

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DA PRODUÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: GESTÃO DE NEGÓCIOS
LINHA DE PESQUISA: SISTEMA DE INFORMAÇÃO

**SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS : UMA
APLICAÇÃO ÀS COMUNIDADES PESQUEIRAS DE
MITILICULTURA E OSTREICULTURA EM SANTA CATARINA**

SIMONE DA SILVA CONCEIÇÃO

**Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Engenharia de Produção
da Universidade Federal de Santa Catarina
com requisito parcial para obtenção do
título de Mestre em Engenharia de
Produção**



03840566

Florianópolis

2002

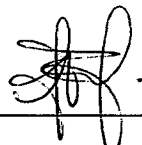
**SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS : UMA
APLICAÇÃO ÀS COMUNIDADES PESQUEIRAS DE
MITILICULTURA E OSTREICULTURA EM SANTA CATARINA**

Florianópolis, 03 de Junho de 2002.

Prof. Ricardo Miranda Barcia, Ph.D.

Coordenador do curso

BANCA EXAMINADORA



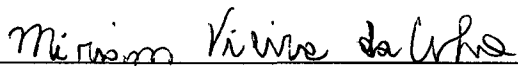
Prof^a. Aline França de Abreu, Ph.D.

Orientadora

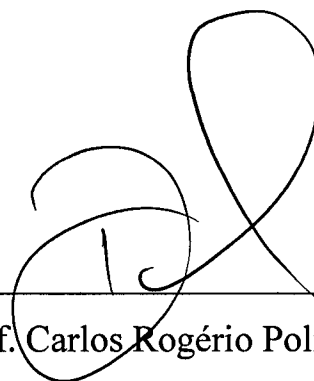


Prof^a. Marília Damiani Costa, Msc.

Co-orientadora



Prof^a. Miriam Viera da Cunha, Dr.



Prof. Carlos Rogério Poli, Dr.

“Quando sonho sozinho é apenas em sonho, mas quando sonhamos juntos é o começo de uma nova realidade.” (D. Elder Câmara).

“Disse-lhe Jesus: Porque me viste, creste? Bem-aventurados os que não viram, e creram.”
(Jo 20: 29)

AGRADECIMENTOS

A Deus por fazer-me entender que com paciência e perseverança atingimos o objetivo proposto.

À minha mãe, mesmo distante e silenciosa, pelo exemplo de força, luta, otimismo e dignidade.

Aos meus dois grandes amores Sormani e Stephane por entenderem as minhas ausências.

Ao Alan, Cione, Crisléia, Dália, Jeferson, Leonita, Leonor, Patricia, Raquel, Rogéria e Tatiana que muito me ajudaram com palavras de incentivo para continuar a caminhada.

A minha amiga e co-orientadora Prof^a. Marília Damiani Costa por todo incentivo e empenho em colocar-me para cima nos piores momentos.

Ao meu pai e a minha irmã por escutarem os meus delírios em relação ao trabalho.

À D. Jacira Vera Santos Silva, pelas demonstrações de amor e carinho.

À Prof^a. Aline França de Abreu, orientadora deste trabalho, por deixar-me à vontade em minhas escolhas.

À Luciana Galvan por zelar por mim e acima de tudo aos meus filhos em minhas ausências.

À Prof^a. Idonézia Benetti pelo trabalho de traduções do material utilizado e a amizade.

À Tânia Fátima de Melo Saievicz pela sua colaboração e carinho.

Ao Prof. Jeancarlos Visentainer pelo trabalho de revisão gramatical e ortográfica.

Ao Pequeno Grupo (PG) Laudete pelas orações e manifestações de amor e carinho.

Sumário

LISTA DE ABREVIATURAS	viii
LISTA DE FIGURAS	x
LISTA DE TABELAS	x
RESUMO	xi
ABSTRACT	xii
1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Problema de Pesquisa.....	5
1.2 Objetivos	8
1.2.1 Geral.....	8
1.2.2 Específico.....	8
1.3 Justificativa.....	9
1.4 Estrutura do Trabalho.....	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 Serviços de informação para negócios e/ou indústrias.....	11
2.1.1 Informação para negócios e/ou industriais.....	16
2.1.2 Fontes de Informação para Negócios.....	19
2.1.3 Serviços de Informação para Negócios e/ou Indústrias no Brasil.....	21
2.1.3.1 Núcleos de Informação.....	26
2.1.3.2 Rede SEBRAE.....	38
2.1.3.3 Rede SENAI.....	39
2.1.3.4 Infovia CNI.....	40
2.1.3.5 Federação das Indústrias.....	40
2.1.3.6 Rede CNI - Dampi.....	40
2.1.3.7 Universidades	41
2.1.3.8 Outras Instituições:	44
2.1.3.8.1 Associações Comerciais:	44
2.1.3.8.2 Empresas de Consultoria.....	45
2.1.3.8.3 Programas de televisão voltados para programação rural e para micro e pequenos empresários.....	46

2.2 Mitilicultura, ostreicultura, problemas e o desenvolvimento econômico das comunidades pesqueiras	47
2.2.1 Mitilicultura: conceitos, características, cultivo, assistência técnica e comercialização	49
2.2.2 Ostreicultura: conceitos, características, cultivo, assistência técnica e comercialização	51
2.2.3 Problemas dos mitilicultores e ostreicultores.....	52
2.2.4 Desenvolvimento Sustentável das comunidades pesqueiras em Santa Catarina...	53
2.3 Comunidades Pesqueiras em Santa Catarina	55
2.3.1 Comunidades Pesqueiras de Mexilhões e Ostras em Santa Catarina.....	57
2.4 Considerações Gerais	60
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	61
3.1 Questões de Pesquisa	61
3.1.1 Questão Principal.....	61
3.1.2 Questões Secundárias.....	61
3.2 Caracterização de Pesquisa	62
3.3 Delimitação de Pesquisa: População e Amostra	62
3.4 Definição Constitutiva de Termos e Variáveis	64
3.5 Dados: técnicas, instrumentos de coleta, análise e interpretação dos dados.....	65
3.6 Limitações da Pesquisa	66
4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	67
4.1 Caracterização dos mitilicultores/ostreicultores e do ambiente de negócios	67
4.1.1 Características dos mitilicultores/ostreicultores e Comunidades Pesqueiras.....	67
4.1.2 Características do ambiente de negócios.....	72
4.2 Necessidades de informação	74
4.3 Fontes de Informação	77
4.4 Produtos e Serviços de Informação.....	80
4.4.1 Tipo de produtos de informação.....	80
4.4.2 Tipo de serviços de informação	81
5 CONCLUSÕES, SUGESTÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
5.1 Conclusões	84

5.2 Sugestões.....	93
5.3 Considerações Finais.....	97
6 BIBLIOGRAFIA.....	98
7 ANEXOS.....	105
7.1 Roteiro da Entrevista.....	105

LISTA DE ABREVIATURAS

- AAGOCER – Associação dos Agricultores de Governador Celso Ramos.
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.
- ACAAQ – Associação Catarinense de Agricultura.
- ACARPESC – Associação de Crédito e a Assistência Pesqueira de Santa Catarina.
- AMAB – Associação dos Maricultores da Babitonga.
- AMAE – Associação dos Maricultores de Enseada.
- AMANI – Associação dos Maricultores do Norte da Ilha.
- AMAP – Associação Municipal de Agricultura de Palhoça.
- AMAPB – Associação dos Maricultores de Porto Belo.
- AMAPRI – Associação dos Maricultores de Capri.
- AMASI – Associação dos Maricultores do Sul da Ilha.
- AMAZI – Associação dos Maricultores de Zimbros.
- ASMARISCAN – Associação dos Maricultores de Balneário Camboriú.
- CETEC – Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais.
- CETIQT – Centro de Tecnológico da Indústria Química e Têxtil.
- CNI – Confederação Nacional das Indústrias.
- CODETEC – Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Tecnológico.
- CTCCA – Centro Tecnológico de Couros, Calçados e Afins.
- DETEC – Departamento de Tecnologia da Federação das Indústrias.
- DSI – Disseminação Seletiva da Informação.
- EMAPA – Escritório Municipal de Agropecuária, Pesca e Abastecimento.
- EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina.
- FACISC – Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina.
- FAMASC – Federação dos Maricultores de Santa Catarina.
- FAPEU – Fundação ao Amparo à Pesquisa e Extensão Universitária.
- FIESC – Federação de Indústrias do Estado de Santa Catarina.
- GADI – Grupo de Assessoramento ao Desenvolvimento de Inventos.
- GETIQ – Gestão Empresarial e Tecnológico para o Complexo Químico.
- IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais.

