

Inovação para o desenvolvimento de serviços de informação

Innovation for the development of information services

Innovación para el desarrollo de los servicios de información

***L'innovation pour le développement des services
d'information***

Priscila Machado Borges SENA¹

Correspondência

Autor para correspondência.
Priscila Machado Borges Sena
E-mail: priscilasena.pesquisa@gmail.com
ORCID: ORCID do autor para correspondência,
com <https://orcid.org/0000-0002-5612-4315>



Submetido em: 24/12/2021

Aceito em: 09/02/2022

Publicado em: 01/05/2022

¹ Doutorado em Ciência da Informação no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação na Universidade Federal de Santa Catarina (PGCIN/UFSC).

RESUMO

Orientada à habilidade de fazer relações, vislumbrar oportunidades e colher benefícios, a inovação torna-se instrumento primordial para organizações e profissionais que desejam inovar em serviços de informação. Nesse sentido, neste artigo busca-se explorar inovação para o desenvolvimento de serviços de informação. Por meio de pesquisa qualitativa, exploratória, descritiva e bibliográfica se concretiza o objetivo estabelecido. Sugerem-se três métodos, Design Thinking, Mapa de Empatia e Lean Startup, que para além de descritos foram exemplificados a possibilitar maior entendimento e incentivo à aplicação. As ferramentas abordadas têm em comum o foco nas pessoas, e por isso são ótimas opções para se trabalhar a inovação em serviços de informação realmente requeridos na sociedade e toda a diversidade e pluralidade que a compõe. É válido ressaltar que embora ótimas opções, a inovação em serviços de informação não depende dessas ferramentas, contudo pode ser facilitada e impulsionada por elas, uma vez possibilitam e incentivam o registro em suas etapas, conseqüentemente diminuem o retrabalho em determinadas ações.

Palavras-chave: Inovação. Inovação tecnológica. Profissionais da informação. Serviços de informação. Unidades de informação.

ABSTRACT

Guided by the ability to make relationships, glimpse opportunities, and reap benefits, innovation becomes a primordial instrument for organizations and professionals who wish to innovate in information services. In this sense, this article seeks to explore innovation for the development of information services. Through qualitative, exploratory, descriptive, and bibliographic research, the established objective is realized. Three methods are suggested, Design Thinking, Empathy Map, and Lean Startup, which, in addition to being described, were exemplified to enable greater understanding and incentive to their application. The tools mentioned above have in common a focus on people, and for this reason, they are excellent options for working on innovation in information services that are really required in society and all the diversity and plurality that make it up. It is worth mentioning that although they are excellent options, innovation in information services does not depend on these tools, but it can be facilitated and driven by them, since they enable and encourage registration in its steps, consequently reducing rework in certain actions.

Keywords: Innovation. Information professionals. Information services. Information units. Technological innovation.

RESUMEN

Centrada en la capacidad de construir relaciones, vislumbrar oportunidades y cosechar beneficios, la innovación se convierte en un instrumento clave para las organizaciones y los profesionales que desean innovar en los servicios de información. En este sentido, este artículo pretende explorar la innovación para el desarrollo de los servicios de información. A través de una investigación cualitativa, exploratoria, descriptiva y bibliográfica, se logra el objetivo establecido. Se proponen tres métodos: Design Thinking, Empathy Map y Lean Startup, que fueron descritos y ejemplificados para permitir una mayor comprensión e incentivar su aplicación. Las herramientas mencionadas tienen en común el enfoque en las personas, por lo que son excelentes opciones para trabajar en la innovación de los servicios de información que realmente requiere la sociedad y toda la diversidad y pluralidad que la conforman. Cabe destacar que, aunque son excelentes opciones, la innovación en los servicios de información no depende de estas herramientas, sino que puede verse facilitada y fomentada por ellas, ya que posibilitan y favorecen el registro en sus fases y, en consecuencia, reducen el retrabajo en determinadas acciones.

Palabras clave: Innovación. Innovación tecnológica. Profesionales de la información. Servicios de información. Unidades de información.

RÉSUMÉ

L'innovation est un outil essentiel pour les organisations et les professionnels qui souhaitent innover dans les services d'information. Elle est orientée vers la capacité à établir des relations, à entrevoir des opportunités et à récolter des bénéfices. Dans ce sens, cet article cherche à explorer l'innovation pour le développement des services d'information. Grâce à une recherche qualitative, exploratoire, descriptive et bibliographique, l'objectif fixé est atteint. Trois méthodes sont proposées : Design Thinking, Empathy Map et Lean Startup, qui ont été décrites et exemplifiées pour permettre une meilleure compréhension et une incitation à leur application. Les outils mentionnés ci-dessus ont en commun de mettre l'accent sur les personnes, et constituent donc d'excellentes options pour travailler sur l'innovation dans les services d'information qui sont réellement nécessaires dans la société et toute la diversité et la pluralité qui la composent. Il convient de souligner que, bien qu'il s'agisse

d'excellentes options, l'innovation dans les services d'information ne dépend pas de ces outils; toutefois, elle peut être facilitée et encouragée par eux, puisqu'ils rendent possible et encouragent l'enregistrement dans ses étapes, et par conséquent réduisent les reprises dans certaines actions.

Mots clés: Innovation. L'innovation technologique. Professionnels de l'information. Services d'information. Unités d'information.

