

A MERCADORIA INFORMAÇÃO, SEU MERCADO E O ENSINO DE BIBLIOTECONOMIA NA AMÉRICA LATINA

Francisco das Chagas de Souza

Resumo

Reflexão acerca dos efeitos da transformação da informação em mercadoria. A análise percorre duas vertentes dicotômicas: a boa e a má mercadoria e as conseqüências dessa divisão no ensino de Biblioteconomia realizado na América Latina.

Palavras-chave

Informação; Mercadoria; Ensino de Biblioteconomia; América Latina.

Em anos recentes passamos a conviver, na América Latina, com um fenômeno, o da informação tratada como mercadoria, que já se disseminara em nível mundial. Isto trouxe uma série de circunstâncias novas. Dentre tais novidades a mais impactante é a que torna distinguível dois tipos de mercadoria informação: a boa mercadoria e a má mercadoria. Quanto às suas características, a boa mercadoria passou a se definir como aquela que é produzida a menos custo e tem um alto nível de retorno financeiro, e a má mercadoria, como a que é produzi-

da com alto custo e que oferece baixo ou nenhum retorno financeiro.

Assim, uma vez percebido o que particularizava tais tipos de mercadorias o passo seguinte foi a busca do conhecimento necessário para produzi-las com as diferenciações que requerem. Dessa maneira, foi necessário primeiro tomar consciência dessa distinção e, ao fazer isso, na seqüência, segmentar o público, impondo as seguintes questões:

1) qual é o público da boa mercadoria? e

2) qual é o público da má mercadoria?

assemelhadas.

Essa distinção que orienta o trabalho do provedor de mercadorias, vai colocar como objetivo dividir claramente o comprador de mercadorias, ou seja, saber quem compra a boa mercadoria e quem compra a má mercadoria. Como se vê, fica claro que, nessa abordagem, a boa mercadoria é a informação mais diretamente relacionada a ciência, tecnologia e negócios, com alto valor agregado, mobilizando uma grande indústria em nível global, indiferenciada culturalmente. Já a má mercadoria é a informação mais diretamente relacionada aos aspectos de imediato interesse da grande massa da sociedade mais pobre economicamente, vinculada ao conhecimento das humanidades, dos meios e dos benefícios de suporte ao bem-estar das pessoas e, portanto, não pode ser indiferenciada culturalmente. Por esta razão, por não ser mercadoria para consumo de massa, por ser construída localmente, tende a não atrair substantivos interesses do grande capital.

Traduzindo para uma linguagem mais biblioteconômica, o âmbito da informação como boa mercadoria resulta na informação científica, tecnológica, industrial, para negócios, gerencial, etc., enquanto a informação como má mercadoria resulta na informação social. A primeira será hospedada em bibliotecas especializadas empresariais ou de organizações assemelhadas e a segunda estará nas bibliotecas públicas, escolares, infanto-juvenis, comunitárias e

Ora, a boa mercadoria informação, conforme esta concepção aqui dada, foi muito rapidamente acolhida e possibilitou a vários empreendedores a condição de transformar-se em empresários, ou melhor, em infoempresários que a descobrindo criaram um promissor mercado consumidor. A má mercadoria informação, na concepção aqui tomada, continuou a percorrer sua trajetória como preferencialmente produzida, estimulada e distribuída pelas estruturas do Estado o que sempre leva a que se associe biblioteca pública com biblioteca estatal, seja do município seja do Estado. Assim, claramente, foram estabelecidos dois mundos. O mundo da boa informação e de seus operadores e o mundo da má informação com seus referenciais e seus operadores. Como cada vez mais claramente, nos últimos anos, tem-se propagado vivamente a idéia de que o produto competitivo em mercado e produzido pelo setor privado é melhor, custa menos, etc. também mais claramente foi evoluindo a idéia de que o produto realizado ou distribuído pelo Estado é ruim porque o próprio Estado é mau gerente e, portanto, desperdiça recursos por má aplicação, etc. Nesse sentido, parece aceito que os bibliotecários que trabalham em bibliotecas especializadas, por trabalharem coincidentemente com a *boa informação*, têm mais mérito, são mais atualizados, têm mais formação acadêmica e, portanto, devem ganhar mais ou melhor. A contrapartida disso é que bibliotecários de bibliotecas públicas, escolares, comunitárias e as-

semelhadas – por trabalharem com a má informação para um não-mercado, com uma mercadoria não geradora de lucro financeiro, por serem suas organizações empregadoras, majoritariamente estatais, contendo informação social – não devem ganhar salários maiores ou melhores.

