

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017

GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

INOVAÇÃO NO CONTEXTO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: UMA ANÁLISE DA EVOLUÇÃO CULTURAL NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇOS INFORMACIONAIS

Thais Zaninelli (Universidade Estadual de Londrina – UEL)

INNOVATION IN THE UNIVERSITY LIBRARIES CONTEXT: AN ANALYSIS OF CULTURAL EVOLUTION IN THE INFORMATIONAL SERVICE DEVELOPMENT PROCESS

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: A proposta é analisar a cultura de inovação no âmbito dos serviços informacionais no contexto das Bibliotecas Universitárias (BUs). Os objetivos foram analisar se as BUs inovam; se há uma cultura de inovação nesses ambientes; verificar se os bibliotecários e dirigentes estão preparados para interagir e atender as novas demandas de informação pelos nativos digitais. Este artigo se classifica como teórico e teve como base a pesquisa bibliográfica. Os resultados mostram que há uma necessidade de inovação dentro das BUs, entretanto, por se tratar de bibliotecas universitárias, que normalmente estão ligadas a um órgão maior, deve-se levar em consideração as dificuldades no contexto da Instituição como um todo, e em seguida entender as principais falhas que distanciam a comunidade acadêmica do seu ambiente físico. Outro fator importante no que tange à inovação em serviços de informação, está relacionado à liderança e a qualificação da equipe de gestão. Essas questões estão relacionadas à cultura de inovação, já que o líder possui o papel de reconhecer os desafios da atualidade e tomar atitudes, e são essas atitudes que irão trazer grandes mudanças, e por consequência, o sucesso dos novos serviços ofertados na unidade frente ao novo perfil dos usuários. Nesse contexto, o estudo considera que com a era digital juntamente com as novas formas de acesso à informação, torna-se indispensável as bibliotecas estabelecerem processos de inovação para atender às necessidades dos nativos digitais, que olham para essas unidades não apenas como local de acesso à informação, mas também como um ambiente no qual podem utilizar como espaços culturais, de lazer e entretenimento.

Palavras chaves: Inovação; Biblioteca Universitária; Serviços de Informação.

Abstract: The purpose is to analyze the culture of innovation in the field of information services in the context of Academic Libraries (ALs). The objectives were to analyze if ALs innovate; If there is a culture of innovation in these environments; To see if librarians and managers are prepared to interact and meet the new demands of information by digital natives. This article is classified as theoretical and based on bibliographic research. The results show that there is a need for innovation within the ALs. However, because they are university libraries, which are usually linked to a larger

body, the difficulties in the context of the Institution as a whole must be taken into account. Understand the major flaws that distract the academic community from their physical environment. Another important factor in innovation in information services is related to the leadership and qualification of the management team. These issues are related to the culture of innovation, since the leader has the role of recognizing the current challenges and taking actions, and it is these attitudes that will bring about great changes, and consequently, the success of the new services offered in the unit against the new user profile. In this context, the study considers that with the digital era along with new forms of access to information, it becomes indispensable for libraries to establish innovation processes to meet the needs of digital natives, who look at these units not only as a place of access To information, but also as an environment in which they can use as cultural, leisure and entertainment spaces.

Keywords: Innovation; Academic Library; Culture; Information Service.

1 INTRODUÇÃO

O cenário tecnológico atual vem exigindo das organizações cada vez mais a necessidade de inovação nos produtos e serviços disponíveis no mercado, estando as Unidades de Informação (UIs), em especial as Bibliotecas Universitárias (BUs), inseridas neste contexto. Nesse sentido, surge o desafio que, embora tradicionalmente ligadas a dar suporte ao ensino e extensão por intermédio de seus acervos, as BUs estão modificando este estereótipo buscando agregar valor ao conjunto de produtos e serviços por elas ofertado à comunidade acadêmica, que, por sua vez, é formada atualmente pela geração dos nativos digitais.

O termo nativos digitais abarca as pessoas que nasceram nas últimas décadas do século vinte e agrega as Gerações Y e Z. São indivíduos que assimilaram a tecnologia e cresceram com ela (TAPSCOTT, 2010, p. 29-30).

Embora o foco deste estudo não seja um aprofundamento sobre os nativos digitais, torna-se importante descrever brevemente as suas principais características, já que são o público alvo das BUs. Sendo assim, é importante destacar que a geração “Y”, geração que nasceu nos anos 80 e que de certo modo já estava inserida em um contexto tecnológico, busca a experimentação e informação, tornando-se assim muito questionadora (OLIVEIRA, 2010). Já a geração “Z”, que nasceu nos anos 90, está naturalmente inserida no contexto da tecnologia e no meio virtual.

A importância de ressaltar algumas características dessas duas gerações se torna decisiva para a compreensão de que elas englobam os jovens e crianças da atualidade, atuais e futuros universitários, impondo-se às gerações anteriores, como a dos *Babyboomers* e a

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

geração “X”, gerações com uma mentalidade totalmente diferente das gerações “Y” e “Z”, que anseiam por inovação (TOLEDO et al., 2012).