1 INTRODUÇÃO

Orientada à habilidade de fazer relações, vislumbrar oportunidades e colher benefícios (BESSANT; TIDD, 2009), a inovação torna-se instrumento primordial para organizações e profissionais que desejam inovar em serviços de informação. Segundo Bessant e Tidd (2009), a essência da inovação enfoca três principais fatores: geração de novas ideias; seleção das melhores; e implementação.

Compreender esses fatores contribui para que o processo inovativo possa se fazer presente nas organizações e ações profissionais. Pois, embora o senso comum leve a acreditar que ter uma mente criativa e cheia de ideias é suficiente para inovar, a literatura científica e técnica sobre a temática evidencia que é necessário mais, em torno de aprender a eleger melhores propostas e aplicar de maneira efetiva e eficiente.

Nesse sentido, propõe-se aqui explorar a inovação para o desenvolvimento de serviços de informação. Para tanto, dialoga-se com conceitos e definições em torno de serviços, unidades e profissionais da informação, e criatividade e inovação. Uma vez que, compreende-se a inovação como um processo em movimento que se nutre de quem a recebe para manter-se essencial, pertinente e relevante.

Justifica-se a estrutura estabelecida no anseio de um artigo de caráter didático para docentes, estudantes e técnicos nas áreas de Biblioteconomia e Ciência da Informação, em consonância com a proposta do Dossiê Temático da ConCI: Convergências em Ciência da Informação dedicada ao tema “Produtos e Serviços Informacionais: reflexões e experiências sobre inovação, marketing e mídias sociais”.

Ademais, o artigo traz a síntese das referências utilizadas nas palestras, oficinas, *workshops* e minicursos ministrados pela pesquisadora que o escreve, e dos compartilhamentos com os públicos participantes. Entre 2020 e 2021 a demanda por abordagens teóricas e práticas sobre inovação aumentou, e em maior parte pode ser associado com o contexto pandêmico em função da Covid-19.

De repente mudanças que levariam entre cinco e dez anos para acontecer ocorreram em meses, pois se reinventar e inovar tornaram-se armas de existência e resistência. Posto isso, a partir dos caminhos metodológicos detalhados na seção a seguir se alcança o objetivo delimitado.

2 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Os caminhos metodológicos de uma pesquisa são vitais para que esta seja reconhecida, replicada e/ou continuada. Assim, este artigo pode ser caracterizado como qualitativo, exploratório, descritivo e bibliográfico.

Qualitativo por apresentar uma interpretação pessoal dos conceitos, definições e abordagens encontrados na exploração do material bibliográfico selecionado, concernente a proposta do artigo. Descritivo por detalhar as contribuições e interpretações destas de

acordo com o objetivo estabelecido de explorar a inovação para o desenvolvimento de serviços de informação.

Desse modo, na próxima seção discorre-se sobre serviços, unidades e profissionais da informação, na sequência sobre criatividade e inovação, então sobre algumas ferramentas para o exercício do processo de inovação em serviços de informação, e por fim registra-se as considerações finais acerca do apresentado e as referências utilizadas.

3 SERVIÇOS, UNIDADES E PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO

Antes de abordar especificamente sobre inovação, considera-se primordial alinhar algumas compreensões acerca dos serviços de informação, unidades de informação e profissionais da informação. Isso porque, para exercer o processo de inovação, há que se entender com que tipo de serviço e organização se trabalha e quem se é como profissional. Parte-se então do questionamento, em que consistem os serviços de informação?

De acordo com Rozados (2006), os serviços de informação consistem em satisfazer as necessidades e demandas de informação de uma comunidade, tendo sua essência no fornecimento de assistência na busca individual de informação.

Dessa forma, a agilidade no fornecimento de informação relaciona-se com a capacidade de uma informação em reduzir incertezas (CARVALHO, 2006). O que atribuí importância à percepção de quem recebe a informação que necessita. Portanto, reforça a proeminência do diálogo constante entre quem fornece e recebe um serviço de informação.

Varvakis Rados *et al.* (2016) caracterizaram de maneira resumida os serviços de informação por:

- a) **intangibilidade:** o serviço não pode ser tocado ou sentido e, apesar de poder estar associado a algo físico, o que o cliente busca é algo intangível. Esta característica está relacionada às experiências vivenciadas pelo cliente, havendo dificuldade para avaliar seus resultados e sua qualidade;
- b) **volatilidade:** muitos dos serviços de informação não deixam vestígios físicos após utilizados;
- c) **presença e participação do cliente:** é necessária a presença do cliente para que um serviço seja produzido, sendo ele uma parte ativa do processo e o elemento disparador da operação. O conhecimento, a experiência e a motivação do cliente podem afetar diretamente no desempenho do serviço;
- d) **produção e consumo simultâneos:** não é possível estocar os serviços, visto que eles são produzidos e consumidos simultaneamente. Isso pode afetar a qualidade criada durante o contato que ocorre entre o cliente e o funcionário (VARVAKIS RADOS *et al.*, 2016, p. 18).

Verifica-se, por essas características, que os clientes (leia-se público ou comunidade neste artigo) são primordiais para a existência e manutenção de um serviço de informação.