IBICT – Instituto Brasileiro de Informação, Ciência e Tecnologia.
INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.
INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.
IPT – Instituto de Pesquisa Tecnológica do Estado de São Paulo Núcleo Básico de Informação em Propriedade Industrial.
ITAL – Instituto de Tecnologia de Alimentos.
LAMEX – Laboratório de Mexilhões.
LCMM – Laboratório de Cultivo de Moluscos Marinhos.
LTUFES – Instituto de Tecnologia da Universidade Federal do Espírito Santo.
MA – Ministério da Agricultura.
MAC – Associação dos Maricultores de Canto Grande.
NUTEC – Fundação Núcleo de Tecnológica Industrial.
PADCT – Programa de Apoio no Desenvolvimento científico e Tecnológico.
PROFINT – Programa de Informação Tecnológica.
RIPC – Rede Integrada de Proteção ao Crédito.
SCPC – Serviço Central de Proteção ao Crédito.
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.
SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.
SESC – Serviço Social do Comércio.
SESI – Serviço Social da Indústria.
SPU – Serviço de Patrimônio da União.
UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro.
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina.
UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí.
USP – Universidade de São Paulo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Produtos a serem elaborados por Núcleos de Informação Tecnológica do PADCT.....	12
Figura 2 – Serviços a serem elaborados por Núcleos de Informação Tecnológica do PADCT.....	13
Figura 3 – Produtos de Informação.....	14
Figura 4 – Serviços de Informação.....	15
Figura 5 – Localização das comunidades pesqueiras de mexilhões e ostras em Santa Catarina.....	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Atividade profissional dos mitilicultores e ostreicultores	68
Tabela 02 – Faixa etária	69
Tabela 03 – Grau de instrução dos mitilicultores e ostreicultores	70
Tabela 04 – Sexo dos mitilicultores/ostreicultores	71
Tabela 05 – Tipos de produtos cultivados.....	73
Tabela 06 – Tipo de informação necessária aos mitilicultores e aos ostreicultores.....	75
Tabela 07 – Tipo de assuntos que atendam o negócio dos mitilicultores/ostreicultores.	76
Tabela 08 – Canais de informação	78
Tabela 09 – Tipos de produtos de informação	81
Tabela 10 – Tipos de serviços de informação	82

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo identificar e caracterizar produtos e serviços de informação para negócios que atendem as necessidades informacionais, de acordo com as peculiaridades das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura no Estado de Santa Catarina. Esta pesquisa caracteriza-se por ser exploratória, descritiva e quantitativa. A população foi constituída por mitilicultores e ostreicultores associados da AMASI e da AMANI. Amostra foi do tipo intencional, sendo selecionados 90 (noventa) sujeitos. A coleta de dados foi desenvolvida por meio de entrevistas semi-estruturadas e observação direta no ambiente de pesquisa. Os resultados deste estudo indicam o quanto os mitilicultores e ostreicultores necessitam de informação para tornarem-se competitivos ao mercado. Dessa forma, conclui-se que os produtos e serviços de informação para negócios que atenderiam as necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina deverão ser: Produtos de informação tais como: documentários em vídeos com relatos de experiências; disponibilizar na Internet relatos de experiências, utilizando serviços de informação; programas interativos de rádio e televisão. Serviços de informação tais como: serviços voltados para este setor, com respostas curtas, diretas e rápidas como consulta rápida e resposta técnica; serviços interativos; mídias oral, visual, auditiva; comutação bibliográfica, acesso à base de dados, consultoria, pesquisa bibliográfica, prospecção tecnológica, extensão tecnológica, programa de promoção ao patenteamento, programa de descentralização de patentes e disseminação seletiva da informação. Sugestões para trabalhos futuros: implementar núcleo setorial ou centro referencial de informação para mitilicultura e ostreicultura; treinar profissionais da informação para atender esta clientela; implementar serviços de informação tradicionais voltado ao setor; criar produtos de informação alternativos voltados ao setor, como por exemplo: Programa interativo pelo rádio, Programa interativo pela TV, Documentários em vídeo com relatos de experiências, Disponibilizar na Internet relatos de experiências utilizando serviços de informação; Desenvolver produtos e serviços de informação dentro desta linha de proposta.

Palavras-chaves: Serviços de informação;

Tecnologia – Serviços de informação; Maricultura.

ABSTRACT

The present study aims at identifying and giving characteristics to the products and informational services considering the informational necessities of the fishermen who grow mussels and oysters in the main fishery area of Santa Catarina State.

This research is characterized by being an exploratory, descriptive and, at the same time, quantitative and qualitative one. The population involved was composed by 90 (ninety) subjects associated to AMASI and AMANI. The data was collected through interviews and by observation in the local area. The results indicate that those specific fisherman need more information in order to become competitors in that field of work.

Thus, considering those informational necessities, this research suggests services such as : video tapes with documentaries based on reported experiences; arrangements on the Internet, utilizing informational services; TV and Radio interactive programs. All of those with short, clear, direct, and fast answers with interactive services; oral, visual and audio services; bibliographic commuting, bibliographic research, access to data base, advisory services, thecnological prospection and extension, programs to promote patent services and programs including patent decentralization and the dissemination of further works : developing referencial centers of information related to the growing of mussels and oysters; training professionals from informational areas.

Developing the traditional informational services in order to reach that area and create alternative informational products such as : interactive TV and Radio programs, video documentaries, and reported experiences on the Internet.

Key-words : Informational services;

Technology – Informational services; Mariculture.

1 INTRODUÇÃO

A pesca artesanal em Santa Catarina começa a partir do século XVIII, em função da colonização açoriana e madeirense, que encontrou no litoral bons locais para atividades agrícolas e pesqueiras. A agricultura na região litorânea do Estado é fruto dos bandeirantes vicentistas que haviam fundado as primeiras povoações litorâneas de São Francisco do Sul (1658), Nossa Senhora do Desterro (1662) e Santo Antônio dos Anjos Laguna (1682), que aqui se estabeleceram a partir do século XVII.

A pesca servia para a alimentação e o cultivo da terra era mais valorizado economicamente. Apesar do menor valor comercial, a pesca costeira sedimentou-se no referido período, tradição cultuada até os dias atuais e preservada com suas características portuguesas e indígenas.

Segundo Fantin & Silva (1990) citado por Rosa (1997), alguns fatores motivadores, freqüentemente, são elencados como impulsionadores para a troca de atividade do agricultor para a pesca, tais como: dificuldades na lavoura, preço baixo do produto e competição com produtos de outras regiões.