Nesse contexto, abordar o tema inovação, em especial a inovação em serviços e produtos informacionais para os nativos digitais, exige uma reflexão acerca de quais são as características que definem a inovação e se há uma cultura de inovação estruturada no contexto das BUs (BEHARRY; PUN, 2011; SCOZZI, GARAVELLI; CROWSTON, 2005).

Inovação é um conceito frequentemente buscado na sociedade atual. Ela tornou-se o foco em diferentes áreas, possuindo diversas concepções e abordagens (FARIA; FONSECA, 2014). A inovação pode ser considerada uma busca por mudança e nova significância de algo já existente para se chegar a uma solução, ou seja, para se gerar um resultado (BISPO, *et al.*, (sem data)).

Um exemplo comum desse fenômeno de constante busca por inovação é a internet, que com o passar dos anos, desde sua invenção no final dos anos 60, tornou-se uma ferramenta essencial no dia a dia e se caracteriza por impor a necessidade de se estar em constante mudança para se inovar de maneira a ser convidativa para seus usuários, em especial os nativos digitais, influenciando para além da comunicação e da cultura de uma sociedade.

A cultura, em uma definição mais conhecida e geral, “é um todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TAYLOR, 1958, p. 68). Portanto, a inovação faz parte deste complexo por estar inserida na sociedade. A partir do momento que a inovação se faz por meio das ações da sociedade de maneira constante, ela torna-se parte desta cultura.

Associando esta cultura à gestão das BUs, por um lado, a melhor forma de analisar se a biblioteca está oferecendo serviços e produtos inovadores é verificar se os usuários, destacados neste estudo como os nativos digitais, estão utilizando efetivamente os serviços e produtos disponíveis nesses ambientes; por outro lado, é imprescindível que os bibliotecários e os gestores das BUs se mostrem dinâmicos, proativos, contemporâneos no que tange ao desenvolvimento de uma cultura de inovação nesses ambientes, pois, do contrário, poderão perder os usuários não apenas para as tecnologias de informação, mas para outros espaços mais dinâmicos, como as livrarias cafés, *shoppings*, *pub's*, dentre outros.

Os objetivos deste estudo foram caracterizar as BUs como ambientes de inovação no âmbito acadêmico, analisar como é a cultura de inovação das BUs e entender como se dá o processo de desenvolvimento dos seus serviços e produtos informacionais em um cenário no qual as necessidades e o perfil dos usuários estão evoluindo rapidamente.

Assim, os resultados aqui apresentados podem ser utilizados para uma reflexão acerca de como melhorar a visão dos bibliotecários e gestores de BUs, no que tange ao desenvolvimento de uma cultura de inovação dos serviços e produtos, uma vez que os nativos digitais possuem necessidades informacionais diversas, o que se tornou um desafio a ser atingido para o atual modelo de BUs.

Os resultados estão estruturados da seguinte forma: bibliotecas universitárias, gestão de novos serviços em bibliotecas, cultura de inovação, cultura de inovação em bibliotecas universitárias, descongelamento da cultura. No final, são apresentadas as considerações finais e sugestões para continuidade de estudos sobre o tema.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo se classifica como teórico (MARCONI; LAKATOS, 2007) e teve como base a pesquisa bibliográfica, que possibilitou o estudo e a análise de uma extensa revisão de literatura relacionada à caracterização das BUs no que tange a cultura de inovação e a gestão de serviços e produtos de informação, bem como a realização de análise sobre a existência de uma cultura de inovação nesses ambientes.

Optou-se neste estudo por focar nos serviços e produtos no âmbito das BUs, por se tratar de uma categoria de bibliotecas que atende grande parte dos denominados usuários nativos digitais e, por estarem inseridas no ambiente acadêmico, tornam-se mais evidentes e recebem mais investimentos por parte dos órgãos responsáveis, pois têm um papel direto no processo de aprendizagem e na formação dos usuários nativos digitais.

As questões que nortearam a pesquisa bibliográfica foram: As bibliotecas Universitárias inovam? Há uma cultura de inovação nesses ambientes? Os bibliotecários e dirigentes estão suficientemente qualificados para interagir e atender as novas demandas de informação?

Desse modo, foi realizado um levantamento bibliográfico em bases de dados internacionais, por meio do Portal da Capes, na base LISA e Google Acadêmico no mês de janeiro a março de 2017. As principais palavras-chave utilizadas foram: inovação; cultura de inovação; desenvolvimento de serviços; serviços e produtos de informação, sempre no âmbito

das BUs. Nesse contexto, as principais contribuições deste artigo envolvem o seguinte tema: A reflexão da evolução cultural no processo de inovação no contexto das bibliotecas universitárias.

3 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

As BUs, “como fornecedoras de insumos de valor estratégico no processo de crescimento e modernidade, devem aprender a atuar neste ambiente mutável, adequando seus produtos (bens e serviços) às novas exigências de seus usuários” (ROCHA, 1993, p. 142).

