos.

4. Mentoria para estudante universitário;
5. Casa de *research*;
6. Netflix de livros.

Após apresentação e defesa de cada proposta, ficou evidenciado que o grupo tinha em comum a preocupação ou descontentamento com o fato de o mercado de trabalho desconhecer o potencial dos gestores de informação. Nas palavras deles, mesmo passados mais de 20 anos de criação do primeiro Curso de Bacharelado em Gestão da Informação no Brasil, e do acúmulo teórico sobre o tema, percebe-se que a área e os profissionais são pouco conhecidos pelo mercado de trabalho, além de existir uma confusão conceitual em torno do tema.

Ao serem questionados sobre o que eles acreditavam ser necessário para que os bacharéis em Gestão da Informação tivessem seus potenciais conhecidos e reconhecidos, eles falaram que os egressos são poucos e dispersos e que estes acabam migrando para as áreas de Tecnologia da Informação, Gestão, ou, Biblioteconomia, o que enfraquece ainda mais o segmento e mesmo a profissão. Falaram ainda sobre a necessidade de criar um corpo ou perfil do profissional Gestor da Informação. A frase utilizada pelos discentes foi “precisamos criar uma imagem que remeta à área e ao profissional Gestor da Informação” ao ponto que quando as pessoas escutarem a expressão “Gestão da Informação” ou “Gestor da Informação”, rapidamente elas associem a essa imagem.

Após pesquisas e negociações, o grupo co-construiu uma nova proposta: a criação de uma plataforma que possibilitasse a conexão entre os Gestores de Informação, o mapeamento das *soft e hard skills*⁴, áreas

⁴ São categorias de habilidades essenciais no mercado de trabalho, mas com naturezas bem distintas: “Hard Skills” são as habilidades técnicas e específicas de uma área de atuação, adquiridas

de atuação, potencialidades, ou seja, que possibilite construir um perfil/rosto deste profissional, tão importante e com tantas potencialidades.

Após a definição do problema e elaboração da proposta/produto, o grupo elegeu um membro para continuar o processo de facilitação nas etapas subsequentes, escolheu as ferramentas que seriam utilizadas no desenvolvimento da proposta do produto e trabalharam na prototipagem do produto, conforme apresentado na sequência.

4.3 As Ferramentas utilizadas no Desenvolvimento da Proposta

A professora retomou um conjunto de ferramentas que já haviam sido apresentadas em sala de aula, na sequência, o grupo fez uma reunião e decidam trabalhar na elaboração da análise de SWOT, Canvas, Missão, Visão, Valores e 5W2H. Essas ferramentas empregadas no processo Co-Criação que é um processo colaborativo entre as partes envolvidas, auxiliaram também no *Brainstorming* para a geração das ideias no grupo.

- A SWOT é uma ferramenta de análise estratégica que permite avaliar o ambiente interno e externo de uma empresa ou projeto, onde: *strengths* (forças): pontos fortes internos que diferenciam a empresa dos concorrentes; *weaknesses* (fraquezas): aspectos internos que podem prejudicar o desempenho; *opportunities* (oportunidades): fatores externos que a empresa pode explorar a

por meio de cursos, treinamentos e experiência prática; “Soft Skills” são habilidades comportamentais e interpessoais, geralmente desenvolvidas ao longo da experiência e do tempo.

seu favor; *threats* (ameaças): fatores externos que podem ameaçar o sucesso do negócio.

- O Canvas, também conhecido como *Business Model Canvas*, é uma ferramenta visual que permite planejar e estruturar um modelo de negócios de forma prática e integrada, por meio de nove blocos, sendo eles: proposta de valor, segmento de clientes, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades-chave, parcerias principais e estrutura de custos.
- A Missão, Visão e Valores são elementos essenciais para definir a identidade e a cultura de uma organização, sendo: missão a declaração que define o propósito da empresa e o que ela busca realizar no presente; a visão é a declaração de onde a empresa quer chegar no futuro, isto é, o seu objetivo de longo prazo; e, os valores são os princípios e comportamentos que guiam a atuação e as decisões da empresa.
- A ferramenta 5W2H é utilizada na definição das ações com clareza e precisão, onde cada letra representa uma pergunta que deve ser respondida. Neste estudo a ferramenta foi adaptada e apresenta-se com imperativos (elementos) da organização, sendo eles: Por quê, Para quem, Para que, Onde e Como.