Rosa (1997) salienta que com a especulação imobiliária, as terras tornaram-se escassas, e com a melhoria do transporte o comércio pesqueiro tornou-se fácil, favorecendo a exploração da atividade pesqueira no litoral. Outro aspecto levantado por Teixeira & Teixeira (1986) citado por Rosa (1997) é que devido à utilização de produtos industrializados e à melhoria da tecnologia, a produção aumentou, e conseqüentemente cresceu o número de pescadores em função da safra.

É importante reconhecer que Santa Catarina por possuir uma grande extensão litorânea caracterizou-se, desde então, como estado pesqueiro, segundo Rosa (1997).

Diante de tudo isso, houve a necessidade desta sociedade agrário-pesqueiro organizar-se, formando assim campanhas de pesca e uma disputa acirrada por áreas. Com o número dessas campanhas de pesca, o produto enfraqueceu, chegando a esgotar-se. Uma parte deste grupo gerou os chamados pescadores migrantes ou andorinhas, que rumavam para o Rio de Janeiro, Santos e Rio Grande do Sul, como mão-de-obra traineiras, com a intenção de tornarem-se proprietários de barcos e redes. A outra parte, os proprietários das redes, comprou embarcações motorizadas e a pesca tornou-se

atividade básica, realizada em forma de pequena produção, daí surgindo o chamado pescador artesanal, segundo Fantin & Silva (1990) citado por Rosa (1997).

No início dos anos 70, pesquisas sobre cultivos de moluscos, iniciaram-se mais ou menos ao mesmo tempo em várias partes do Brasil. Quer sejam ostras e/ou mexilhões, os motivos que levaram isto a ocorrer não são de domínio público. Não existe nenhum registro sobre plano nacional de cultivo de moluscos no Brasil que marque este período como do início destas atividades.

É possível atribuir este desenvolvimento à interesses particulares, resultado de estudos de bioecologia destes organismos, por partes de grupos de pesquisas, influenciados por experiências estrangeiras de cultivo, que viram nesta atividade uma aplicação de seus resultados bem como alternativa para a pesca artesanal ou mesmo para manutenção racional dos estoques explorados por populações ribeirinhas. Tais comunidades como se sabe, se utilizavam deste alimento desde as épocas mais remotas, tendo este costume sido adquirido através dos indígenas brasileiros, que construíram os conhecidos sambaquis, existentes em toda orla marítima brasileira. (POLI, 1998).

É preciso frisar que o cultivo de moluscos no Brasil propagou-se com três espécies, que são: a ostra nativa (*Crassostrea rhizophorae*), a ostra japonesa (*Crassostrea gigas*) e o mexilhão (*Perna perna*). Os Mexilhões têm sido fundamentais no desenvolvimento do cultivo de moluscos, já que os produtores iniciam suas atividades como maricultores com esta espécie.

A Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e a Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), são instituições que atuam diretamente em extensão e pesquisa em maricultura no Estado de Santa Catarina, responsabilizando-se pela realização de projetos, cursos e treinamentos, em função do crescimento acelerado do cultivo. Segundo Rosa (1997), o Estado de Santa Catarina pode-se considerar privilegiado, tanto pela integração das ações governamentais e privadas quanto pela qualidade dos recursos naturais exigidos para este tipo de produção.

Rosa (1997) comenta que em 1990, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), através da portaria 808/90, regulamentou a pesca de mexilhões em Santa Catarina, no Período de Defesso que compreende de primeiro de setembro a trinta de novembro de cada ano. A estrutura da portaria foi elaborada com a participação de grupos de profissionais de constituições federais e

estaduais que atuam nesta área no Estado. Inicialmente, os produtores não aceitaram a regulamentação da portaria mas, acabaram concientizando-se da importância do Período de Defeso para garantir a produtividade.

Com o intuito de organizar os produtores, para que pudessem ter onde discutir os problemas e interesses comuns e para somar esforços para alcançar seus objetivos, surgiram as associações, à medida que apareciam grupos de maricultores nas comunidades.

As associações de maricultores em Santa Catarina são compostas, em sua maioria, por pescadores, porém em algumas regiões existem produtores oriundos de outros ramos de atividade, inclusive alguns pequenos empresários.

Rosa (1997) aponta que existem onze associações de maricultores em Santa Catarina, legalmente constituídas, com personalidade jurídica em várias comunidades produtoras, a saber:

Associação Municipal de Aquicultura de Palhoça – AMAP

Associação dos Maricultores do Sul da Ilha – AMASI

Associação dos Maricultores do Norte da Ilha – AMANI

Associação dos Aquicultores de Governo Celso Ramos – AAGOCER

Associação dos Maricultores de Porto Belo – AMAPB

Associação dos Maricultores de Zimbros – AMAZI

Associação dos Maricultores do Canto Grande – MAC

Associação dos Maricultores de Balneário Camboriú – ASMARISCAN

Associação dos Maricultores de Enseada – AMAE

Associação dos Maricultores do Capri – AMAPRI

Associação dos Maricultores da Babitonga – AMAB

Com base nos dados fornecidos por Tarso¹:

A política estadual pesqueira tem se pautado no princípio da sustentabilidade:

Econômica: pela geração de emprego e renda;

Social: pela melhoria da qualidade de vida e fixação das comunidades tradicionais nas comunidades litorâneas de origem;

Ambiental: pela utilização racional dos recursos naturais, preservando a natureza para as gerações futuras;

Conforme Tarso¹, neste contexto, as instituições envolvidas com atividade pesqueira a nível federal são:

O Ministério da Agricultura (MA) que coordena a política em nível nacional e é responsável pela emissão do registro de agricultor;

O Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais (IBAMA) responsável pela licença ambiental, que é solicitada pelo MA no processo de legalização do cultivo;

O Serviço de Patrimônio da União (SPU) cede as áreas de cultivo, atendendo a uma solicitação do processo conduzido pelo MA;

A Capitania dos Portos responsável pela ordenação das áreas de cultivo no que diz respeito ao tráfego naval respondendo ao processo conduzido pelo MA;

A UFSC através do Departamento de Aquicultura desenvolve pesquisas e produz sementes de moluscos em laboratório.

Conforme Tarso¹, em nível estadual, destacam-se a atuação das seguintes instituições:

Secretaria Estadual do Desenvolvimento Agrícola, responsável pela coordenação da política estadual; e

EPAGRI, responsável pela Pesquisa, extensão e execução da política estadual.

¹ TARSO, Paulo de. Técnico da EPAGRI que ocupa a Função de Extensionista no Escritório Municipal de Agropecuária, Pesca e Abastecimento (EMAPA), órgão da Prefeitura de Florianópolis.

Em nível municipal, conforme Tarso¹

As prefeituras municipais são responsáveis pela política municipal do setor.

Conforme Tarso¹ outras entidades privadas e Organizações Não Governamentais (ONG'S) também estão atuando no desenvolvimento da maricultura em Santa Catarina, tais como

A UNIVALI, que realiza pesquisas através do Curso de Oceanografia;

A Associação Catarinense de Aquicultura (ACAq);

A Federação dos Maricultores de Santa Catarina (FAMASC);

As 11 Associações de maricultores já citadas na p.3;

As Cooperativas de maricultores, que atuam no beneficiamento e comercialização de moluscos;

Empresas privadas, que atuam na produção de insumos, beneficiamento e comercialização de moluscos.

1.1 Problema de Pesquisa

As atividades econômicas de mitilicultura e ostreicultura se encaixam no setor primário, tendo uma pequena atuação no setor secundário, quando os moluscos passam por processos de beneficiamento e industrialização.

A informação é fundamental para orientar estrategicamente os negócios. Na era da Internet e com a expansão do processo produtivo industrial, a informação torna-se mercadoria a ser negociada no mercado dominado pela lei da oferta e da procura. A informação é prioritária para a produção do capital atuando diretamente no sistema produtivo.