Por não se fazer uma leitura atenta sobre esses dados, tem-se corrido muito mais rapidamente do que o desejável para eliminar da biblioteconomia o trabalho com a *má mercadoria* – informação social. Dada a impossibilidade disso acontecer, pois é esta a informação predominante em qualquer sociedade, especialmente naquelas em que a força da oralidade tende a ser marcante, como na América Latina, parte-se para duas vias:

- a primeira gera a busca intensiva do uso indistinguível da denominação Ciência da Informação para nominar os Cursos de Biblioteconomia, e
- a segunda busca nas recentes tecnologias usadas na informação a saída que levaria à valorização dos profissionais bibliotecários.

Em ambas situações há equívocos profundos determinados pelo fato de que o nome Ciência da Informação e o seu conteúdo estão intrinsecamente ligados àquela *boa mercadoria*, sendo incompatível o uso de parte de sua fundamentação teórica para a Informação Social – a má mercadoria. Na segunda situação, em particular,

o equívoco dá-se pela razão de que não é simplesmente o bom uso das tecnologias da informação que determina o caráter da atuação profissional. De outro lado, é necessário observar que há uma questão relacionada à natureza da informação. A boa informação, como é aqui conceituada, sustenta-se pela sua capacidade de gerar lucro financeiro, o que interessa ao capital que enfim mobiliza-se para financiar a sua produção e distribuir seus resultados; ao contrário, a má informação, como é aqui mencionada, serve para produzir bem-estar social, tranqüilidade, não-conformação política ou religiosa, etc.

O que chama a atenção nisso tudo é uma certa dificuldade dos cursos de biblioteconomia, especialmente no Brasil, em enxergar essa distinção e, a partir disso, em realizar um discurso situacional, uma crítica de fundamentos e em não exercer, tão-somente, o papel de reforçador de uma homogeneização dos conceitos de informação, de biblioteca e dos demais sistemas de informação, ao ponto de haver docente de biblioteconomia, com altas especializações, que é capaz de ver a biblioteconomia como importante em si mesma e não consegue relacioná-la com a assombrosa miséria financeira e política que avança por toda a região latino-americana. E esses docentes estão entre as pessoas que propõem mudanças curriculares, atualizações curriculares que, repetindo os maus exemplos de períodos anteriores, terminam por gerar cópias de propostas descontextualizadas, currículos inchados e que não dão

conta de revelar as duas mercadorias que estão por trás de duas concepções de informação, seu financiamento e as razões que determinam como se define, na Biblioteconomia, o processo de formação dos excluídos do uso da informação.

QUAL O MERCADO?

Falando de mercado, em termos clássicos, podemos observá-lo como constituído de produtores, mercadores/comerciantes e compradores/consumidores de bens ou serviços. Falamos, portanto, da existência de um vetor – a mercadoria, ou seja, falamos, por fim, de objetos dotados de valor de troca¹, isto é, de objetos que são elaborados para atender a necessidades presumidas pelo produtor e assumidas como potencialmente existentes pelos comerciantes. Como noção, nesse contexto, quando se fala da mercadoria informação, já se reduz seu alcance para o âmbito da *boa informação*, segundo o conceito aqui formulado. Portanto, nessa discussão mercadejante, fica de fora do interesse comercial a quase totalidade do segmento clássico das bibliotecas públicas, escolares, comunitárias, prisionais, etc. que operam com a informação social em que pouco se revela o valor de troca sobressaindo o valor de uso. Ou seja, na informação social a elaboração e distribuição se dá primeiramente não em decorrência de uma racionalidade que

tenda a ver a relação custo X benefício financeiro, mas sim sob uma lógica que exalta as vantagens pessoais, afetivas, emotivas, sensoriais que o usuário alcançará como resultado.