4.4 Processo de Co-Criação

O processo de Co-criação se deu em três etapas:

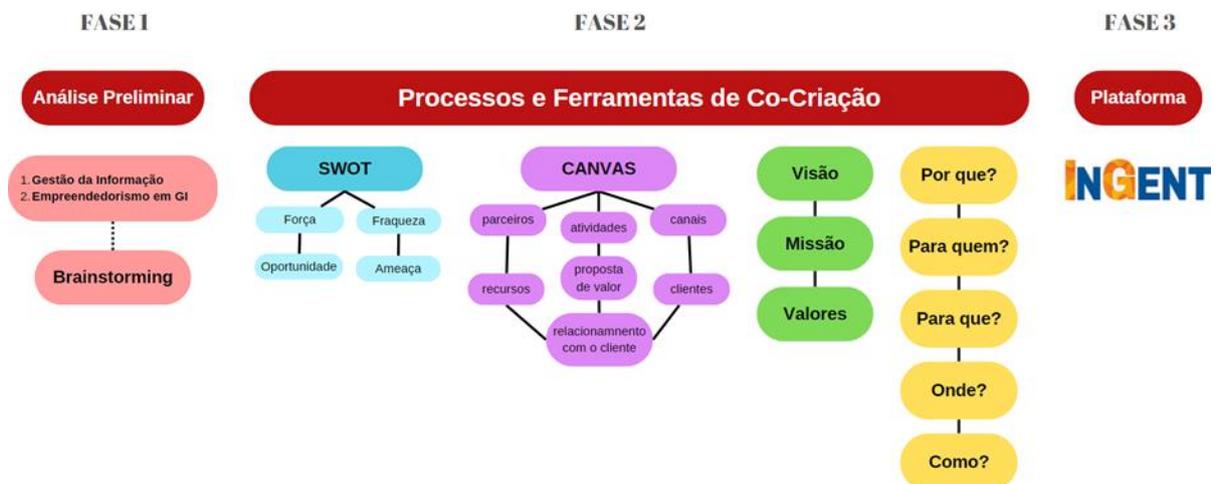
Na primeira, a professora facilitou uma dinâmica *brainstorming* para identificar problemas informacionais relacionadas ao campo da Gestão da Informação. As ideias foram anotadas no quadro e na sequência os discentes, coletivamente, elaboraram uma proposta mais robusta.

Na segunda etapa, os discentes trabalharam no desenvolvimento da matriz se SWOT, Figura 2, do Canvas, Figura 3, na construção da missão, visão e valores e, na matriz adaptada do 5W2H, Quadro 1.

Por fim, foi feito a prototipagem da plataforma InGent e a apresentação para uma banca formado por professores e egressos do curso de Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná.

O processo de co-criação da plataforma encontra-se sistematizado na figura abaixo.

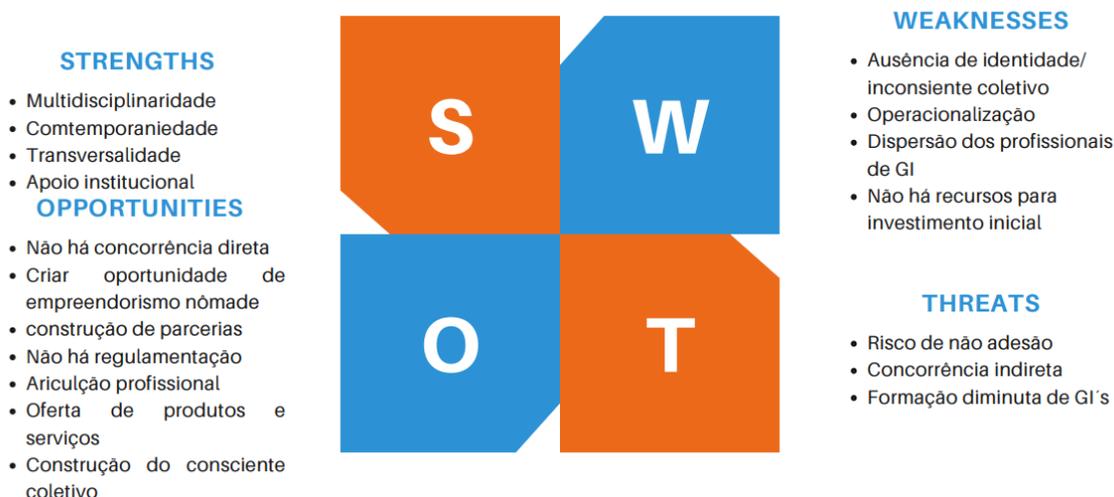
Figura 1 - Etapas do processo de criação