A informação é matéria-prima que deve ser adquirida e trabalhada dentro das necessidades de cada um, auxiliando nos processos de geração de conhecimento com vistas a obter competitividade.

¹ TARSO, Paulo de. Técnico da EPAGRI que ocupa a Função de Extensionista no Escritório Municipal de Agropecuária, Pesca e Abastecimento (EMAPA), órgão da Prefeitura de Florianópolis.

Esta matéria-prima não interessa apenas a cientistas e tecnólogos. A indústria depende muito da informação, que deve chegar rapidamente e com precisão a fim de resolver os problemas e garantir o desenvolvimento no âmbito da indústria e deve ser compatível com as suas necessidades. Portanto, é de suma importância que o serviço de informação realmente funcione, para que o usuário possa detectar os problemas e resolvê-los, usando ferramentas como: bancos de dados, listas de discussões na Internet, entre outros.

Tomando-se por base os registros de Montalli (1987), observa-se que mais de 10 (dez) anos passaram-se e as dificuldades em relação ao serviço de informação continuam as mesmas. São elas:

- Canais de comunicação;
- Planejamento de marketing;
- Qualificação de pessoal;
- Recursos financeiros;
- Precariedade nos serviços prestados;
- Pobreza de coleções;
- Falta de especialização de produtos e serviços;
- Dificuldade que o usuário tem para explicar o que realmente quer;
- Falta de um centro referencial de informações.

Em vista disto, não é surpreendente que as dificuldades citadas acima permanecem até os dias de hoje, em função de que a cultura não mudou quanto ao uso acesso e tipos de informações existente que estão disponíveis no mercado afim de facilitar o seu negócio.

Em relação às empresas, Costa e Abreu (1999):

“consideraram que não há serviços de informação específicos para o gerenciamento do processo de inovação tecnológica nas empresas, apresentou-se pesquisas enfocando os aspectos que têm direta ou indiretamente contribuído para a manutenção do fluxo de informação do processo de inovação”.

Saenz Sanches e Garcia Capote (1998) citado por Costa e Abreu (1999) destacam que “o processo de inovação é a integração de conhecimentos novos e de outros existentes para criar ou aperfeiçoar produtos, processos, sistemas ou serviços”.

No Brasil, estes serviços estão voltados para atender à indústria, não contemplando as necessidades informacionais das comunidades pesqueiras, que estão sofrendo mudanças nas suas atividades produtivas, de pescador (cultura extrativista) e para microempresários de fazendas marinhas (cultura de produção, comercialização, gestão de negócios) para os quais não estão ainda devidamente preparados. O microempresário de fazenda marinha necessita o domínio do conhecimento sobre gestão de negócios bem como tudo que envolve o cultivo de mitilicultura e ostreicultura.

Conscientizar os microempresários da mitilicultura e ostreicultura de como a informação pode oferecer maior lucro, maior eficiência, qualidade de produtos e competitividade, parece ser fundamental, desde que tais recursos sejam ao nível de compreensão dos mesmos.

Diante disto, esta pesquisa pretende além de identificar e caracterizar as necessidades de informação para negócios nas comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura, responder a seguinte questão principal:

Quais os produtos e serviços de informação para negócios que atendem às necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina?

1.2 Objetivos

1.2.1 Geral:

Identificar e caracterizar produtos e serviços de informação que atendem às necessidades de informação das comunidades pesqueira de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina.

1.2.2 Específicos:

- Caracterizar os mitilicultores e ostreicultores e seu ambiente de negócios;
- Identificar as necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura;
- Identificar as fontes de informação existentes;
- Identificar produtos e serviços de informação existentes que estas comunidades utilizam;
- Identificar produtos e serviços de informação que estas comunidades utilizariam.

1.3 Justificativa

A poluição desenfreada, a pesca predatória pela frota artesanal e industrial, o excessivo esforço de pesca, que estão acima dos limites adequados de exploração dos estoques de pescados disponíveis, são alguns dos fatores responsáveis pela degradação dos ambientes de pesca. Desta forma, os pescadores artesanais perderam os meios de produção, suas terras e o acesso ao mar. Descaracterizando inclusive o seu saber tradicional, que agora buscam alternativas para resolver seus problemas de sobrevivência.

A alternativa para que o pescador se mantivesse no seu habitat foi o cultivo de moluscos marinhos, sendo que a mitilicultura (cultivo de mexilhões) e a ostreicultura (cultivo de ostras) dominaram o Estado. Embora instituições federais e estaduais estejam envolvidas no cultivo dando apoio e condições para o desenvolvimento da atividade há ainda necessidades informacionais não atendidas.

Diante deste panorama diversas questões motivaram a pesquisadora escolher este tema:

- Os serviços existentes são voltados à indústria com base em fontes impressas e eletrônicas, disponibilizados por tecnologia de informação;
- As comunidades tem dificuldades para absorver os serviços disponibilizados para indústria;
- A ausência de serviços de informação para pescadores que permitisse a eles se atualizarem sem terem que se afastar do seu ambiente de trabalho.

O desafio é identificar e caracterizar produtos e serviços de informação para esta clientela (pescadores/fazendeiros marinhos), que atendam às necessidades informacionais, sem que o cliente (pescador) precise se adequar aos recursos tradicionais impressos e eletrônicos de informação.

1.4 Estrutura do Trabalho

O primeiro capítulo deste estudo aborda a introdução, o problema de pesquisa, a justificativa em relação ao tema escolhido, assim como os objetivos que se pretendem atingir com este estudo.

O segundo capítulo trata da fundamentação teórico-empírica relacionada aos serviços de informação para negócios e/ou indústrias; mitilicultura, ostreicultura e o desenvolvimento econômico das comunidades pesqueiras e as comunidades pesqueiras de Santa Catarina.

No terceiro capítulo descreve-se a metodologia utilizada na pesquisa com as questões de pesquisa, caracterização da pesquisa, delimitação da pesquisa, definição constitutiva de termos e variáveis, técnicas de coleta e análise dos dados, bem como limitações da pesquisa.

O quarto capítulo refere-se à apresentação, análise e interpretação dos dados. Inicialmente, é apresentada a caracterização dos mitilicultores/ostreicultores e do ambiente de negócios. Em seguida são detectadas as necessidades de informação, as fontes de informação e produtos e serviços de informação que os mitilicultores e ostreicultores utilizam e utilizariam para a expansão do negócio.

No quinto capítulo apresentam-se as conclusões desta pesquisa relacionando a fundamentação teórica com os resultados obtidos por este estudo. Procura-se, também, apresentar algumas sugestões para trabalhos futuros.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Visando estabelecer uma base teórico-empírica para embasar o estudo pretendido, revisou-se a literatura sobre:

a) Serviços de informação para negócios e/ou indústrias: informações para negócios, fontes de informação, serviços de informação para negócios e/ou indústrias no Brasil;

b) Mitilicultura, ostreicultura, problemas e o desenvolvimento econômico das comunidades pesqueiras: conceito, características e cultivo;

c) Comunidades Pesqueiras em Santa Catarina: Comunidades Pesqueiras de Mexilhões e Ostras em Santa Catarina.

d) Considerações Gerais

É conveniente frisar que as fontes utilizadas para embasar o estudo foram:

- Sites da Internet;
- Biblioteca Universitária/UFSC;
- Biblioteca Setorial do Centro de Educação (CED)/UFSC.

É oportuno ressaltar que a pesquisadora teve dificuldade para encontrar bibliografia recente sobre o assunto e o alcance temporal da pesquisa para o levantamento bibliográfico é de quinze (15) anos entre 1987 a 2002.

2.1 Serviços de informação para negócios e/ou indústrias

A literatura enfatiza que para identificar e caracterizar produto e serviço de informação para qualquer setor é de suma importância que haja planejamento.

O Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT) citado por Pacheco (1991) enfatiza que é preciso:

“Identificar os usuários atuais e potenciais que deverão ser atendidos pelos serviços a serem implantados, caracterizando as suas necessidades informacionais e identificando quais os assuntos, tipos de produtos/serviços e a natureza da informação que melhor atende os seus interesses; desenvolver serviços de informação aos seus usuários, seja por atividades desenvolvidas

no próprio núcleo ou através da utilização do acervo e serviços existentes nos outros núcleos e demais fontes de informação”.

É preciso conscientizar-se dos diferentes níveis de complexidade tecnológica dos setores industriais e a relação existente entre estes níveis e às necessidades de informação de cada setor que os centros de informação pretendam atender.

O Subprograma de Tecnologia Industrial Básico, do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT), citado por Pacheco (1991), relacionado nas figuras 1 e 2 são os principais produtos e serviços a serem elaborados por núcleos de informação tecnológica PADCT, a saber:

FIGURA 1: Produtos a serem elaborados por Núcleos de Informação Tecnológica do PADCT

PRODUTOS DE INFORMAÇÃO	DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICA
Boletins	Editoração de boletins para disseminação da informação
Obras técnicas manuais e monografias	Publicação de obras técnicas, manuais e monografias
Guia de fontes de informação	Elaboração de guias de fontes de informação que incluam, entre outras, informações sobre os principais periódicos nacionais e estrangeiros, obras de referência relevantes, instituições de apoio tecnológico no país e no exterior, pesquisas em andamento, consultores, tradutores, equipamentos etc.

Fonte: Pacheco (1991)

FIGURA 2: Serviços a serem elaborados por Núcleos de Informação Tecnológica do PADCT

SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICA
Disseminação da informação documentária	Disseminação da informação documentária através da divulgação, em boletins, de resumos de artigos técnicos de congressos e cursos, de notícias técnicas, patentes, equipamentos, pesquisas em andamento, inovações tecnológicas, etc.
Bibliografias	Elaboração de bibliografias sobre temas específicos.
Levantamento bibliográfico	Levantamento bibliográfico sob encomenda e atendimento de solicitação de cópias de documentos.
Disseminação de informação não bibliográfica	Disseminação de informação não bibliográfica, ou não convencional, através do atendimento a consultas sobre dados estatísticos, comércio, exportação, preços, mercados, patentes, normas técnicas, especificações de produtos, catálogos, fabricantes, etc.
Serviço de atendimento à consulta técnica	Serviço de atendimento à consulta técnica, através do acolhimento de uma demanda de informação do setor produtivo, realizado por meio de um serviço de pergunta / resposta e executado por um especialista. Para o atendimento deste serviço, o núcleo de informação deverá dispor de cadastro de consultores, catálogo ou lista das principais obras de referências disponíveis no assunto, banco de bibliografias e cadastro de equipamentos do interesse de cada setor industrial.
Serviço de análise documentária	Serviço de análise documentária a ser realizada por especialistas, que consiste na análise e interpretação, para o usuário, do conteúdo de um determinado documento, tais como análise de patentes e a interpretação de plantas industriais.
Divulgação de fontes de informação	Divulgação de fontes de informação, através da disseminação dos resultados da atividade de identificação da oferta existente no mercado e da elaboração dos guias de informação.

Fonte: Pacheco (1991)

Com base na literatura corrente levantou-se os seguintes produtos e serviços de informação relacionados nas figuras 3 e 4.

FIGURA 3: Produtos de Informação

PRODUTOS DE INFORMAÇÃO	DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICAS
Boletins informativos	“É uma relação de títulos ou resumos de artigos em uma determinada área ou assunto específico. Esses artigos são extraídos de periódicos, livros, documentos etc., editados por fontes de prestígio indiscutível, e são fornecidos aos solicitantes cópias dos documentos originais”. (Brighenti, 1987).
Promoção de cursos	Meio para se manterem atualizados.
Promoção de eventos	“Qualquer acontecimento de especial interesse (espetáculo, exposição, competição, etc.) capaz de atrair público e de mobilizar meios de comunicação”. (Ferreira, 1999).
Base de dados	“É um conjunto de informações com características comuns, organizadas e registradas em formato legível por computador.” (Brighenti, 1987).
Guias de informação	O guia tem a função de dar uma visão ampla, descrever as características essenciais, fornecer informações práticas para uma área, para uma classe de produtos e para uma classe de instituições.
Manuais técnicos	“Instruções e procedimentos práticos a respeito de alguma área de conhecimento específico.” (Silberger, 1998).
Vídeos	“Parte de um roteiro ou de um script em que fazem as indicações relativas às imagens a serem registradas.” (Ferreira, 1999).
Diagnósticos setoriais	É o conjunto de dados coletados voltados a um determinado setor industrial.
Publicações diversas	São os vários tipos de publicações sejam livros, periódicos, patentes, relatórios.

FIGURA 4: Serviços de Informação

SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	DESCRIÇÃO E CARACTERÍSTICA
Consulta rápida	Serviço de informação no qual o usuário dirige-se ao terminal de consulta, catálogo e/ou a pessoa que está no atendimento.
Respostas técnicas	É um serviço capaz de, em face de uma questão objetiva, buscar em várias fontes a informação mais adequada. Disponível em : < http://www.df.sebrae.com.br > . Acesso em 7 de março 2002.
Comutação bibliográfica	Serviço de solicitação e fornecimento de cópias de artigos de periódicos e teses, através de meios eletrônicos. Disponível em : < http://www.ee.usp.br >. Acesso em 7 de março 2002.
Acesso à base de dados	Recuperação das informações sobre um determinado assunto, através de Bases de Dados on-line e CD-ROM. Disponível em: < http://www.ee.usp.br >. Acesso em 7 de março 2002.
Consultoria	Prestação de serviços quanto à organização, gerenciamento e recuperação de informações e documentos de acervos, desenvolvimento de projetos e emissão de parecer para bibliotecas, centros de informação e arquivos, reconstituição da memória das empresas, construção de vocabulários controlados e aquisição de publicações
Pesquisa bibliográfica	É um serviço disponibilizado através do www (World Wide Web) que permite a comunicação com computadores de bibliotecas acadêmicas e outras instituições em todos os continentes para examinar os seus catálogos. Além disso muitos textos são disponibilizados na íntegra sobretudo artigos de revista, jornais e outras publicações periódicas. Disponível em : < http://www.uem.mz/pesbibli/ >. Acesso em 8 março 2002.
Prospecção tecnológica	Pesquisa e análise das tecnologias emergentes e disponíveis que possam aumentar a eficiência e/ou a eficácia da operação da empresa (por exemplo, office automation, downsizing, rightsizing, vídeo conferência, intranet, fraud manager systems etc.). Disponível em : < http://www.sit.com.br >. Acesso em 8 março 2002.
Extensão tecnológica	Segundo Irvin e More citado por Paulino (1994), “é um processo interativo caracterizado pela simultaneidade e continuidade de troca de idéias entre os indivíduos envolvidos. Estas características envolvem o modelo de comunicação adotado e a avaliação do processo.”

Para melhor atender o cliente é preciso conhecê-lo, para que dessa forma seja possível planejar produtos e serviços de informação o mais próximo possível das necessidades do cliente.

Barreto e Carvalho (1997) afirmam que é preciso estabelecer:

“As principais linhas de produtos e serviços, é necessário desenvolver o planejamento operacional e os estudos de viabilidade para implementação de cada um deles. Como qualquer produto industrial, os produtos e serviços de informação possuem um ciclo de vida inerente às condições do mercado e à força de sua competitividade. Esforços permanentes de gestão, vão monitorar sua vida útil, corrigindo os rumos de seu desempenho, ou prolongando sua vida, aprimorando sua finalidade e adequando-o às novas realidades do mercado”.