Sobre os tipos de serviços de informação, Varvakis Rados *et al.* (2016) elencaram 22 com base em Rozados (2006) descritos no Quadro 1:

Quadro 1 – Tipos de Serviços de Informação

Tipos de serviços de informação	
1 busca de informações bibliográficas em bancos de dados internacionais;	12 pareceres de mercado e técnicos;
2 orientação ao serviço de perguntas e respostas e ao uso de fontes;	13 auditoria tecnológica e de informação;
3 localização e obtenção de documentos;	14 monitoramento tecnológico;

Tipos de serviços de informação	
4 boletim mensal de alerta;	15 levantamentos técnicos e análises de mercado;
5 resposta específica a consultas sobre tecnologia, mercados, negócios;	16 repertório dos produtos fabricados num determinado local;
6 estudos bibliográficos;	17 treinamento, assistência e consultoria sobre temas variados;
7 pesquisa rápida de informações sobre parceiros industriais;	18 orientação à pesquisa e a fontes de informação;
8 fornecimento de dados financeiros;	19 normalização de publicações;
9 levantamento do estado da arte de uma dada tecnologia;	20 disseminação seletiva da informação (DSI);
10 estudos de diversificação, mercado, técnico-econômico, normalização e regulamentação de produtos e marcas, certificações, estudos de campo e multivalentes;	21 Extensão tecnológica (redes de informação tecnológica);
11 pesquisas sobre licenças, patentes, marcas, equipamentos e fornecedores;	22 Realização de seminários e eventos técnicos.

Fonte: Varvakis Rados *et al.* (2016) com base em Rozados (2006)

Rossi *et al.* (2020), ao realizarem pesquisa voltada para os serviços inovadores em bibliotecas universitárias, listaram oito que incorporam inovações tecnológicas e proporcionam relacionamento mais próximo das comunidades que os recebem. A saber são: biblioteca 24 horas; ações culturais; exposições; aplicativos para dispositivos móveis; atendimento online; digitalização de documentos; empréstimo de equipamento de notebooks e similares; e geração automática de Ficha Catalográfica.

Ressalta-se que a maior parte desses serviços, por suas características, não necessitam estar atrelados a uma organização

específica. Ou seja, podem ser trabalhados em unidade ou em conjunto dentro ou fora de uma organização.

E mais, é salutar trazer aqui que uma unidade de informação, embora geralmente associada a biblioteca, centro de documentação, arquivo e museu, é uma organização de informação e conhecimento com a finalidade de disseminar informações. Por conseguinte, conforme denotado por Santin (2020), é importante que as unidades de informação sejam ambientes (físicos ou digitais) confortáveis e seguros, e possibilitem acesso a recursos e serviços relevantes.”

Nessa perspectiva, requerem profissionais com competências que fomentem, permitam e mantenham a inovação sistemática na organização. Em específico, torna-se vital ter nítido quem é a/o profissional da informação, seja oriundo da Arquivologia, Biblioteconomia, Ciência da Informação, Museologia e outras áreas afins.

Oliveira e Rodrigues (2020), após densa busca e análise da literatura científica e documentos técnicos, sintetizaram o profissional da informação como:

Responsável pela produção e disponibilização da informação em etapas que compreendem o desenvolvimento e implementação de recursos e serviços de informação para a recuperação, seleção, tratamento, armazenamento e preservação da informação, utilizando diversas ferramentas físicas e/ou virtuais, de forma a tornar a informação acessível, num formato, local e momento oportuno, colaborando assim para que pessoas e/ou organizações alcancem os seus objetivos propostos (OLIVEIRA; RODRIGUES, 2020, p. 92).

Acrescenta-se, diante do exposto, que profissionais da informação são pessoas em pluralidade e diversidade, que trabalham para a sociedade, no atendimento de suas mais variadas demandas

pautadas em informação. Logo, necessitam da consciência de protagonistas, com atenção ao todo para se tornarem autônomos e promoverem autonomia.

Dada a compreensão sobre serviços, unidades e profissionais da informação, considerada fundamental para o que se propõe neste artigo, na próxima seção se apresenta a relação entre criatividade, ação e inovação para a geração de serviços de informação inovadores.

4 CRIATIVIDADE, AÇÃO E INOVAÇÃO

A utilização e interpretação da informação constituem a base das ideias (PINTO; BLATTMANN, 2002), mas a verdade de uma ideia resulta da diferença que ela pode fazer na vida prática de alguém, pois ideias são instrumentos para colocar o mundo em movimento (MOSTAFA, 2013).

Mundo em movimento requer criatividade mas, essencialmente, ação, e ação em sinergia com reais necessidades para que a inovação seja efetiva. De acordo com Savedra, Cândido e Vale (2020), a criatividade integra o processo de inovação, e pode ser entendida como um processo individual ou coletivo, que concebe ideias e diferentes opiniões para determinadas questões.

Em consonância com Valentim (2008), que apresentou a criatividade como a primeira etapa para a inovação, embora haja forte relação entre criatividade e inovação, nem sempre uma ideia criativa será uma inovação. Isso porque uma ideia criativa necessita ser viável no mundo real.

Sobre junção dos diferentes, Amabile (1998) abordou que o pensamento criativo se relaciona à maneira como as pessoas

discutem os problemas e as soluções, logo culmina na capacidade de agrupar ideias existentes em novas combinações. Nesse ponto das combinações reside a inovação.