Nesse ambiente informacional e em constante evolução no qual estão inseridas as BUs, as estratégias em relação às inovações nos serviços prestados devem ser muito bem planejadas. Deste modo, conhecer o perfil do seu público e oferecer produtos e serviços que vão ao encontro de suas necessidades contribuem para a melhoria no relacionamento com o cliente, traz benefícios através da gestão eficiente de recursos e cria um ambiente propício para a inovação e criatividade, com desenvolvimento de novas potencialidades e na formação de novos públicos (BRAGANÇA et.al., 2016, p. 239).

Desta maneira, a postura competitiva das UIs e conseqüentemente das BUs associa-se à pró-atividade no atendimento às demandas dos usuários, ou seja, está intimamente relacionada à melhor oferta de produtos e serviços, à antecipação de novas tendências em relação a novas estruturas, à facilidade de acesso à informação, à formação, à agregação de valor e qualidade a esses produtos, bem como à sua personalização, função de redes e de posicionamento no mercado de acordo com as demandas específicas (TARAPANOFF et al., 2000).

Nessa transição de padrões em que o foco está se voltando à prestação de serviços e desenvolvimento de produtos com qualidade ao usuário, as BUs precisam superar outras barreiras organizacionais como as normas institucionais, conduta profissional, construção arquitetônica, normativas laborais e orçamentária (JANTZ, 2012) e a ausência de cultura de inovação estruturada. Dentre estas barreiras elencadas, o fator recursos humanos ainda parece ser o obstáculo citado com maior frequência na literatura sobre o assunto.

Nesse sentido, um grande desafio em bibliotecas é a mudança na forma de fornecer e desenvolver os serviços que tradicionalmente já são ofertados de maneira tradicional que, de acordo com muitos pesquisadores, incentivam um comportamento ritualístico e sem imaginação (CLAYTON, 1997). Nessa mesma linha, os autores enfatizam ainda que a inovação

mais importante dentro da biblioteca seria uma mudança de atitude, Chibás, Pantaleon e Rocha (2012) corroboram sublinhando que a inovação tem que fazer parte da mentalidade da equipe em todos os níveis, desde a direção até a os estagiários.

A mudança deste cenário pode iniciar-se pelo bibliotecário, que com uma gestão eficiente deve ser capaz de criar uma visão de mudança, comunicar essa visão e em seguida motivar o pessoal para apoiar a mudança (JANTZ, 2012). Da mesma maneira, Tushman e O'Reilly (1996) afirmam que, em um ambiente turbulento, gestores e as organizações devem ser ambidestros, capaz de pôr em prática mudança incremental e revolucionária.

Assim, as BUs devem somar à sua cultura corporativa os conceitos da inteligência organizacional, que segundo Albrecht (2004) conceitua-se como a capacidade da empresa de mobilizar todo seu potencial intelectual disponível e concentrar tal capacidade na realização de sua missão.

Desse modo, buscando responder às demandas advindas de um mercado informacional e tecnológicos cada vez mais exigente, apresentando aos seus usuários produtos e serviços informacionais inovadores, as BUs estão visando novos processos de gestão que as auxiliem na criação de uma cultura de inovação, para que o processo de desenvolvimento de novos serviços de informação atenda às novas necessidades informacionais dos nativos digitais.

4 GESTÃO DE NOVOS SERVIÇOS EM BIBLIOTECAS

O desenvolvimento industrial e tecnológico trouxe significativas mudanças no setor econômico no que concerne à produção e ao consumo de bens. No eixo produção e consumo, os serviços vêm destacando-se como importante agente nas atividades produtivas.

O termo serviço é definido de modo geral como “toda atividade ou benefício, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer à outra e que não resulte na posse de algum bem” (KOTLER; ARMSTRONG, 1999, p. 455).

Os serviços possuem quatro características próprias, como: (um) intangibilidade, que se refere ao fato dos serviços não serem palpáveis e sim uma experiência ou performance; (dois) simultaneidade, uma vez que a produção e o consumo ocorrem ao mesmo tempo; (três) heterogeneidade, outra característica importante no desenvolvimento dos serviços, ela diz respeito ao fato de que, diferente dos produtos, os serviços não são criados em massa, e sim com estruturas e funções específicas para atender os clientes e (quatro) perecibilidade, que

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

preconiza o fato dos serviços serem produzidos e consumidos em simultâneo, eles não podem ser inventariados (WATSON, 2008).

Deste modo, o desenvolvimento de serviços requer uma grande compreensão de suas características, para que em sua criação sejam exploradas todas as oportunidades, sendo assim, estes precisam cada vez mais estar integrados aos princípios da inovação, para que a oferta atenda às demandas no atual mercado competitivo.

A inovação nos serviços é compreendida como grande vantagem competitiva pelas empresas que investem com intensidade no conhecimento e na tecnologia, no que diz respeito ao processo de geração de serviços, agregando valor à oferta.

O processo de inovação no desenvolvimento de serviços pode ocorrer seguido por estímulos internos ou externos, sendo os estímulos externos aqueles relacionados com as trajetórias institucional, tecnológica, gerencial, social e profissional que influenciam determinada atividade. Já os estímulos internos são estabelecidos pela existência ou não de estruturas formais dedicadas à inovação (SUNDBO; GALLOUJ, 1998).