Para Barreto e Carvalho (1997) “é fundamental valer-se do uso de informações internas e externas à organização para subsidiar os estudos de viabilidade de lançamentos de produtos e serviços”.

Outro aspecto levantado por Barreto e Carvalho (1997) quanto a necessidade de “realizar diagnósticos, pesquisas ou estudos de usuários/clientes, para compor possíveis cenários e decidir pela implantação de novos serviços/produtos”.

2.1.1 Informação para negócios e/ou indústrias

Em um mundo de rápidas mudanças a informação ocupa um papel importante devendo estar presente na tomada de decisões das empresas para resolver problemas específicos. A informação para ser segura e precisa, depende de fontes fidedignas, que são merecedoras de nosso crédito.

Montalli (1996) conceitua:

“A informação para negócios como aquela que subsidia o processo decisório de gerenciamento das empresas industriais de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado diferenciando-a da informação tecnológica, que é

definida como aquela que trata da informação necessária utilizada e da informação gerada nos procedimentos de aquisição, inovação e transferência de tecnologia nos procedimentos de metrologia, certificação de qualidade e normalização e nos processos de produção”.

Para Klintoe (1991), “a informação é a chave do processo e enquanto não for organizada é prejudicada”. O referido autor destaca que a informação “é um artigo de utilidade, uma matéria-prima que possui um valor como outras matérias-primas”. A informação é o mínimo e o essencial para que a indústria progrida e não se prejudique. Precisamos ter a consciência de documentar, organizar e disseminar a informação da melhor forma possível.

Montalli (1991) ressalta o quanto a informação é capaz de aumentar o poder de criação e de manter uma empresa com padrões de qualidade e competitiva no mercado:

“A informação gera idéias criativas que formam a base para inovação. A informação auxilia uma empresa a manter custos de produção a promover a manufatura de novos produtos a localizar oportunidades para novos investimentos a melhorar a produtividade e a capacidade dos equipamentos, a adequar a garantia de qualidade dos produtos dos seus respectivos mercados, a realizar pesquisas e desenvolvimento é sem dúvida fator de capacitação de competitividade industrial”.

As freqüentes mudanças que estão ocorrendo na economia e na sociedade fazem com que Barreto (1991) enfatize que atualização é a palavra chave no mundo empresarial moderno, é o ponto crucial para que uma empresa cresça, acesse e use os serviços de informação para que possa inovar. Empresas de consultorias, indústrias nacionais ou multinacionais e em nível macro, países, precisam estar bem informados. Na era em que a qualidade é fator essencial para a competição, a atualização é ferramenta fundamental para a manutenção e a eventual conquista de novos mercados para as empresas.

Barreto (1991) diz ainda que “o acesso à informação através de prospecção tecnológica do uso de um serviço de monitoração e inteligência facilita o

desenvolvimento de um plano estratégico, possibilita mudanças necessárias e cria ambiente propício à inovação nas empresas”.

Aguiar (1991) aponta duas categorias de informação: interna e externa. **Informações internas** são manuais de serviços de instruções de operações, rotinas, procedimentos e regulamentos: políticas funcionais da organização (marketing); recursos humanos, finanças, produção; pesquisa e desenvolvimento, etc.; estratégias funcionais da organização, planejamento operacional, planejamento estratégico enquanto que **Informações externas**, tratam da legislação trabalhista, legislação fiscal, legislação comercial (código de defesa do consumidor). É preciso que o funcionário de uma empresa tenha acesso a informações de origem interna para aplicar bem as informações de origem externa.

Está claro que para concorrermos no mercado precisamos de informação. Aguiar (1991) identificou tipos de informações consideradas necessárias para se fazer negócios. São elas: informações sobre oportunidades comerciais; tendências de evolução quantitativa e qualitativa do mercado; conjunturas econômicas possíveis de afetar o comportamento do mercado; preços de insumos, de matérias-primas e produtos concorrentes; empresas concorrentes existentes em implantação, ou planos de expansão de outras empresas; empresas existentes, fornecedores de insumos e de matérias-primas; fornecedores alternativos.

Montalli (1997) listou algumas questões que aparecem com relação às informações sobre empresas e produtos, a partir do trabalho de Norton (1992):

Quais empresas são líderes em determinado mercado?

Quais produtos/serviços estão emergindo?

Qual é a posição da empresa no mercado?

Que produto fabrica?

Que fatia do mercado abraça?

Quem são os seus executivos?

Quais são os seus bancos?

Quais são os seus investidores?

Quais são as suas subsidiárias?

Qual é a sua performance financeira?

No Brasil, informação para negócios é uma área ainda nova e pouco explorada em função de conhecimentos teóricos, de organização de fontes e de produtos/serviços de informação. Definindo-se a área de estudo e atuação profissional é preciso capacitar pessoas para desenvolver atividades referentes à área, pois o mercado precisa de profissionais que detenham o conhecimento em relação à informação para negócios.

2.1.2 Fontes de Informação para Negócios

Campbell (1991) citado por Souza e Borges (1996) ressalta que a primeira biblioteca voltada para informações comerciais data de 1735, quando os mercados de Hamburgo decidiram que precisavam de um serviço suplementar, além da biblioteca da cidade.

Segundo Montalli e Campello (1997) as fontes de informação podem ser classificadas, tais como:

- Fontes informação para negócios: relatórios, anuais de companhias, produtos e serviços, relatórios de pesquisas de mercados, dados sobre mercados, revistas técnicas, manuais, guias de design, revistas de empresas, revista de negócios, publicações estatísticas, catálogos de manufaturas, jornais e publicações oficiais.
- Fontes técnicas de informação: normas técnicas especificações e regulamentos, patentes, fontes sobre legislação e sistemas de informação baseados em computador.
- Fontes científicas: livros textos, periódicos científicos, artigos de revisão, resumos, índices e outras bibliografias, os anais de congressos, conferências e bases de dados.

É importante identificar que informação queremos e que tipo de fonte de informação buscamos, e onde buscar essas fontes para que as empresas tenham acesso à ferramentas que serviram para o crescimento empresarial.

Já Araújo (1991) ressalta que o sistema global de informações técnico-científica utiliza dois canais básicos de comunicação: canais formais ou baseados na literatura e os canais informais ou pessoais. A sobrevivência de uma empresa depende de canais de comunicação bem definidos.

Silva e Menezes (2001) afirmam que “nos canais informais o processo de comunicação é ágil e seletivo” enquanto que “nos canais formais o processo de comunicação é lento, mas necessário para a memória e difusão de informações para o público em geral”.

É importante que as empresas e serviços de informação conheçam as fontes disponíveis. Bibliotecários e profissionais da informação que trabalhem com serviços de informação para indústria e negócios precisam regularmente avaliar e analisar seus recursos informacionais.

Montalli (1996) deixa claro que o que está dificultando o acesso às fontes de informações é a forma pela qual elas estão sendo distribuídas que seriam:

- Por canais não tradicionais;
- Destinada às clientelas específicas;
- Tiragens reduzidas;

É preciso reforçar a necessidade da criação de um centro referencial de informação como solução para a distribuição e acesso a essas fontes de informação.

Farnham (1982) citado por Montalli (1997) afirma que as causas pelo baixo uso de informação na indústria manufatureira são: o desconhecimento do tipo de informação disponível e como ela poderia ser obtida. Montalli (1987) enfatiza que poderiam ser acrescentadas outras causas em se tratando do Brasil: a ausência do hábito de uso da informação para solucionar problemas por parte dos profissionais da indústria e a ausência de uso de estratégias de marketing, por parte dos sistemas de informação disponíveis para a indústria no país.

