



## Escola de Ciência da Informação – UFMG PLANO DE ENSINO

<b>Nome da disciplina</b> Gestão de Unidades de Informação	<b>Código da disciplina</b> TGI 031
<b>Professor(a)</b> Claudio Paixão Anastácio de Paula	
<b>Carga horária total:</b> 60 horas	<b>Departamento:</b> TGI
<b>Ano e semestre</b> 2023 / 2	<b>Classificação</b> ( X ) obrigatória ( ) optativa

### Ementa

Unidades e sistemas de informação do ponto de vista organizacional. Processos de tomada de decisão, motivação, criatividade, liderança e comunicação aplicadas a unidades de informação. Organização e métodos, administração financeira, administração de recursos humanos, administração de materiais, marketing.

### Objetivos

- Apresentar aos discentes uma introdução ao entendimento de cultura organizacional, a concepção de como os processos de trabalho foi construída ao longo do tempo e como a sua formulação atual repercute na forma de gerir as Unidades de Informação (UI);
- Apresentar as mudanças ocorridas nos processos de gestão a partir da introdução da microeletrônica e da tecnologia da informação e as suas influências na gestão de pessoas;
- Introduzir as noções de carreira (tradicional e sem fronteiras), gestão de contratos psicológicos, aprendizagem no trabalho e identidade profissional; avaliação crítica da obsessão contemporânea com as ideias de empreendedorismo;
- Apresentar a influência das diferenças individuais e das percepções e diferentes pontos de vista nas relações profissionais e a importância de levar em consideração nas ações de gestão das UI;
- Demonstrar aos alunos a importância da prática de gestão de unidades de informação em parceria com as comunidades atendidas;
- Apresentar a relevância das ações de marketing e do engajamento do profissional e das comunidades na gestão de unidades de informação.

### Conteúdo programático

#### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

##### 1. Cultura organizacional e Unidades de Informação como organizações

- Unidades de Informação do ponto de vista organizacional.
- Tipos de estruturas organizacionais e autoridade.
- Ambiente organizacional e funções gerenciais.
- Aprendizagem e auto-organização.
- O paradigma emergente em gestão de empresas e seus efeitos na gestão de pessoas
- Conceitos chave da função de diretor: Motivação, liderança, formação de grupos e comunicação.



- Personalidade, percepção.
- Gestão: Controle e qualidade.
- Administração Financeira.

## 2. Gestão de comunidades

- Gestão com foco nas Comunidades .
- Atuação das unidades de informação e parceria com as comunidades: Motivação para participação da comunidade.
- E a gestão? Bibliotecas e educação.
- E a gestão? Sobre como as Bibliotecas podem ampliar a visão de mundo.
- E a gestão? Sobre como a relação entre o público e o acervo pode ser gerida para promover a transformação de indivíduos e comunidade.
- Gestão do espaço físico em unidades de informação e gestão e *makerspaces* de bibliotecas.

## 3. Marketing em Unidades de Informação

- Conceitos de Marketing.
- Marketing em Unidades de Informação: isso é possível? Qual é o nosso mercado?
- Aplicação do Marketing em Unidades de Informação.

## Metodologia e estratégia de ensino

### ***Unidade I – Cultura Organizacional e Unidades de Informação como organizações***

➤ **Objetivos:** Apresentar aos discentes como a forma de conceber os processos de trabalho foi construída ao longo do tempo e como a sua formulação atual repercute na forma de gerir as Unidades de Informação (UI). Apresentar as mudanças ocorridas nos processos de gestão a partir da introdução da microeletrônica e da tecnologia da informação e as suas influências na gestão de pessoas; introduzir as noções de carreira (tradicional e sem fronteiras), gestão de contratos psicológicos, aprendizagem no trabalho e identidade profissional; avaliação crítica da obsessão contemporânea com as ideias de empreendedorismo e autoajuda.