Segundo o que consta na quarta edição do Manual de Oslo (OECD; EUROSTAT, 2018), a inovação pode ser compreendida como um produto ou processo novo ou melhorado (ou união de ambos) que se distingue expressivamente dos produtos ou processos produzidos antes pela unidade e que é disponibilizado para o público potencial (produto) ou usado pela unidade (processo).

Nota-se que compreender a inovação como algo novo ou melhorado, corrobora-se com afirmação de Drucker (1987) sobre esta ser o instrumento específico do empreendedor e ocorrer pela habilidade de modificar algo já existente. Nesse sentido “é uma questão de conhecimento – criar novas possibilidades por meio da combinação de diferentes conjuntos de conhecimentos” (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008, p. 35).

De acordo com Bessant e Tidd (2009), a inovação pode ocorrer resumidamente em quatro diferentes dimensões de mudança: **Inovação de produto** – mudanças nas coisas (produtos/serviços) que uma empresa oferece; **Inovação de processo** – mudanças nas formas em que as coisas (produtos/serviços) são criadas e ofertadas ou apresentadas ao consumidor; **Inovação de posição** – mudanças no contexto em que produtos/serviços são introduzidos; e **Inovação de paradigma** – mudanças nos modelos mentais básicos que norteiam o que a empresa faz.

Savedra, Cândido e Vale (2020) ao abordar as quatro dimensões de mudança, exemplificaram conforme Quadro 2, sobre as dimensões da inovação:

Quadro 2 – Dimensões de inovação de Bessant e Tidd (2009) na prática

Dimensões da inovação	Exemplos
Produto	A biblioteca Reanimation Library, Brooklyn, em Nova Iorque, tem o acervo formado por vendas de bazar, lixões municipais, doações, livros usados e mercado de pulgas. A biblioteca tem a missão de construir uma coleção de recursos que inspiram a produção de trabalhos criativos (REANIMATION LIBRARY, 2020).
Processo	Kista, a biblioteca pública de Estocolmo, na Suécia, foi construída em um shopping, conta com design e arquitetura moderna e tecnologias digitais, como telas com informações da unidade e de seus funcionários (DANISH AGENCY FOR CULTURE, 2020). A biblioteca oferece uma gama de possibilidades, entre elas: acesso a jornais do mundo todo e a diversas revistas digitais; um café, palco e auditório para atividades culturais; salas de estudos; e computadores com acesso gratuito à internet.
Posição	A Biblioteca Municipal Centenário, em Poços de Caldas, Minas Gerais, inovou ao instigar jovens a serem influenciadores de leitura, booktubers, conhecidos como criadores de conteúdo de leitura para YouTube (CASA DA ÁRVORE, 2019). Diante dessa iniciativa, a biblioteca passou a disponibilizar câmeras, refletores, microfones, editores de vídeos e cenários para os usuários usarem e criarem conteúdo, de forma a unir a leitura à modernidade, dado que a internet modificou o mundo.
Paradigma	A biblioteca pública na cidade de Sacramento, na Califórnia, passou a fazer empréstimo de diversos itens não convencionais em bibliotecas, como videogames, jogos de tabuleiros, máquinas de costura, máquinas para a confecção de bottons, mesa digitalizadora, e, em 2015, ganhou o título de “biblioteca das coisas” (FRANCO, 2018, p. 7)

Fonte: Savedra, Cândido e Vale (2020)

Torna-se latente que a inovação envolve criatividade, mas principalmente ação e conexão entre as pessoas e organizações envolvidas. Ou seja, requer o que foi abordado na seção anterior, sobre a consciência para protagonizar, porém com atenção sistêmica e ao mesmo tempo orgânica para os impactos da inovação no entorno que a recebe direta e indiretamente.

É nessa perspectiva que o trabalho com informação faz das/os profissionais da informação essenciais para as organizações, mas

também para a sociedade como um todo. Isso porque, além das técnicas voltadas para o trabalho com a matéria-prima em si, a informação, profissionais da informação carregam em sua formação um olhar social e humanístico, diferencial em um mundo que requer mais e mais trabalho coletivo, diálogo e inteligência emocional.

Posto isso, descreve-se na próxima seção a seleção de métodos que contribuem para fomentar e tornar o processo de inovação mais ágil e conectado com a organização, público-alvo e sociedade em geral.

5 MÉTODOS – METODOLOGIAS – FERRAMENTAS – INSTRUMENTOS PARA INOVAÇÃO

Com esta seção tem-se o intuito de ajudar a pessoa leitora a se situar acerca de como iniciar, efetivar e manter o processo de inovação, seja trabalhando dentro de uma organização (arquivo, biblioteca, centro de documentação, museu ou empresa) na esfera pública ou privada, ou de forma independente. Desse modo, elegeram-se três métodos, também conhecidos como metodologias, ferramentas e instrumentos, os quais tornam o processo inovativo mais efetivo e eficiente em conexão, relevância e pertinência. São eles: *Design Thinking*, Mapa de Empatia e *Lean Startup*.

Ressalta-se que, cada um desses métodos por si, possui repertório para serem estudados em teoria e prática com mais profundidade. No entanto, neste artigo, o objetivo é explorar a inovação para o desenvolvimento de serviços de informação; portanto, nas subseções a seguir os métodos são descritos com base nas literaturas científica e técnica pertinentes para essa escrita,

podendo assim ser consultadas por aquelas e aqueles que decidirem se aprofundar.