O que interessa ao usuário com relação à informação sobre companhias e produtos é que ela esteja disponível de forma fácil, rápida e atualizada. Por isso os produtores deste tipo de informação nos países desenvolvidos, tem procurado disponibilizar ao mercado fontes em formatos variados, on-line, disquetes, CD-ROM, embora em alguns países o diretório impresso mantenha o seu lugar. No Brasil, há uma inclinação em adotar meios eletrônicos, em função da dificuldade em acessar a informação impressa. A solução seria a criação de um Núcleo ou Centro Referencial de Informação na área no qual se responsabilizaria pela distribuição a essas fontes de informação.

2.1.3 Serviços de Informação para Negócios e/ou Indústrias no Brasil

Segundo Barreto (1991) a informação para empresas pode ser gerada na própria instituição, através de empresa especializada podendo ser obtida através de leitura de jornais e revistas comumente denominado clipping. O Serviço de pergunta-resposta é outro serviço que informa sobre documentos técnico-científico identificado e localizado para obtenção de cópias. Os serviços mais caros são os pareceres técnicos e de mercado, cadastro de fontes de informação e levantamento de patentes, normas regulamentos técnicos. A referida autora destaca diversas opções de serviços de informação que a empresa pode utilizar para obter a informação que precisa.

Fernandes, citado por Paulino (1994) afirma que alguns dos serviços de informação para negócios para iniciativa privada ou outras instituições não governamentais são executados por empresas jornalísticas, pois se caracterizam como agência de “informação intensiva” ou melhor, possuem alta capacidade de informação em sua cadeia de valores e alto conteúdo de informação no seu produto/serviço.

Segundo Paulino (1994), através do Centro de Informações, que é um prestador de serviços, a Gazeta Mercantil S.A. presta serviços a seus clientes internos e externos, tais como: Relatórios, Qualificados Industriais, Prêmio de Conservação Ambiental e Desenvolvimento, Balanços, Balanço anual, Crítica, Autocrítica, Seminários, International Weekly, Edition, Invest News.

O jornal “Gazeta Mercantil”, é composto por seções como: internacional; nacional; editorial; política; trabalho; constituição; indústria; tecnologia; informática; energia; meio ambiente; conjuntura; finanças; administração e serviços; transporte; matéria-prima; agropecuária; investimentos; empresas; suprimentos; mercados; leitura de fim de semana; indicadores; assuntos fixos, é tratado nessas seções o conteúdo dos assuntos mais relevantes, destacados nos principais jornais e revistas.

Montalli (1991) ressalta que para a indústria fazer proveito dos serviços de informação, a mesma precisa definir uma forma de buscar informações externas. Pequenas e médias empresas devem fazer parte dos sistemas de informações. Os serviços de informação muito pouco atendem as necessidades específicas de seus usuários.

Pinheiro (1991) afirma que as pequenas e médias indústrias brasileiras não têm condições de possuir seus próprios serviços de informação em função de que os serviços são altamente onerosos e a informação é apresentada tradicionalmente para um público que não tem como entender e aplicar na indústria o que recebe. Sugestões dadas pelo autor:

“A utilização de serviços de informação exógenos sediados em institutos de pesquisa e de prestação de serviços para o setor produtivo, em federações de indústrias, dentre outras entidades; Os serviços de informação devem possuir características de centros de análise de informação”.

Para a pequena e média empresa realmente não vale a pena ter o próprio serviço de informação, porquê são altamente onerosos. Este grupo deve integrar-se aos serviços de informação oferecidos pelo governo, à prestação de serviços e consultorias da iniciativa privada.

Para Klintoe (1991) “uma rede de bibliotecas científicas e técnicas é a manifestação do estágio cultural de um país”. Redes de serviço de documentação científica e técnica, incluindo bancos de dados possibilitam o acesso à informação, que podem ser particulares ou de propriedades públicas. “A rede de serviços da informação é a mais caracterizada por possuir operações locais em todo o país. Mas devem ser operacionalizados, geograficamente, próximos ao consumidor”, enfatiza Klintoe (1991). É claro que as redes de serviços facilitam o acesso à informação, mas o usuário deve ser o mais claro possível no que realmente quer.

As instituições provedoras de informação tecnológicas no Brasil tem como tem como **clientes e parceiros**: empresas de grande, médio e pequeno porte; microempresas; Núcleos de Informação Tecnológicas do PADCT (Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico); CNI (Confederação Nacional da Indústria); SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial); SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial); SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas); Associação de Classe/Sindicatos; Empresas de consultorias; Instituição de pesquisas; Universidades; Outros (bibliotecas especializadas, empreendedores/profissionais liberais, estudantes, governo do Paraguai, escritório de propriedade industrial de outros países, SESI (Serviço Social da Indústria),

SESC (Serviço Social do Comércio), Federações das Indústrias Estaduais, Organismos Internacionais de Propriedade Industrial (SOUZA E BORGES 1996).

Os serviços oferecidos pelas instituições são os seguintes: consulta rápida; resposta técnica; localização e recuperação de documentos; comutação bibliográfica; acesso à base de dados; consultoria; pesquisa bibliográfica; prospecção tecnológica; extensão tecnológica; outros (tradução técnica, pesquisa aplicada, legislação de empresas, programa de informação tecnológica (PROFINT); programa de descentralização do banco de patentes; programa de promoção ao patenteamento; DSI – Disseminação Seletiva da Informação. (SOUZA E BORGES 1996)

Os produtos oferecidos pelas instituições são tais como: boletins informativos; promoção de cursos; promoção de eventos; base de dados; guias de informação; manuais técnicos; vídeos; diagnósticos setoriais; publicações diversas.

(SOUZA E BORGES 1996)

Conteúdo dos produtos e serviços oferecidos são os seguintes: dados estatísticos; informação tecnológica; informação sobre mercado; informação sobre companhias; informação sobre finanças; informação sobre legislação; informação sobre fornecedores; informação sobre comercialização de produtos; outros.

(SOUZA E BORGES 1996)

Paulino (1994) ressaltou que “necessidades de informação para negócios perpassam pessoas físicas e jurídicas. É um recurso estratégico essencial para o sucesso de adaptação ao ambiente de concorrência”. É oportuno lembrar que para satisfazer as necessidades de informação para negócios precisamos contar com serviços de informação que atendam a esse objetivo.

A propósito Souza e Borges (1996) assinalam que, “com o reconhecimento de que os serviços de informação para indústria e negócios necessitavam gerar recursos próprios e, portanto precisavam ser cobrados, a dinâmica para suprir as necessidades passou a ser tratada no âmbito do mercado da informação. Instituições públicas e privadas passaram a formular estratégias de trabalho em parceria e atuando em redes para melhor atender as demandas do mercado.

Embora no Brasil a área de informação para negócios ainda não estar organizada, existem esforços para provimento da indústria. Sabe-se que o caminho é esse.