Assim sendo, a inovação é “a implementação de um novo ou significativamente melhorado produto (bem ou serviço), ou processo, um novo método de marketing, ou um novo método organizacional de práticas em negócios, organização no local de trabalho, ou nas relações externas” (MANUAL DE OSLO, 2005, p.45), podendo assim ser instituída de maneira incremental ou radical.

Em relação à metodologia aplicada ao processo de desenvolvimento de novos serviços, essa ainda é bastante discutida na literatura entre os estudiosos, talvez isso esteja relacionado ao fato de a concentração empresarial e de pesquisa e desenvolvimento estar focada no desenvolvimento de produto, que é algo físico.

No entanto, vários pesquisadores utilizam modelos de desenvolvimento sequenciais para desenvolver serviços (ALAM; PERRY, 2002; EDVARSSON et al., 2000; MARTIN; HORNE, 1999; ROSENFELD, 1997; TAX; STUART, 1997). Alguns desses modelos são sistematizados em quatro fases principais: a geração da ideia do serviço, a estratégia do serviço, o projeto do serviço e a implantação do serviço (EDVARDSSON et al., 2000; EDVARDSSON; GUSTAFSSON; ROOS, 2005).

Assim, nesse contexto e considerando a pluralidade de serviços disponíveis atualmente no mercado, os serviços de informação são o que requer maior investimento inovador, pois no

aspecto dos serviços a informação é o principal valor de troca entre as duas partes intervenientes no negócio (RUST, LEMON, 2001).

Deste modo, no planejamento da inovação, cada setor mercadológico abordará serviços de informação dentro de seu contexto. Rust e Kannan (2002) consideram quatro tipos de organizações distintas: (um) Organizações que trabalham nos mercados de consumo, (dois) Organizações que trabalham para as organizações dos mercados de consumo, (três) Setor público e (quatro) Comunidade acadêmica.

No que concerne à comunidade acadêmica, mais especificamente as BUs, os serviços, de modo geral, vêm buscando conduzir-se nas premissas da inovação para atender as demandas dos nativos digitais, que são cada vez mais exigentes. Assim, as BUs precisam entender o estilo de aprendizagem desse público e desenvolver serviços inovadores, que reforcem os aspectos sociais da aprendizagem por meio da combinação de tecnologia e serviço, criando um ambiente dinâmico, confortável e colaborativo (WHITCHURCH, 2010; LIPPINCOTT, 2010).

Nesse sentido, a criação de uma cultura de inovação consistente torna-se crucial para o sucesso dessas unidades. É claro que há conflitos a se resolver quando se aborda o tema inovação, principalmente no que tange a viabilidade técnica, orçamento, alteração de estrutura, cultura de trabalho dos colaboradores, dentre outros aspectos a serem observados. Entretanto, o mais importante é focar no pensamento integrativo entre os dirigentes, bibliotecários, técnicos, estagiários e os usuários (BROWN, 2010; FASCINE, 2014), ou seja, a capacidade dos fornecedores de serviços olharem para os usuários de forma inovadora e entenderem suas características e suas novas necessidades, de modo a desenvolver serviços que vão ao encontro de seus desejos.

5 CULTURA DE INOVAÇÃO

Existem vários modelos teóricos de cultura de inovação, como os propostos por Ahmed (1998), Dobni (2008) e Lee, Woo e Joshi (2016). Ahmed destaca uma abordagem sobre cultura de inovação que enfatiza a inovação em relação à gestão do conhecimento, à veracidade de informação e ao compartilhamento de conhecimento (MORAES et al., 2016). Já Dobni e Lee, Woo e Joshi exaltam essa cultura de inovação no ambiente organizacional voltada para as estratégias de mercado, reafirmando a importância da criatividade e de ter uma visão otimista diante dos riscos vigentes (MORAES et al., 2016).

Independentemente da abordagem, a cultura de inovação é importante no aspecto de estratégia para se alcançar e otimizar os objetivos das organizações, sendo essencial para renovar atributos já consolidados que necessitem de mudança.

Nesse sentido, a cultura de inovação abrange toda forma de manifestação que ocorre nas interações entre os indivíduos. Ela envolve tudo que o ser humano produz de forma concreta ou intangível, mas que agrega ao seu convívio em sociedade. O ser humano é influenciado pelo meio em que vive, toda a cultura que ele conhece vem de um processo acumulativo mediante as pessoas com quem ele tem contato, o local onde ele mora, ou seja, todas as suas experiências e o acúmulo das influências de gerações passadas (LARAIA, 1996).

Porém a sociedade muitas vezes insiste em reafirmar alguns valores, atitudes, crenças, ou até não possui o conhecimento de já estar condicionada a aceitar determinadas regras, e conseqüentemente as reconhece como imposição. É comum a constante busca por inovação, o anseio pelo reinventar dentro da sociedade, mas ainda assim, em muitas áreas, o bloqueio mediante a esta mudança é imediato. Por mais sutil que seja a mudança, sempre terá aqueles que a considerarão um “empecilho”, ou se sentem inseguros diante dela, dependendo de onde e como for proposta.