5.1 *Design Thinking*

Pensar como um designer (Tradução livre de *Design Thinking*) refere-se principalmente ao trabalho colaborativo e multidisciplinar, feito por pessoas com foco em pessoas.

De acordo com Juliani, Cavaglierie e Machado (2015), um dos aspectos basilares que distingue o *Design Thinking* de outras ferramentas para gerar inovação, é a possibilidade de descobrir o que as pessoas almejam e satisfazer essas necessidades, ou seja, encontrar soluções para os problemas com as pessoas em prioridade.

Bernal Ramírez e Zaninelli (2017, p. 65) realizaram uma linha do tempo das origens do conceito de *Design Thinking* e verificaram que “o grande desenvolvimento foi focar o processo de inovação nas pessoas, que realmente são os usuários do produto ou do serviço”.

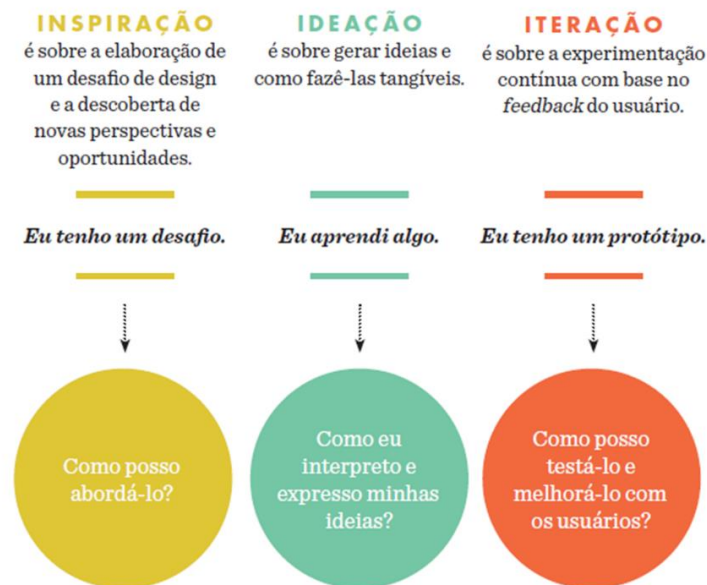
No *toolkit* elaborado originalmente pela IDEO com o patrocínio da Fundação Bill & Melinda Gates, e traduzido pela Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições (FEBAB), por intermédio do trabalho voluntário da Professora Adriana Maria de Souza, é possível encontrar exemplos de aplicação do *Design Thinking* em bibliotecas públicas americanas e dinamarquesas (IDEO, 2017). E, em busca realizada na BRAPCI²,

² Busca realizada com o termo “design thinking” restrito ao título, e retorno de 19 documentos. Disponível em: https://brapci.inf.br/?q=design+thinking&type=3&year_s=1972&year_e=2021&order=2. Acesso em: 23 dez. 2021.

encontram-se outros exemplos em âmbito brasileiro, principalmente relatos de uso em bibliotecas universitárias.

Das fases que o *Design Thinking* compreende, visualiza-se na Figura 1.

Figura 1 – Processo de *Design Thinking*



Fonte: IDEO (2017)

Conforme Guimarães e Rocha (2021), em relação aos estudos de usuários, nas práticas informacionais, o *Design Thinking* é uma ferramenta que pode ser vista como uma excelente opção metodológica para poder, além de identificar as necessidades das pessoas, criar um serviço melhor, como um artefato mediador para elas. Acrescentam, ainda, que o *Design Thinking*, bem como a abordagem das práticas informacionais da Ciência da Informação, enfocam a busca por conhecer o comportamento rotineiro das pessoas e seus sentidos compartilhados, no intuito de entender variados elementos, interconectados uns aos outros: maneiras de atividades corporais e mentais, coisas e seus usos, um conhecimento aprofundado na maneira de compreensão, saber-fazer, estados de emoção e conhecimento motivacional.

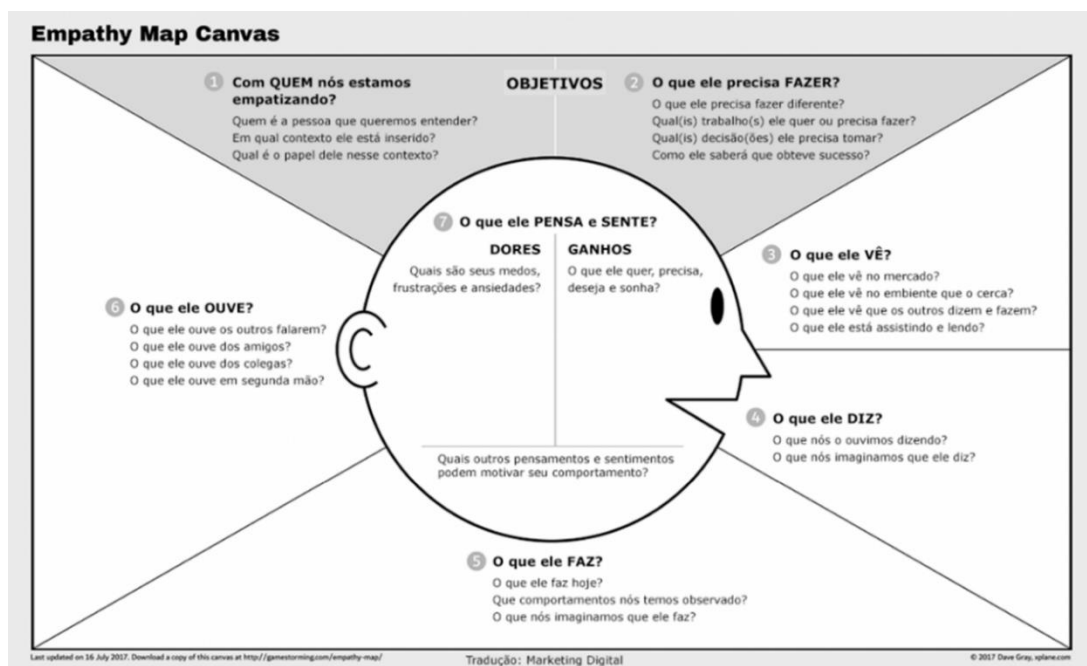
Destarte, o *Design Thinking* pode tranquilamente ser empregado individualmente ou integrado com outras ferramentas, como por exemplo com o Mapa de Empatia.