Restringido o âmbito da discussão, e verificando os indicadores sociais e econômicos apurados e fornecidos por agências internacionais de desenvolvimento como o BIRD, BID, UNESCO, por exemplo, pode-se dizer, então, que o mercado da informação na América Latina ainda está limitado como decorrência de uma pequena acumulação de capital financeiro e cultural regional, e que será por algum tempo:

- 1 – proporcional ao número de negócios que possam comprar a informação como subsídio ou parte da matéria-prima implementadora de sua produção;
- 2 – dependente da oferta extra-regional de informação, notadamente proveniente dos Estados Unidos;
- 3 – condicionado culturalmente pelos métodos, técnicas e processos ditados de fora da região;
- 4 – valorizador do usuário como sujeito ativo da negociação informacional;
- 5 – concentrado nos setores mais dinâmicos do setor produtivo privado em que predominam as corporações externas, muitas das quais importadoras da mercadoria informação geradas por suas matrizes;

¹ MARX, Karl. *O capital*; crítica da economia política. 12.ed. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil, 1988. v. 1.

6 – pouco empregador de bibliotecários treinados em nível de graduação, como a atualmente feita no Brasil, para os processos de controle da informação registrada;

7 – receptivo para profissionais pós-graduados em gerenciamento de sistemas e unidades de informação;

8 – indutor da capacitação para a gerência de informação de pessoal vocacionado à temática com a qual opera a organização contratante.

Essa tendência no Brasil, em particular, começou em meados da década de 1960 e manifestou sua primeira consequência com a transformação do IBBD em IBICT². Ocorre que em mais de 30 anos de encaminhamento da mercadorização da informação no Brasil que teve como outra consequência a modificação do currículo mínimo de Biblioteconomia, em 1982³, mais têm confundido os cursos de Biblioteconomia que lhes facilitado uma transformação consciente. A expressão mercado é a grande marca dessa confusão, pois os cursos, ao pensarem que falam de mercado de trabalho e emprego também falam de assessorias, consultorias, prestação de serviço, etc. reduzindo a formação de bibliotecários a uma barbarização teórico-metodológica que, tentando homogeneizar a perspectiva do usuário, não conseguem elucidar clara-

mente sobre o que falam, na medida em que não distinguem a informação que, por natureza, tem aplicações econômicas daquela que, por sua natureza, tem aplicações mais sociais.

Ocorre que, na tradição das escolas de Biblioteconomia latino-americanas - e a maioria ainda trabalha assim - o fundo teórico está sustentado na concepção Deweyana da biblioteca pública ou, no máximo, de médias bibliotecas acadêmicas situadas historicamente no início do século XX nos Estados Unidos, pelo fato de que, até recentemente, a economia da América Latina não tinha um porte maior, em volume e complexidade de produção, que aquela que se verificava no final do século passado nos EEUU. É por essa razão, sem outra limitação mais restritiva, que o modelo de biblioteconomia norte-americano, ao menos no Brasil, se adequou tão bem, além do que obteve substancial reforço político e assimilação ideológica⁴.

Ora, até há aproximadamente 25 anos não havia a idéia de *mercado* na biblioteconomia brasileira visto como a arena de troca de mercadoria informação. Não se formavam bibliotecários para serem mercadores e muitas escolas ainda mantêm, embora em final de carreira, uma geração de profissionais daquela época, curtidors no discurso de uma biblioteconomia e

² CONSELHO NACIONAL DE PESQUISAS. *A pesquisa industrial no Brasil como fator de desenvolvimento*. Rio de Janeiro, 1968.

³ CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO. *Resolução nº 08/82*, de 29.10.82.

⁴ SOUZA, Francisco das C. de. *Modernização e biblioteconomia nova no Brasil*. Piracicaba : UNIMEP - Programa de Pós-Graduação em Educação, 1994. Tese (Doutorado em Educação).

de uma biblioteca como purificada e existindo por cima das mesquinhas de um mercado renhidamente competitivo, dinheirista, mercenário. O quadro mudou a partir de então e resta saber:

1 - quantos de nós mudamos?

2 - Quando é que começamos a assimilar e quanto queremos assimilar de um papel novo que é o de nos colocarmos como agentes do capital econômico que nos induz a formar os futuros bibliotecários para serem produtores ativos de mercadorias materializadas em informação, e para serem mercadores ativos da mercadoria informação ou para serem auxiliares conscientes de que seu espaço profissional depende de agregar valor a um produto?