5.1 Descongelamento da Cultura

Cada mudança, por menor que seja, representa o desenlace de numerosos conflitos. Isto porque em cada momento as sociedades humanas são palco do embate entre as tendências conservadoras e as inovadoras. As primeiras pretendem manter os hábitos inalterados, muitas vezes atribuindo aos mesmos uma legitimidade de ordem sobrenatural. As segundas contestam a sua permanência e pretendem substituí-los por novos procedimentos (LARAIA, 1996, p.99).

O descongelamento da cultura seria a proposta da quebra de determinadas atitudes, ou até regras, que a sociedade está condicionada a aceitar e que impedem a inovação. A cultura que rodeia os indivíduos constitui comportamentos pré-estabelecidos, tornando-os padrões culturais (DULTRA, 2007). Para a manutenção da ordem social é necessário o aprendizado de valores que são essenciais para o convívio em sociedade, mas estes valores, que em parte se relacionam à área da filosofia e à preservação da ética, devem superar algumas barreiras quando se considera a implantação de inovação.

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

Existem obstáculos culturais que propiciam uma relação possível mediante a inovação. São estes obstáculos que necessitam ser quebrados, descongelados, para que assim a inovação possa acontecer de forma fluida e bem vinda.

No âmbito do ambiente organizacional, por exemplo, existem algumas barreias que necessitam do descongelamento imediato. Segundo Freitas, algumas características culturais interferem na forma como os indivíduos agem dentro do ambiente organizacional, para ele, isso se torna um “caráter hipnótico, onde as mensagens e comportamentos convenientes são aplaudidos e aderidos, levando à naturalização do conteúdo e ao repasse espontâneo para os demais membros” (FREITAS, 1991, p.12).

Assim, o descongelamento da cultura envolve o próprio descongelamento das barreias da inovação que se apresentam em muitos aspectos da cultura. Kaasa e Vadi (2010) observam que a cultura pode unir determinados indivíduos e comportamentos ao mesmo tempo em que pode também impor limitações nos mesmos aspectos. Apenas quando ocorre esse desbloqueio no conceito amplo da cultura é que se abre caminho para a entrada da inovação e de mobilidade para que mudanças ocorram.

As BUs, que tradicionalmente foram criadas para dar suporte a pesquisa, ensino e extensão, já estão começando a ser vistas com olhares inovadores pela comunidade acadêmica, principalmente pelas grandes universidades que visam à qualidade do aprendizado e apostam na infraestrutura, em equipamentos tecnológicos de última geração, na capacitação docente, na capacitação de técnicos, entre outros (ZANINELLI et al., 2016).

Entretanto, no âmbito dessa discussão, vale ressaltar que, por um lado, a profissão bibliotecário é uma profissão típica, mas devido às mudanças que ocorreram nas últimas décadas em torno das tecnologias da informação, o conjunto de competências e habilidades deste profissional não só está se atualizando, mas também se ampliando. Por outro lado, devido ao rápido desenvolvimento tecnológico e à implementação de mídias sociais em bibliotecas, os bibliotecários, por vezes, se sentem desatualizados, mas ao mesmo tempo temerosos com as mudanças, principalmente aqueles formados na geração passada, que não conseguem enxergar a biblioteca como um espaço de cultura, lazer e entretenimento (SANTOS; ALVARANGA; SOUZA, 2014).

Nesse contexto, torna-se relevante pensar na formação de equipes multidisciplinares para administração dessas unidades e, assim, melhorar o desenvolvimento dos processos de

inovação dos serviços e produtos informacionais que ali são disponibilizados (WIDÉN, KRONQVIST-BERG, 2014).

6 CULTURA DE INOVAÇÃO EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

A BU define-se como sendo vinculada a uma instituição de ensino superior e o seu principal objetivo é atender, de forma eficiente, à comunidade universitária e suas demandas para estudo das diversas áreas do conhecimento, dentro da instituição de ensino a que está vinculada. É essencial que ela forneça à comunidade universitária uma extensão para seus estudos e uma ampla quantidade de conteúdo disponível (MAIA; SANTOS, 2015).

Apesar de sua grande importância como espaço de criação de conhecimento, infelizmente, as BUs sofrem como qualquer outro tipo de biblioteca com sua falta de inovação. Elas são consideradas conservadoras, tradicionalistas e, por muito tempo, caracterizaram-se pelo seu aspecto de formalidade. A falha, no que diz respeito à administração e organização da biblioteca universitária, acaba por torná-la problemática (SANTOS; ALVARANGA; SOUZA, 2014).

Um dado muito importante nesta problematização é que a BU, muitas vezes, não acompanha a evolução e inovação que a comunidade acadêmica busca em seu serviço, o que torna necessária a mudança na forma como o conteúdo fornecido pela biblioteca é disponibilizado, podendo ser uma evolução tecnológica ou informacional (MACHADO; BLATTMANN, 2011).