5.2 Mapa de Empatia

O Mapa de Empatia, embora possa ser utilizado em conjunto com o *Design Thinking*, também pode ser aplicado individualmente. Isso porque, segundo Cândido, Betotti e Bedin (2017), propicia a busca por compreender as necessidades, limitações e percepções, com o objetivo de melhorar e/ou desenvolver serviços.

Como ponto forte, as autoras destacam que a apresentação no formato de mapa visual facilita a discussão e o *brainstorming* sobre a criação de novos produtos/serviços/atividades, a partir da perspectiva das pessoas que estarão envolvidas (CÂNDIDO; BERTOTTI; BEDIN, 2017), conforme Figura 2.

Figura 2 – Canvas do Mapa de Empatia



Fonte: Control F5 (2018)³

³ Disponível em: <https://controlf5mkt.com.br/blog/mapa-de-empatia-atualizado/>.

A partir desse mapeamento é possível construir um “personagem” que representa o cliente/usuário/pessoa. Caso não tenha informações suficientes, o uso de estratégias para a aproximação com o público, como uma pesquisa de comunidade, ligações e questionário são possíveis ações que podem ser realizadas (CÂNDIDO; BERTOTTI; BEDIN, 2017).

Spadotto e Bedin (2020), ao aplicarem o Mapa de Empatia na Biblioteca do SENAI de Chapecó identificaram seis perfis que utilizam a biblioteca, sendo: 1) ensino superior; 2) ensino médio; 3) colaboradores; 4) cursos técnicos; 5) cursos qualificação; 6) cursos de aprendizagem. Então, descreveram os perfis de acordo com o Mapa de Empatia e concluíram que a pesquisa com base na “aplicação da ferramenta do mapa de empatia possibilita gerar reflexão sobre o cenário atual da unidade de informação, e serve, inclusive, como embasamento para estudos futuros e a aplicação de outras ferramentas”.

Essa conclusão reforça a possibilidade de trabalhar a ferramenta integrada a outras como o Lean Startup, a ser abordado na sequência.

5.2 Lean Startup

Como um conjunto de processos para reduzir tempo, dinheiro e risco ao iniciar uma nova empresa (RIES, 2012), o *Lean Startup* é um método que visa reduzir a extrema incerteza, exigindo o envolvimento do público durante todo o desenvolvimento, uso e teste de novos serviços (BIERAUGEL, 2015).

O *Lean Startup* é uma das aplicações da Filosofia *Lean*, em que constam também: *Lean Manufacturing*; *Lean Management*; *Lean*

Healthcare; Lean Construction; Lean Office; Lean UX; e Lean Six Sigma (GALVÁN-DURÁN, 2014).

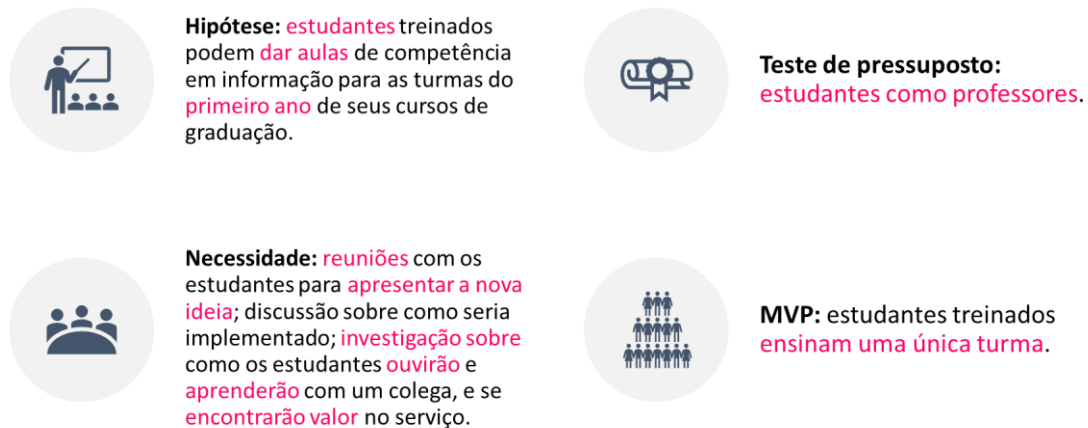
Importante destacar que *startups* são empresas novas e inovadoras sem histórico anterior de atividades, que procuram solucionar problemas, mesmo sem sucesso garantido. Dessa forma, apresentam a constante procura por um modelo de negócios viável, repetível e escalável, sob condições de extrema incerteza, baseadas principalmente em tecnologia (SENA, 2020).