É ao tentar tratar dessas questões que se vê que a biblioteconomia na América Latina e, em especial, no Brasil, padece da síndrome de terceiro mundismo, ou seja, de uma certa maneira de tratar a informação com a visão romântica do controle informacional e da onisciência bibliotecária, e isto o peso do mercado derrubou pela sua exigência de competição e de produtividade. E essa síndrome de terceiro mundismo incorpora a fuga da discussão sobre a natureza da biblioteconomia que trata da informação para o mercado e da biblioteconomia que trata a informação social. É fundamental tal discussão, pois a que vem sendo promovida é a discussão capitalista interessada na informação para o mercado. Uma marca novidadeira será a

escola de Biblioteconomia latino-americana saber qual a discussão que fará como prioritária, visto que também não pode recusar-se de fazer a discussão de interesse capitalista. E essa decisão é central porquanto, qualquer que ela seja, orientará uma discussão que não pode ser cega para as conseqüências sociais e econômicas. Além disso, nos obriga a ser forjadores de uma ação competente o suficiente para reduzir o potencial de riscos futuros para a sociedade e para a Biblioteconomia na região.

ENSINO DE BIBLIOTECONOMIA NO MERCOSUL X MERCADORIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Segundo as mais recentes discussões dos teóricos do currículo, está surgindo um novo fenômeno, neste campo, que modifica radicalmente a direção da educação e coloca de vez o mercado dentro de si⁵. Isso não se dá somente porque a educação se transformou em mercadoria rentável nos últimos anos, com a ampliação excepcional do número de escolas em todos os níveis no mundo inteiro criando uma competição demolidora. O que está em jogo é que a educação tende a deixar de ser feita através de currículos e projetos pedagógicos prescritos por especialistas, professores, pesquisadores a partir de suas ciências e passa a ser feita, ainda que por eles, para

⁵ TERIGI, Flávia. Notas para uma genealogia do *currículum* escolar. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 159-186, jan./jun. 1996.

ajustar-se aos interesses de mercado que são cada vez mais fluidos e envolventes. Objetivamente, essa imposição do mercado dentro da educação dá-se pelos exames finais de curso, como o provão brasileiro, que tem origem na Inglaterra de Thatcher. Sob esta perspectiva, não importa muito o que a escola acredita que deva fazer, mas importa o que a escola tem que ensinar, independentemente do que queira, para que, nesse exame extra-escolar de fim de curso, o aluno tenha o que responder ao mercado como um pré-teste imposto por esse mercado para execução pelo Estado. Isso tem duas conseqüências possíveis:

1 - a escola poderá adensar a formação geral dando ao aluno capacidade de raciocínio, agilidade de pensamento, prontidão para a formulação de soluções a situações inesperadas, etc. reduzindo a formação em conteúdos profissionais ao mínimo de teoria e ao máximo de práticas dinâmicas, como está recomendando a Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação do Brasil⁶, ou

2 - a escola poderá fazer como faz a tradição do ensino biblioteconômico no Brasil que é achar que a realidade deve adequar-se ao que nela é ensinado⁷.

Na situação em que estamos coloca-

⁶ CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. Câmara de Educação Superior. *Parecer nº 776/97, de 03.12.97 - Orientação para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação.*

⁷ SOUZA, Francisco das C. de. *O ensino de biblioteconomia no contexto brasileiro.* Florianópolis : Ed. UFSC, 1990.

dos hoje, a mercadorização da informação passa a ser um componente que agrava demais uma formação bibliotecária que oriente para a atuação com a informação social. Assim, o que fazer?

A resposta não parece fácil. No contexto da região, vê-se que a mercadorização da informação não oferece claramente à perspectiva de um mercado de empregos⁸ mas tão-somente a espaços para o exercício da profissão, e vê-se também que o mercado tradicional de empregos para o pessoal que trabalha a informação social – o Estado – cada vez mais reduz seus contingentes, não repõe aposentadorias, incentiva demissões e não amplia suas ações de bem-estar social ao deixar de criar e manter novos serviços de iniciativa pública estatal.

De outro lado, que bases tem a escola de biblioteconomia para pensar em uma formação para este mercado da mercadorização da informação que demanda, em geral, profissionais não oriundos da biblioteconomia, ainda que treinados em pós-graduação em escolas originalmente de biblioteconomia? O profissional que agrega essa competência dada por uma formação não bibliotecária enriquecida por uma pós-graduação de base bibliotecária em geral não está dentro da escola de biblioteconomia e sua ausência fragiliza em muito a constituição dessa visão mercadori-

⁸ Considera-se pertinente essa distinção entre os dois mercados: 1 - de trabalho; 2 - de emprego, tendo em vista a sua relação intrínseca com os conceitos de boa informação e má informação aqui utilizados.

zadora de que a escola de biblioteconomia carece apropriar para si.