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A matriz de SWOT elaborada pelo grupo evidenciou as forças (*strengths*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*), relacionadas a plataforma InGent. O Resultado consta na Figura 2.

Figura 2 - Matriz SWOT



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Na sequência, o grupo elaborou o *Business Model Canvas*, que apoia no desenvolvimento da proposta com aspectos visuais que permitem planejar e estruturar um modelo de negócios de forma prática, por meio de nove blocos, apresentados na Figura 3.

Figura 3 - Business Model Canvas



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Após a elaboração do *Business Model Canvas* os discentes trabalharam na construção da visão, a missão e os valores, sendo eles:

- Visão: Se tornar um instrumento de visibilidade e emancipação do profissional Gestor da Informação.
- Missão: Integrar, fortalecer e desenvolver a comunidade de Gestores da Informação.
- Valores: Colaboração, inovação, ética, valorização do capital humano e conectividade.

Para explicitar os imperativos da organização, utilizou-se uma adaptação da ferramenta 5W2H. Esta deu origem ao Quadro 1, abaixo.

Quadro 1 - Imperativos da organização

Por quê?	Para quem?	Para que?	Onde?	Como?
Porque precisamos fortalecer a imagem do profissional GI (graduado, mestre e doutor).	Para os gestores de informação e acadêmicos.	Para criar uma comunidade especializada em GI, para se apropriar do próprio segmento de mercado.	Para o Brasil, em ambiente digital.	Um Conselho Gestor será responsável pela operacionalização da plataforma digital.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Esses imperativos da organização referem-se aos elementos estratégicos de investigação que o grupo elaborou. Tais elementos permitem maior clareza sobre o que é essencial para atingir os seus objetivos.

4.5 O Produto em Si

Por fim, foi trabalhado na proposta de criação de uma plataforma, intitulada de InGent, voltada à viabilização da conexão entre pessoas (graduados, mestres e doutores em GI), conforme Figura 4, que apresenta uma ilustração do fortalecimento dos profissionais Gestores de Informação.

Figura 4 – Plataforma InGent



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conjecturou-se que seria possível viabilizar serviços de mentoria para estudantes, abrir espaço para que os profissionais ofertem cursos e serviços, promover eventos e atividades de formação/qualificação entre os participantes, além de realizar incidências em empresas públicas e privadas com vista ao conhecimento e reconhecimento dos Gestores de Informação.

Os alunos contaram com uma assessoria de um especialista para entender a melhor forma ou estratégia de precificação e sustentabilidade financeira, porém não tiveram condições e tempo hábil para desenvolver o planejamento financeiro da proposta. O que se evidenciou foi que a plataforma deveria criar ao menos quatro perfis de acesso, um para

pessoa jurídica, outro para profissionais com possibilidade de ofertar serviços, profissionais sem oferta de serviços e estudantes. O grupo entende que a plataforma pode contar com recursos de editais de órgãos públicos e privados.

Ao final da disciplina, os alunos apresentaram a proposta da plataforma InGent em uma banca formada por profissionais egressos do curso de Gestão da Informação. Nesta apresentação, os participantes da banca, sugeriram a elaboração de um estudo de persona e que o público-alvo ficasse restrito a graduados e graduandos em cursos de Bacharelado em Gestão da Informação.

A prototipação mencionada em páginas anteriores foi realizada em sala de aula, com a utilização de cards, papel *kraft*, canetinhas e *post its*.