Acerca da base em tecnologia que as estruturam, significa que nem todas as *startups* apresentarão serviços tecnológicos, porém se subsidiarão de tecnologias variadas para se manterem inovativas. Assim posto, a Filosofia *Lean* aplicada a *startups* pode ser compreendida como empreendimento enxuto.

Considera-se um método válido para a inovação em serviços de informação por propiciar agilidade, qualidade, economia em recursos financeiros e humanos, e conexão com a comunidade atendida que todo o tempo é consultada durante o processo inovativo.

Além disso, de acordo com Ries (2012), a cientificidade nos testes de hipóteses (suposições) sobre desejos e necessidades do público é um aspecto importante da aplicação do *Lean Startup*. Um exemplo nítido da aplicação do método pode ser visto na Figura 3.

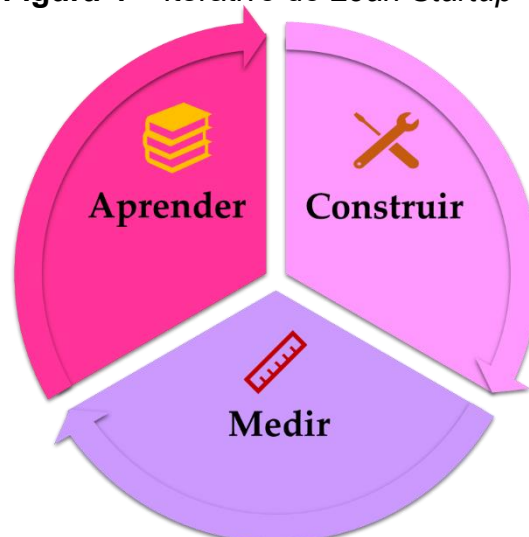
Figura 3 – Aplicação do *Lean Startup* para o desenvolvimento de um serviço de informação



Fonte: Autoria própria (2021) com base em Ries (2011) e Bieraugel (2015).

Verifica-se nesse exemplo da Figura 3 os componentes chave que compõem o chamado iterativo do *Lean Startup*, conforme Figura 4.

Figura 4 – Iterativo do *Lean Startup*



Fonte: Autoria própria (2021) com base em Ries (2011) e Bieraugel (2015).

Esse iterativo permite analisar os serviços que têm melhor receptividade e utilização, com a possibilidade de criar listas para acompanhamento, com vistas a evitar desperdícios em tempo e

recursos. Essas listas contribuem, por exemplo, conforme Bieraugel (2015), para pivotar ideias inviáveis e potencializar as viáveis em um tipo específico de biblioteca.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O direcionamento desta pesquisa ocorreu por meio do objetivo de explorar a inovação para o desenvolvimento de serviços de informação. Por conseguinte, apresentaram-se conceitos e definições relacionados de forma a subsidiar o suporte para a compreensão dos métodos sugeridos para fomentar e tornar o processo de inovação mais ágil e conectado com a organização, público-alvo e sociedade em geral.

Evidencia-se, assim, a concretização do objetivo, pois os três métodos, *Design Thinking*, Mapa de Empatia e *Lean Startup*, para além de descritos foram exemplificados, de modo a possibilitar maior entendimento e incentivo à aplicação. Ademais, demonstrou-se que as ferramentas abordadas têm em comum o foco nas pessoas e, por isso, são ótimas opções para se trabalhar a inovação em serviços de informação realmente requeridos na sociedade e toda a diversidade e pluralidade que a compõe.

É válido ressaltar que, embora essas ótimas opções, a inovação em serviços de informação não depende dessas ferramentas; contudo, pode ser facilitada e impulsionada por elas, uma vez que possibilitam e incentivam o registro em suas etapas e, conseqüentemente, diminuem o retrabalho em determinadas ações.

Almeja-se, com este artigo, reforçar e incentivar a continuidade de pesquisas que possam somar aos estudos já realizados, e encorajar a prática da inovação por profissionais da informação para

o desenvolvimento de serviços de informação dentro e fora das unidades de informação.

REFERÊNCIAS

AMABILE, Teresa M. **How to kill creativity**. Boston, MA: Harvard Business School Publishing, 1998. Disponível em: <http://t1.daumcdn.net/brunch/service/user/wLI/file/A3zWuNTnQgEGyAKwxug-1YWUmj0.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2021.

BERNAL RAMÍREZ, Diana Marcela.; ZANINELLI, Thais Batista. O uso do design thinking como ferramenta no processo de inovação em bibliotecas. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Santa Catarina, v. 22, n. 49, p. 59-74, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2017v22n49p59>. Acesso em: 23 dez. 2021.

BESSANT, Joe; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. [S. l.]: Bookman, 2009.

BIERAUGEL, Mark. Managing library innovation using the lean startup method. **Library Management**, v. 36, n. 4/5, p. 351-361, 2015. Disponível em: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/lm-10-2014-0131/full/html?casa_token=Ylz17tNKOFYAAAAA:euCgPkyql9k9fyXk7V0GtCZ_r7GJ6GYQrIHVWf7cuMSBliva4L1b5P8-hzzlaYU1UlcqFWCw0iuUWgom7FS3Mh5NWRJQc6nM9xt6J9GNU noC9WL4WS-h. Acesso em: 15 maio 2021.