No entanto, estaremos num beco sem saída? Assimilando a mercadorização da informação, a escola de biblioteconomia certamente consumará o abandono da perspectiva de formar profissionais que atuarão com a má informação – a informação social – e atuará na formação de pessoal que trabalhará com a boa informação – a informação científica, tecnológica, de negócios, etc. As últimas tentativas de implantação de reformas curriculares em vários cursos de biblioteconomia, em particular, no Brasil deixam algumas perguntas extensiva à América Latina:

A - A escola de Biblioteconomia tem que formar pessoal para trabalhar com a boa informação – isto é, com aquela de interesse imediato do capital – ou deverá formar também pessoal para trabalhar com a má informação – isto é, com aquela que interessa à sociedade mais ampla, incluindo pobres e miseráveis?

B – A escola de Biblioteconomia está preparada com infra-estrutura material, teórica, metodológica e de pessoal para atuar na formação de pessoal para atuar com a boa informação? Em que nível ou condições?

C – A escola de Biblioteconomia está preparada com infra-estrutura material, teórica, metodológica e de pessoal a fim de formar profissionais para atuar com a má in-

formação? Em que nível ou condições?

D – A escola de Biblioteconomia da região, em face da nova forma de definir currículo, isto é, pelos Exames Nacionais de Curso, ou melhor, pela avaliação do desempenho do formando em uma prova extra-escolar, está segura da qualidade intrínseca, cientificamente fundamentada de seus currículos?

Analisando-se os documentos divulgados no Brasil pela ABEBD, ao longo dos anos, e conhecendo-se relatos sobre a construção dos currículos em algumas escolas biblioteconômicas no Brasil⁹, pode-se observar encaminhamentos equivocados e a persistência da idéia acima referida de que a sociedade deve adequar-se ao saber da escola de Biblioteconomia. Ainda que se admita, teoricamente¹⁰, que o currículo se consolida na relação entre professor, aluno, infra estrutura e conhecimento, parece que é muito difícil, nesta relação, corrigir ideologias autopropetuentes e castradoras. Além do mais, é necessário observar que teorias pouco definidas levam a má aplicação de métodos o que tende a

⁹ Atualmente o autor orienta duas dissertações de Mestrado em Ciência da Informação sobre os Cursos de Graduação em Biblioteconomia nos Estados do Amazonas e da Paraíba, além de ter editado texto sobre o Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Espírito Santo e de ter participado de Comissão Externa de Avaliação do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Pernambuco.

¹⁰ FORQUIN, Jean-Claude. As abordagens sociológicas do currículo: orientações teóricas e perspectivas de pesquisa. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 187-198, jan./jun. 1996.

fragilizar o processo de ensino aprendizagem, contribuindo para a má-formação de futuros profissionais notadamente daqueles saídos de escolas onde predominam discursos fundamentalistas em relação a normas e convenções, especialmente importadas de outros contextos sociais, o que é o caso da Biblioteconomia ensinada na região.

Desse modo, torna-se necessária uma tomada de atitude que, diferente do que sempre se fez, não pode ter um caráter meramente voluntário, submisso a pressões e pouco eficaz para o desenvolvimento regional.

Francisco das Chagas de Souza

Doutor em Educação
Professor Adjunto IV
Departamento de Biblioteconomia e Documentação [BDC]
Universidade Federal de Santa Catarina [UFSC]
Campus Universitário - Trindade
88040-900 Florianópolis - SC

Title

The Information as a Commodity, its Market, and the teaching of Library Science in Latin America

Abstract

This article is a reflection about the effects of the transformation of information into a commodity. The analysis is carried out by means of two dichotomous trends: the good and the bad commodity, and the consequences of such a dichotomy in the teaching of Library Science in Latin America.

Key words

Information; Commodity; library science education; Latin America.

Titulo

La Mercancía Información, su Mercado y la Enseñanza de Biblioteconomía en América Latina

Resumen

Reflexión sobre los efectos de la transformación de la información en mercancía. El análisis recorre dos vertientes dicotómicas: la buena y la mala mercancía y las consecuencias de esa división en la enseñanza de Biblioteconomía realizada en América Latina.

Palabras-Clave

Información; Mercancía; Enseñanza de
Biblioteconomía; América Latina

Artigo recebido em: 30/04/98