Estratégias de ensino-aprendizagem: leituras dos textos da bibliografia, aulas expositivas síncronas e assíncronas, estudos de caso, estudo dirigido, debates, relatos de experiência, palestras com gestores de diferentes unidades de informação, vídeos e filmes.

### ***Unidade II – Gestão de comunidades***

➤ **Objetivos:** Discutir o papel da Educação nas Unidades de Informação e qual a contribuição que as unidades de informação, a partir da forma como são geridas, podem oferecer para a ampliação melhorar as comunidades. Discutir a utilização do acervo e as formas de interação com ele como um recurso para a valorização e crescimento das comunidades. Discutir a arquitetura e as intervenções possíveis de serem feitas nas Unidades de Informação como estratégias de comunicação com as comunidades nas quais elas se inserem e políticas de potencialização do diálogo com elas.

Estratégias de ensino-aprendizagem: leituras dos textos da bibliografia, aulas expositivas síncronas e assíncronas, debates, relatos de experiência e palestras com gestores de diferentes



unidades de informação, vídeos, estudo dirigido, seminário.

### Unidade III - Marketing em Unidades de Informação

➤ **Objetivos:** Propor uma abordagem das Unidades de Informação como instrumento de transformação social e das noções de marketing e identidade de marca como ferramentas para viabilizar esse caminho.

**Estratégias de ensino-aprendizagem:** leitura dos textos da bibliografia, aulas expositivas síncronas e assíncronas, estudos de caso individual e em grupo, relatos de experiência, debate e discussões.

### Formas de avaliação

Estratégias avaliativas que serão utilizadas, a pontuação e os critérios de correção. .

- **AV1:** Entrega do Estudo Dirigido - Resolver e referenciar questões de concursos (**Moodle – atividade individual**) e correção coletiva das questões feita em sala de aula: **20 pontos;**
- **AV2:** Entrega (**Apresentação em sala – atividade em grupo**) de relatório sobre pesquisa sobre vídeos, tutoriais e materiais sobre Elaboração de Projetos Culturais; Gestão de Projetos Culturais; Leis de Incentivo (Funcionamento e Submissão de Projetos); e Busca por Fontes de Financiamento: **15 pontos;**
- **AV3:** entrega (**Moodle – atividade individual**) da Auto Avaliação da participação nas atividades e debates em sala de aula - (**10 pontos**)
- **AV4 e AV5:** **Apresentações em grupo, seguidas de debate sobre a atividade em campo** “DIAGNÓSTICO e resolução de uma situação-problema em uma UI” (apresentação) – valor total 55 pontos assim distribuídos:
  - Apresentação em grupo (AV4) – 35 pontos por grupo;
  - Participação no debate (AV5) – 20 pontos por grupo.

Quanto às **estratégias de avaliação destinadas à recuperação de nota** por parte dos discentes, uma vez que há um prazo considerável para a entrega dos estudos dirigidos, os trabalhos serão desenvolvidos em grupo e a terceira modalidade avaliativa será desenvolvida sob a forma de um fórum, não são consideradas necessárias atividades de recuperação ao longo do semestre. Caso haja insuficiência de nota para a promoção, os alunos poderão fazer uma prova de **Exame Especial**

### Referências bibliográficas básicas

- 1) AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing da informação: abordagem inovadora para entender o mercado e o negócio da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 40 n. 1, p.85-98, jan./abr., 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ci/v40n1/a07v40n1.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- 2) CAVALCANTE, Luciane de Fátima Beckman; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Informação e conhecimento no contexto de ambientes Organizacionais. In: VALENTIM, M. (org). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 390 p. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/j4gkh/pdf/valentim-9788579831171-12.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.