A BU é um ambiente que permite a dinamicidade e a troca de conteúdo e informação entre seus frequentadores. É um ambiente que precisa considerar a inovação como uma necessidade, já que a globalização a coloca em um estado de atraso em relação ao que o aluno precisa (GUILHEM; TORINO; TAVARES, 2013). Algumas limitações que cercam as bibliotecas é o fato dessas instituições, em muitos aspectos, serem controladas por fatores externos, como na administração e no aspecto financeiro, impondo assim limitação sobre a inovação (JANTZ, 2012).

Nesse sentido, pode-se dizer que é desafiador o campo da inovação, mas é preciso ser explorado. Segundo Guilhem, Torino e Tavares (2013), todos os profissionais que trabalham na biblioteca universitária são dotados de capacidade para absorver e trabalhar de forma criativa, basta uma posição de liderança para que a inovação seja acatada.

A liderança é um elemento muito importante para se alcançar a inovação. Ela pode ser relacionada à cultura de inovação, já que o líder possui o papel de reconhecer as dificuldades e tomar atitudes, e são essas atitudes que irão trazer grandes mudanças. Faz-se necessário a ausência de qualquer empecilho que possa impedir a inovação de exercer seu trabalho, seja no espaço, nos prestadores de serviços ou na sua administração, gerenciada da melhor forma possível para que se encontre o resultado esperado.

A cultura de inovação é uma alavanca e pode ser utilizada como uma estratégia organizacional para o bom desempenho e desenvolvimento de uma empresa, esta mesma estratégia pode ser utilizada na manutenção da inovação em diversas áreas, inclusive nas organizações sem fins lucrativos como é o caso das BUs.

Nesse mesma linha, Paulesky, Cavaglieri e Machado (2015), ressaltam que diferentemente do que se pensa, a cultura de inovação pode não apenas estar inserida no contexto de organizações do setor privado, mas também no setor público, onde as BUs se encontram, sendo necessário o devido uso da inovação para cumprir sua missão de fornecer conhecimento e informação, além de atender às novas necessidades da comunidade acadêmica, os nativos digitais, e atrair novos usuários.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no exposto, considerando a realidade brasileira, por um lado, as bibliotecas se firmam como um órgão de apoio informacional, dando suporte a atividades de ensino, pesquisa e extensão (MIRANDA, 2007; SILVA, 2015), uma vez que tratam diretamente o processo de gestão da informação, por meio de serviços de informação, ajudando o usuário a sanar suas necessidades informacionais. Por outro lado, com a evasão dos usuários nas bibliotecas, devido os fatores já referenciados, a equipe de gestão deve repensar o modo de entregar os seus serviços, rever o conceito existente, criar uma cultura de inovação para que a comunidade volte a ter interesse em frequentar o ambiente das bibliotecas.

Podemos inferir que o reconhecimento da necessidade de inovação dentro das BUs por parte de sua equipe já é um fator crucial para o início do processo de inovação. Entretanto, por se tratar de BUs, que normalmente estão ligadas a um órgão maior, deve-se levar em consideração as dificuldades no contexto da Instituição como um todo, e em seguida entender as principais falhas que distanciam a comunidade acadêmica do seu ambiente físico.

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

Nesse contexto, Cruz-Riascos (2013) afirma que estamos na era da informação, do conhecimento e da inovação. Assim, se fez fundamental olhar para a inovação dos serviços informacionais e, neste estudo, o foco está nas BUs, que devem, além de se aprimorarem na prestação de produtos e serviços presenciais, também focar nos virtuais, para atender as novas necessidades dos nativos digitais.

Nessa mesma linha, o estudo realizado por Santos e Duarte (2016) ressalta que a adoção de dispositivos de comunicação da *web* social, como também a realização das atividades que envolvem diretamente os usuários, na maior parte dos casos das BUs brasileiras ocorrem de maneira espontânea, sem planejamento, sem uma cultura de inovação estruturada ou políticas de gestão. Entretanto, há poucos casos de bibliotecas que planejam, por exemplo, o uso dos dispositivos de comunicação da *web* social e que elaboram política para essa finalidade.

Ainda de acordo com o estudo de Santos e Duarte (2016) entre as competências desenvolvidas pelos dirigentes das BUs no âmbito dos dispositivos de comunicação da *web* social, destacaram-se: domínio do uso das mídias sociais; conhecimento básico de informática; domínio das línguas portuguesa e inglesa; competência em gestão de conteúdos; atendimento ao público e conhecimento da estrutura organizacional.

Portanto, nas bibliotecas em que os dirigentes são conscientes da necessidade de desenvolver essas competências, fica claro o desejo que esses profissionais têm de praticar ações e atividades que tenham como suporte os dispositivos de comunicação, pois, mesmo inconscientemente, existe uma conduta para alcançar níveis mais altos de satisfação dos usuários (GUILHEM; TORINO; TAVARES, 2013; SANTOS; DUARTE, 2016), que no caso das BUs, esses usuários possuem características dos Nativos Digitais, ou seja, estudantes que estão inseridos em um contexto tecnológico e virtual, que buscam a experimentação e informação de forma constante (OLIVEIRA, 2010).