5 CONCLUSÃO

O processo evidenciou a preocupação dos discentes com o fato de o mercado de trabalho desconhecer as potencialidades do profissional Gestor da Informação, com a falta de consenso e delimitação do domínio do campo Gestão da Informação, possibilitou a ampla participação no processo de co-criação de um produto informacional e culminou com a elaboração de uma proposta para criar uma plataforma que possibilitasse a conexão entre os egressos dos cursos de Gestão da Informação no Brasil. O nome consensuado para a Plataforma foi InGent. Esta tem como missão Integrar, fortalecer e desenvolver a comunidade de Gestores da Informação.

Os achados desta pesquisa revelam a riqueza dos processos de co-criação. Conforme consta na seção que trata sobre a identificação do problema, foram apresentadas seis propostas, no entanto, o que todos os

discentes buscavam em promover, fazer conhecer as potencialidades do profissional Gestor da Informação, dessa constatação, surgiu a proposta aqui apresenta. Entende-se que os processos de co-criação podem contribuir, sobremaneira, para desvelar problemas sociais, em muitos casos subjogados, e possibilitar o desenvolvimento de novos produtos, serviço e negócios, impactando positivamente a vida das pessoas e em um sentido mais amplo, o desenvolvimento de uma área do conhecimento e a economia do país.

No que tange as práticas de ensino, o estudo mostra como o ensino na sala de aula e práticas de empreendedorismo podem andar juntos. E mais, como as práticas de ensino podem contribuir para resolução de problemas sociais de diferentes naturezas, inclusive problemas relacionados a uma categoria profissional, como o Gestor de Informação.

Por fim, ressalta-se a carência de estudos e publicações sobre empreendedorismo em gestão da informação e a importância de relatos sobre práticas de ensino que promovam a indissociabilidade entre o ensino, pesquisa e extensão.

Aproveito o ensejo para sugerir a realização de estudos sobre empreendedorismo em Gestão da Informação, bem como para que sejam colocadas em curso práticas pedagógicas como a relatada e que os resultados possam ser socializados.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, R. R. Gestão da informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas. **Informação e Informação**, Londrina, v. 13, n. 1 esp., p. 1-25, 2008. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1843>. Acesso em: 04 fev. 2023.

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO.
Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gestão da Informação. Curitiba, 2013. Disponível em:
www.sociaisaplicadas.ufpr.br/portal/decigi/graduacao/sobre-o-curso/documentos-do-curso/. Acesso em: 02 fev. 2023.

GARCIA, A. S.; ANDRADE, D. M. O campo de pesquisas do empreendedorismo: transformações, padrões e tendências na literatura científica (1990-2019). **Revista Brasileira de Inovação**, v. 21, p. e022002, 2022. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/rbi/a/GZ3HWnMChMdtkGJWVn5tKwy/>. Acesso em 10 fev. 2023.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A.
Empreendedorismo. 9. ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

MARCHIORI, P. Z. A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 72-79, maio/ago., 2002. Disponível em:
<https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/962>. Acesso em: 02 jul. 2023.

MONTEIRO, S. A.; DUARTE, E. N. Bases teóricas da gestão da informação: da gênese às relações interdisciplinares. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 9, n. 2, p. 89-106, 2019. Disponível em: Acesso em: 27 jul. 2023.

NONATO, R. dos S.; AGANETTE, E. C. Gestão da informação: rumo a uma proposta de definição atual e consensual para o termo. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 27, n. 1, p. 133-159, jan./mar., 2022. Disponível em:
<https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/38428>. Acesso em: 10 maio 2023.

STAIR, R. M. **Princípios de sistemas de informação:** uma abordagem gerencial. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed., rev. e atual. São Paulo: Editora Cortez, 2015.

STEVENSON, H. H. Why entrepreneurship has won. **Coleman White Paper**, v. 2, n. 4, p. 483, 2000.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 14. ed., rev. e aum. São Paulo: Editora Cortez, 2005.

VALENTIM, M. L. P. Gestão da informação e gestão do conhecimento: especificidades e convergências. Londrina: **Infohome**, nov. 2004. Disponível em: https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=88. Acesso em: 03 nov. 2023.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, 2014. DOI: 10.1590/1982-7849rac20141244.

VERGA, E.; DA SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. DOI: 10.14211/regepe.v3i3.161.