- 3) LANKES, R. David. **The Atlas of the New Librarianship**. Cambridge: MIT Press, 2011.
- 4) MACIEL, A. C.; MENDONÇA, M. A. R. **Bibliotecas como organizações**. Rio de Janeiro: Interciência, 2006. 94p.
- 5) VERGUEIRO, Waldomiro; MIRANDA, Angélica C. D. (Orgs.). **Administração de Unidades de Informação**. Rio Grande: Editora da FURG, 2007. Disponível em: <http://www.repositorio.furg.br/bitstream/handle/1/7627/Vergueiro%2C%20W.%20%20e%20Miranda%2C%20A.%20C.%20D..pdf?sequence=1>. Acesso em: 20 nov. 2020.

## Referências bibliográficas complementares

- 1) AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada do marketing.  
**Informação e Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 18, n. 1, p. 31-44, jan./abr. 2008.
- 2) ALENTEJO, Eduardo da Silva; BAPTISTA, Sofia Galvão. A trajetória da gestão pela qualidade nas bibliotecas brasileiras. **Informação e Informação**, Londrina, v. 17, n.1, p. 132-165, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/9508/11378>. Acesso em: 20 nov. 2020,
- 3) BAPTISTA, S. G. Técnicas de marketing para gestores de unidades de informação. In: AMARAL, S.A. **Marketing na ciência da informação**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília; 2007. p. 82-95.
- 4) CRUZEIRO, Arthur de Carvalho; MATOS, Guilherme Paraol de; TEIXEIRA, Clarissa Stefani. Atuação de espaços maker em bibliotecas: tendências de ampliação para o empreendedorismo e inovação. **Workshop 2019: O futuro dos ambientes de inovação**, Innovation Summit Brasil, 2019. Disponível em: <http://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2019/08/Atua%C3%A7%C3%A3o-de-esp%C3%A7os-maker-em-bibliotecas-Anprotec2019.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2020.
- 5) FERREIRA, Emanuelle Geórgia Amaral. Uma nova Biblioteconomia para a sociedade contemporânea. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 24, n. 1, p. 50-61, dez./mar. 2019. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1500/pdf>. Acesso em 09 abr. 2021.

GARCIA, Regis; FADEL, Bárbara. Cultura organizacional e as interferências nos fluxos informacionais (IFI). In: VALENTIM, M. (org). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 390 p. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/j4gkh/pdf/valentim-9788579831171-11.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

- 6) GOMES, Ingrid.; SANTOS, Danielle Silva dos; FARIA, Marina Dias. O bibliotecário como gestor. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 14, n. 1, p. 90-109, 1 fev. 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8641043/pdf>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- 7) KARNAL, Leandro; TRAJANO, Luiza. Apostila do curso de Competências profissionais, emocionais e tecnológicas em tempos de mudança da PUCRS, 2020. p. 6-9.
- 8) LANCASTER, F. W. **Avaliação de serviços de bibliotecas**. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2004. Disponível em: [http://www.ded.unir.br/uploads/27147015/arquivos/Avaliao\\_1228795369.pdf](http://www.ded.unir.br/uploads/27147015/arquivos/Avaliao_1228795369.pdf). Acesso em: 28 nov. 2020.