CÂNDIDO, Ana Clara; BERTOTTI, Patrícia Soares da Silva; BEDIN, Jéssica. O potencial das ferramentas atuais de Gestão & Negócios aplicados às Unidades de Informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, p. 1165-1182, dez. 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/910>. Acesso em: 17 jun. 2020.

CARVALHO, Elizabeth Leão de. Importância da gestão da informação para o processo decisório nas organizações. *In*: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Informação, conhecimento e**

inteligência organizacional. 2. ed. Marília: FUNDEPE, 2006. cap. 5.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. [S.l.]: Pioneira, 1987.

GALVÁN DURÁN, María Guadalupe. **Aplicación de la Metodología Lean en bibliotecas y centros de documentación**. 2014. 40f. Máster Universitario en Documentación. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, 2014. Disponível em: <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/23037>. Acesso em: 15 maio 2021.

GUIMARÃES, Leila Jane Brum Lage Sena; ROCHA, Eliane Cristina de Freitas Práticas informacionais e design thinking: abordando usuários 3.0 na Ciência da Informação. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 19, p. e021028-e021028, 2021. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8666871>. Acesso em: 15 maio 2021.

IDEO. **Design Thinking para bibliotecas**: um toolkit para design centrado no usuário. São Paulo: Ideo, 2017. Disponível em: <https://tonarede.org.br/wp-content/uploads/2017/09/Design-Thinking-para-Bibliotecas-Toolkit.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

JULIANI, Jordan Paulesky; CAVAGLIERI, Marcelo; MACHADO, Raquel Bernadete. Design thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 66-83, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/100887/103945>. Acesso em: 15 maio 2021.

MOSTAFA, Solange Puntel. **Filosofia da diferença e a ciência da informação**. Rio de Janeiro: e-papers, 2013.

OCDE; EUROSTAT. **Oslo Manual**: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4. ed. Paris/Luxembourg: OECD Publishing/Eurostat, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>. Acesso em: 15 maio 2021.

OLIVEIRA, Dalbert Marques; RODRIGUES, Luís Silva. Percepção sobre os Conhecimentos, Habilidades/Competências e Aptidões dos Profissionais da Informação: uma comparação de realidades. **Páginas a&b: arquivos e bibliotecas**, p. 89-104, 2020. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/ojs/index.php/paginasueb/article/view/7824>. Acesso em: 15 maio 2021.

PINTO, Marli Dias Souza; BLATTMANN, Ursula. Importância do desenvolvimento criativo em ambientes educacionais e organizacionais. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 59-72, 2002. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/375/451>. Acesso em: 15 maio 2021.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. Leya, 2012. Disponível em: <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

ROSSI, Tatiana; CÂNDIDO, Ana Clara; PAZMINO, Ana Verónica; VIANNA, William Barbosa. Serviços inovadores em biblioteca universitária. **Informação & Informação**, Londrina, v. 25, n. 2, p. 403-429, jul. 2020. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/38480>. Acesso em: 15 maio 2021.

ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A informação científica e tecnológica e os serviços de informação. **Informação & sociedade: estudos**, João Pessoa, v. 16, n. 1, p. 49-62, 2006. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/173092>. Acesso em: 15 maio 2021.

SANTIN, Dirce Maria. Bibliotecário de referência. In: SILVA, Fabiano Couto Corrêa da (org.). **O perfil das novas competências na atuação bibliotecária**. Florianópolis, SC: Rocha Gráfica e Editora, 2020. (Selo Nyota). Disponível em: https://3b2d7e5d-8b9a-4847-aa3e-40931d588fb7.filesusr.com/ugd/c3c80a_eddf568ba2e9451899ec035ef7dc0512.pdf. Acesso em: 15 maio 2021.

SAVEDRA, Pâmela; CÂNDIDO, Ana Clara; VALE, Mariene Alves. Fatores de fortalecimento para a cultura de inovação em bibliotecas:

proposta de checklist para autoavaliação. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 13, n. 3, p. 835-852, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/27581>. Acesso em: 15 maio 2021.

SENA, Priscila Machado Borges. **Fontes de informação no ecossistema de startups de Florianópolis**. 2020. 323 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <http://tede.ufsc.br/teses/PCIN0226-T.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

SPADOTTO, Karine; BEDIN, Jéssica. O perfil dos usuários da biblioteca do SENAI Chapecó a partir do mapa de empatia. *In*: PAVOWSKI, Luciana; SILVESTRE, Franco. **As ciências sociais aplicadas e a competência no desenvolvimento humano 2**. Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2020. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-ebook/3060> . Acesso em: 15 maio 2021.

TIDD, Joe; BESSANT, Joe; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Criatividade e inovação na atuação profissional. **CRB8 Digital**, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/8827>. Acesso em: 15 maio 2021.

VARVAKIS RADOS, Gregório Jean; INOMATA, Danielly Oliveira; TRZECIAK, Dorzeli Salete; MANHÃES, Maurício Cordeiro. Serviço de informação como fator de vantagem competitiva nas organizações. **Biblios**, Rio Grande, n. 65, p. 15-28, 2016. Disponível em: <https://biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/article/view/318/275>. Acesso em: 15 maio 2021.