Dessa forma, faz-se importante agir de acordo com esta nova era digital e de acordo com o novo perfil dos usuários das BUs, que estabelece uma maior interação social, gera e compartilha conhecimento, assim como uma inteligência coletiva. Isso porque, com essa nova era digital, faz-se indispensável – e é muito bom para as bibliotecas – o uso das mídias e entretenimento dos seus serviços para chamar a atenção dos usuários e fazer destes espaços lugares mais atraentes, além de aportar conhecimento e cultura para a sociedade (CRUZ-RIASCOS, 2013).

**XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP**

Assim, e com base no exposto, por um lado, torna-se cada vez mais relevante promover pesquisas globais em torno da inovação em serviços de informação que concomitantemente desenham numa pesquisa interdisciplinar e cross-funcional de acadêmicos e profissionais. Por outro lado, o desafio é que podemos encontrar na literatura Cultura de inovação e processo de inovação em BUs de forma separada, entretanto, estas duas áreas ainda não estão bem conectadas.

REFERÊNCIAS

ALAM, I.; PERRY, C. A customer-oriented new service development process. **Journal of Services Marketing**, v. 16, n. 6, p. 515-534, 2002.

BEHARRY, A. K.; PUN, K. F. Managing Innovation Practices of SMEs in the Caribbean: An Exploratory Study. In: IEEE Int/I TECHNOLOGY MANAGEMENT CONFERENCE MANAGING (TMCM), San Jose, CA, 1. 2011. **PROCEEDING...** San Jose, CA: IEEE, 2011.

BISPO, C. S. et al. **Empreendedorismo e Inovação**. 12 f. Salvador, BA: Instituto Baiano de Ensino Superior, [s. d.].

BRAGANÇA, F. F. C. et. al. Marketing, criatividade e inovação em unidades de informação, **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, v. 15, n. 2, p. 237-245, abr./jun. 2016. Disponível em:<<http://www.revistabrasileirmarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/3277>>. Acesso em: 27 jul. 2016.

BROWN, T. **Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias design thinking**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.

CHIBÁS, F. O.; PANTALEÓN, E. M.; ROCHA, T. A. Gestão da inovação e da criatividade hoje: apontes e reflexões. **Holos**, v. 29, n. 3, p. 15-26, 2013. Disponível em:<<http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/1082/678>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

CLAYTON, P. **Implementation of organizational innovation: Studies of academic and research libraries**. San Diego, CA: Academic Press, 1997.

CRUZ-RIASCOS, S. **Rede Colaborativa De Serviços E Produtos De Informação no Contexto das Bibliotecas Universitárias Brasileiras**. 289 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)— Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

DOBNI, C. B. Measuring innovation culture in organizations: The development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. **European Journal of Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 539-559, 2008.

DULTRA, D. S. R. Dissertação Sociológica a Respeito dos Padrões Culturais. **Universo Jurídico**, Juiz de Fora, v. 11, 08 out. 2007.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

EDVARDSSON, B.; GUSTAFSSON, A.; ROOS, I. Service portraits in service research: a critical review. **International Journal of Service Industry Management**, v. 16, n. 1, p.107-121, 2005.

_____; _____. **New service development and innovation in the new economy**. Lund: Studentlitteratur, 2000.

FARIA, M. F. B.; FONSECA, M. V. A. Cultura de Inovação: conceitos e modelos teóricos. **RAC: Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 372-396, jul./ago. 2014.

FASCINE, L. **O que é o Design Thinking**. 2014. Disponível em:<<http://www.ideiademarketing.com.br/2012/02/06/o-que-e-design-thinking-entrevista-com-ligia-fascioni/>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

FREITAS, M. E. **Cultura organizacional: formação, tipologias e impactos**. São Paulo: Makron; McGraw-Hill, 1991.

GUILHEM, C. B.; TORINO, L. P.; TAVARES, H. Um olhar sobre inovação em bibliotecas universitárias: desafios e possibilidades. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., Florianópolis, SC, 07–10 jul. 2013, **Anais...** Florianópolis, SC: CBBB, 2013.

JANTZ, R. C. Innovation in academic libraries: An analysis of university librarians' perspectives. **Library & Information Science Research**, New Jersey, v. 34, p. 3-12, 2012. 2012.

JULIANI, J. P.; CARAGLIERI, M.; MACHADO, R. B. *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, set. 2015/fev. 2016.

KAASA, A.; VADI, M. How does culture contribute to innovation? Evidence from European countries. **Economics of Innovation and New Technology**, v. 19, n. 7, 2010.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: LCT, 1999.

LEE, K., WOO, H. G., JOSHI, K. Pro-innovation culture, ambidexterity and new product development performance: Polynomial regression and response surface analysis. **European Management Journal**, v. 35, n. 2, p. 249-260, abr. 2016.

LIPPINCOTT, J. K. Information commons: meeting Millennials' needs. **Journal of Library Administration**, v. 50, n. 1, p.27-37, 2010.

MACHADO, M.; BLATTMANN, U. A biblioteca universitária e sua relação com o projeto pedagógico de um curso de graduação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 25, n. 1, p. 09-20, 2011. Disponível em:<<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/11556>>. Acesso em: 19 Mar. 2017.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

MAGALHÃES, A. R. O Comportamento da Geração Z e a Influência nas Atitudes dos Professores. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA E GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., Rezende, RJ, 2012. **Anais...** Rezende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2012.