- 9) LANKES, R. David. **Expect more**: melhores bibliotecas para um mundo complexo. São Paulo: FEBAB, 2016.
- 10) LEANDRO, Janine Barreira. Comunidade: uma reflexão a partir de Zygmunt Bauman. **Kairós**: Revista Acadêmica da Prainha, a. 5, v. 1, p. 156-162, jan./jun. 2008.
- 11) LIPINSKI, Barbara; MEURER, Luiza de Miranda. O bibliotecário universitário como gestor de pessoas. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 25, n. 3, p. 686-696, abr./jul., 2020.
- 12) MARECOS, C. T. S. Lopes. **O conceito de marketing cultural aplicado à museologia contemporânea em Portugal**. (Tese de doutorado em arte, patrimônio e teoria do restauro). Lisboa: Universidade de Lisboa. 2009. Disponível em:  
[https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1752/1/22013\\_ulfl070661\\_tm.pdf](https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1752/1/22013_ulfl070661_tm.pdf). Acesso em: 10 nov. 2020.
- 13) MILANESI, Luís. Uma visão ampla e parcial. In: \_\_\_\_\_ . **Biblioteca**. São Paulo: Ateliê, 2002. p. 83 - 107.
- 14) MORGAN, Gareth. Aprendizagem e auto-organização: as organizações vistas como cérebros. In: MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 90-135.  
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4635984/mod\\_folder/content/0/Morgan%202006%20livro%20imagens%20a%20organizacao.pdf?forcedownload=1](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4635984/mod_folder/content/0/Morgan%202006%20livro%20imagens%20a%20organizacao.pdf?forcedownload=1). Acesso em: 10 nov. 2020.
- 15) MORGAN, Gareth. Criação da realidade social: as organizações vistas como culturas. In: MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 136-146.  
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4635984/mod\\_folder/content/0/Morgan%202006%20livro%20imagens%20a%20organizacao.pdf?forcedownload=1](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4635984/mod_folder/content/0/Morgan%202006%20livro%20imagens%20a%20organizacao.pdf?forcedownload=1). Acesso em: 10 nov. 2020.
- 16) MORIGI, Valdir José; SOUTO, Luzane Ruscher. Entre o passado e o presente: as visões de biblioteca no mundo contemporâneo. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, v. 10, n. 2, p. 189-206, jan./dez., 2005.
- 17) MÜLLER, Suzana Pinheiro Machado. Biblioteca e sociedade: evolução da interpretação de função e papéis da biblioteca. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p. 7-54, mar. 1984.
- 18) PRADO, J. M. K. do; PINTO, A. L. Marketing na Ciência da Informação brasileira: quatro décadas de produção. **Informação & Sociedade**: Estudos, v. 28, p. 53-68, 2018.
- ROCHA, A.C. Souza. **Gestão e estratégias de marketing em museus de arte**: museu de arte contemporânea da USP. (Dissertação de mestrado em Educação, administração e comunicação) São Paulo, USM. 2008. Disponível em:  
[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=179926](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=179926). Acesso em: 10 nov. 2020,
- 26) ROZADOS, H.F. e PIFFER, B. P. Pesquisa de Marketing e estudos de usuário: um paralelo entre os dois processos. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p. 169-182, jul./dez. 2009.
- 27) SÁ, Jéssica Patrícia Silva de; PAULA, Claudio Paixão Anastácio de. O papel do bibliotecário na disseminação da leitura: acesso, incentivo e mediação. In: SÁ, Jéssica Patrícia Silva de; BARBOSA, Andreza Gonçalves; COSTA, Maria Elizabeth de Oliveira; SANTA ANNA, Jorge (Org.). **Fundamentos e práticas de mediação no contexto informacional**. Belo Horizonte: ABMG, 2020. p. 270-287.



28) SANTOS, Paulo César dos; MASSELLI, Tania Maria; VIANA, Márcio Aparecido Nogueira; VALLS, Valéria Martin; OLIVEIRA, Renata Cunha Vieira. A relevância dos recursos humanos na gestão do conhecimento. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 6, p. 36-55, 2010.

29) SANTOS, Rocelle Gil; CANDIDO, Ana Clara. Bibliotecas como makerspace: oportunidades de implementação a partir de um caso prático. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 6, n.1, p. 114-125, jan./abr. 2019. Disponível em:  
<https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/6282/5873>. Acesso em: 20 nov. 2020.

30) VALLS, Valéria Martin. A gestão da qualidade em Serviços de Informação com base na ISO 9000. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 3, n.2, p. 64-83, 2006.

31) VERGUEIRO, Waldomiro de Castro S. Bibliotecário e mudança social: por um bibliotecário ao lado do povo. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 16, n. 2, p. 207-215, jul./dez. 1988.

**Cronograma: disponibilizado no Moodle a partir da realidade da turma**