MAIA, L. C. G.; SANTOS, M. S. L. Gestão da biblioteca universitária: análise com base nos indicadores de avaliação do MEC. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 20, n. 2, p.100-119, abr./jun. 2015.

MANUAL DE OSLO. Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. 2005. Disponível em:<<http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2016.

MARCONI, M. A., LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, C. R.; HORNE, D. A.; SCHULTZ, A. M. The business-to-business customer in the service innovation process. **European Journal of Innovation Management**, v. 2, n. 2, p.55-62, 1999.

MIRANDA, A. C. C. A política de desenvolvimento de coleções em bibliotecas especializadas. **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 17, n. 1, p.87-94, jan./abr. 2007.

MORAES, M. B. et al. Cultura de inovação em micro e pequenas empresas do setor aeronáutico e tecnologia da informação. SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO. FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 29., Universidade de São Paulo, 2016. **Anais...** São Paulo, SP: USP, 2016.

OLIVEIRA, S. **Geração Y**. São Paulo, SP: Integreare, 2010.

ROCHA, C. Biblioteca digital vs Biblioteca tradicional. **Planejamento de bibliotecas digitais**, 2009. Disponível em:<<http://planeamentobibliotecasdigitais.blogspot.com.br/2009/11/bibliotecas-digitais-vs-bibliotecas.html>>. Acesso em: 03 ago. 2015

ROSENFELD, S. A. Bringing Business Clusters into the mainstream of economic development. **European Planning Studies**, n. 1, p. 3-23, 1997.

RUST, R. T.; LEMON, K. N. E-Service and the Consumer. **International Journal of Electronic Commerce**, v. 5, n.3, p. 85-101, 2001.

RUST, R. T.; KANNAN, P. K. **E-Service**: new directions in theory and practice. [S. l.]: M.E. Sharpe, 2002.

SANTOS, A. P. L.; ALVARANGA, G. S.; SOUZA, L. A. A biblioteca pública brasileira e a prática interdisciplinar nas relações de trabalho. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17., Belo Horizonte, MG, 2014. **Anais...** Belo Horizonte, MG: SNBU, 2014

SANTOS, R. R.; DUARTE, E. N. Atividades de gestão nos dispositivos de comunicação da web social das bibliotecas universitárias brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., Salvador, BA, 2016. **Anais...** Salvador, BA: Enancib, 2016

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

SCOZZI, C.; GARAVELLI, C.; CROWSTON, K. Methods for modeling and supporting innovation processes in SMEs, **European Journal of Innovation Management**, v. 8, n. 1, p. 120-137, 2005.

SILVA, J. F. M. Biblioteca pública, internet e os impactos tecnológicos. In: SILVA, J. F. M. (Org.). **A biblioteca pública em contexto: cultural, econômico, social e tecnológico**. Brasília: Thesaurus, 2015. p. 21-49.

SUNDBO, J.; GALLOUJ, F. Innovation in service. **Research policy**, v. 26, n. 4-5, p. 537-556, 1998.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010

TARAPANOFF, K.; ARAÚJO JÚNIOR, R. H.; CORMIER, P. M. J. Sociedade da informação e inteligência em unidades de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 3, p. 91-100, set./dez. 2000. Disponível em:<www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a09v29n3.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2016.

TAX, S.; STUART, I. Designing and implementing new services: the challenges of integrating service systems. **Journal of Retailing**, v. 73, n. 1, p.105-134, 1997.

TAYLOR, E. **Primitive Culture**. Nova York: Harper Torchbook, 1958.

TOLEDO, P. B. F.; ALBUQUERQUE, R. A. F.; MAGALHÃES, A. R. O Comportamento da Geração Z e a Influencia nas Atitudes dos Professores. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA E GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., Rezende, RJ, 2012. **Anais...** Rezende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2012.

TUSHMAN, M.; O'REILLY, C. **Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change**. California: Management Review, 1996.

WATSON, R. T. et.al. **Electronic Commerce: The Strategic Perspective**. 2008. Disponível em:<[https://florida.theorange grove.org/og/file/29589c3c-8bcd-72c1-b2f2-37789232eb3c/1/Electronic Commerce.pdf](https://florida.theorange grove.org/og/file/29589c3c-8bcd-72c1-b2f2-37789232eb3c/1/Electronic%20Commerce.pdf)>. Acesso em: 26 jul. 2016.

WIDÉN, G.; KRONQVIST-BERG, M. The future librarian: a diverse and complex professional. In: IATUL CONFERENCES, 2014. **Proceedings...** [S. l.]: IATUL, 2014.

LARAIA, R. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro, RJ: J.Z.E, 1996.

WHITCHURCH, M. J. Planning an information commons. **Journal of Library Administration**, v. 50, p.39-50, 2010.

ZANINELLI, T. B. et al. Os nativos digitais e as bibliotecas universitárias: um paralelo entre o novo perfil do usuário e os produtos e serviços informacionais. **Informação & Informação**, v. 21, n. 3, p. 149-184, 2016.