Segundo Araújo, Freire e Mendes (1997) passaram-se 25 anos de dois estudos realizados nesse intervalo e poucas modificações aconteceram da demanda de informação pelo setor produtivo, quer em relação à demanda, quer em relação aos setores demandantes. A autora chegou à conclusão que os serviços oferecidos à indústria têm:

- “Carência generalizada de informação;
- Mais de 50% das empresas interessam-se por todos os assuntos incluídos na questão sobre demanda potenciais;
- Mais de 70% das empresas interessam-se pela divulgação de resumos sobre processos, produtividade, equipamento e novos produtos;
- Serviço de tradução era procurado por 61% das indústrias mesmo considerando o número de técnicos de nível superior;
- A procura de informações por parte das indústrias, que os problemas foram resolvidos por empresas de consultoria e documentação;
- Projetos de expansão industrial;
- Novos produtos”;

As grandes empresas realizam as seguintes atividades:

- “Consultam maior diversidade de instituições na busca da informação;
- Procuram tipos de informações mais variados;
- Utilizam mais recursos da própria empresa e publicações especializadas como fontes de informação, bem como dispõem de meios automatizados de organização e acesso a informação”. (Araújo , Freire e Mendes 1997)

As pequenas e médias empresas consultam:

- “Instituto de pesquisa e desenvolvimento/Universidades e órgãos do governo;
- Tipos de informações;
- Dificuldades encontradas na busca por informações;
- Fontes de informações (as médias empresas usam mais: consultores/especialistas e normas e regulamentos técnicos; já as pequenas empresas usam mais: veículos de acesso as informações automatizadas, especialmente leitoras CD-ROM e as redes de comunicação)”.

(Araújo , Freire e Mendes 1997)

No geral, observa-se que a economia, as oportunidades de negócios são os principais produtos/serviços de informação demandados pelas empresas.

Borges e Carvalho (1998) observaram que:

“Produtos/Serviços de informação identificados apresentam características conservadoras, seja da forma de abordar o cliente, seja na divulgação. Para isto é importante investir na conscientização dessas instituições e, paralelamente, sensibilizar as empresas para o uso efetivo de produtos/serviços desta natureza”.

Há a necessidade de conhecer os profissionais, no sentido de se traçar o perfil e detectar as carências de formação dos mesmos e deixar claro a caracterização de cada produto e serviço de informação.

Os produtos e serviços de informação para os negócios existentes no Brasil, segundo Borges e Carvalho (1998) são consulta rápida; resposta técnica; serviço de biblioteca; consultoria; prospeção tecnológica; extensão tecnológica; consulta a base de dados; diagnósticos; estudos de viabilidade; análise de mercado; pesquisa de mercado; boletins; cursos; eventos; montagens de base de dados; guias; manuais; vídeos; outras publicações e outros serviços.

Se considerarmos a rapidez com que os negócios acontecem os produtos e serviços de informação deixam a desejar. A literatura mostra que é restrito o uso deste tipo de produto e serviço mesmo por empresas já estabelecidas no ramo. Dessa forma, fica claro que os produtos e serviços disponibilizados ao mercado brasileiro não

atinjam empresas carentes de informação. Há a necessidade de criar nas pessoas o hábito de buscar a informação para negócios nas instituições provedoras de produtos e serviços de informação, de conhecer os profissionais que atuam nas instituições prestadoras de serviços.

2.1.3.1 Núcleos de Informação

De início é interessante destacar o artigo em que Costa e Abreu (1999) comentam que:

“No Brasil o serviços de informação para a indústria se intensificaram com a criação, a partir de 1984, da Rede de Núcleos de Informação Tecnológica, coordenados pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). A rede de núcleos foi criada como o apoio do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT), com papel fundamental no fornecimento de soluções as empresas por meio de produtos e serviços promotores da competitividade e desenvolvimento do setor produtivo nacional”.

Pacheco (1991), ao referir-se ao o projeto intitulado Serviços de Informação em Tecnologia Industrial salienta que “o projeto pretende aprimorar a infra-estrutura para as atividades de informação tecnológica, como também incrementar o nível de prestação de serviços aos usuários, através da implantação de uma rede de núcleos de informação”, constituídos da seguinte forma:

- Núcleos Básicos de informação: informa sobre patentes e normas técnicas.
- Núcleo Básico de Informação em Normas Técnicas:
 - ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas;
 - INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial;
 - IPT – Instituto de Pesquisa Tecnológica do Estado de São Paulo Núcleo Básico de Informação em Propriedade Industrial;
 - INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

- Núcleos Regionais de Informação Tecnológica: atende usuários de setores industriais de uma mesma região geográfica do país.
 - Núcleo Regional de Informação Tecnológica Industrial do Ceará.
 - Fundação Núcleo de Tecnologia Industrial (NUTEC, Fortaleza – CE).
 - Núcleo Regional de Informação Tecnológica Industrial do Espírito Santo
 - Instituto de Tecnologia da Universidade Federal do Espírito Santo (ITUFES, Vitória – ES);
 - Instituto Euvaldo Lodi (Vitória – ES).
 - Núcleo Regional de Informação Tecnológica de São Paulo
 - Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT, São Paulo – SP).

- Núcleo Setorial de Informação Tecnológica: atende as necessidades informacionais de setores industriais.
 - Núcleo Setorial de Informação de Maquinaria Agrícola
 - Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT, São Paulo – SP);
 - Fundação de Ciências e Tecnologia (CIENTEC, Porto Alegre – RS).
 - Núcleo Setorial de Informação e Alimentos
 - Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL, Campinas – SP).
 - Núcleo Setorial de Informação de Conservação de Energia
 - Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais (CETEC, Belo Horizonte – MG).
 - Núcleo Setorial de Informação no setor de Couros, Calçados e Afins
 - Centro Tecnológico de Couros, Calçados e Afins (CTCCA, Novo Hamburgo – RS).
 - Núcleo Setorial de Informação em Desenho Industrial
 - Departamento de Tecnologia da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (DETEC/FIESP – São Paulo – SP).
 - Núcleo Setorial de Informação Tecnológica na Área Metal Mecânica
 - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC, Florianópolis – SC).

- Núcleo Setorial de Informação Tecnológica em Mobiliário e Madeira
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI, Bento Gonçalves – RS).
- Núcleo Setorial de Informação sobre Plásticos e Borracha
- Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Tecnológico (CEPED, Camaçari - BA).
- Núcleo Setorial de informação em Química Fina. Companhia de Desenvolvimento Tecnológico (CODETEC, Campinas – SP).
- Núcleo Setorial de Informação para Setor Têxtil e de Confecção Industrial
- Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil (CETIQT/SENAI, Rio de Janeiro – RJ).

Cabe levantar uma questão importante:

“Para conduzir o processo de capacitação institucional nessas áreas, o Governo Brasileiro concebeu no início da década de 80 um Subprograma de Tecnologia industrial Básico dentro do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT), em execução mediante Acordos de Empréstimo com o Banco Mundial, a partir de 1984 (o PACDT III, atualmente em fase de avaliação pelo Banco deverá estender-se para além do ano 2001, sua meta original).

O Subprograma TIB vem sendo, desde o seu início, a única fonte regular de apoio a Metrologia, Normalização e Certificação, e Tecnologias de Gestão.

O PACDT-TIB destinou, no período 1985-1996 (PADCT I E PADCT II), um total de US\$ 58,7 milhões investidos da seguinte forma : (i) US\$ 21,6 milhões em metrologia; (ii) US\$ 13,4 milhões em capacitação de recursos humanos em gestão da qualidade (além do PEGQ, uma série de livros, filmes, diagnósticos e a realização de cursos nas áreas de qualidade para diversos setores industriais); (iii) US\$ 15,9 milhões em informação tecnológica dando ênfase à criação e consolidação de uma rede de núcleos de informação tecnológica em apoio à indústria”; (<http://www.mct.gov.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

“(iv) US\$ 3,6 milhões (somente PADCT II) na áreas de normalização e certificação da conformidade, visando ao desenvolvimento de normas de empresas, de normas de setor e de normas para a certificação de produtos relacionadas à saúde, segurança e meio ambiente; (v) US\$ 4,2 milhões para os estudos.

A trajetória do fomento à TIB através do PADCT pode ser resumida em três instantes:

Esforço orientado para a constituição de uma base laboratorial capaz de atender à demanda por serviços de calibração, para a implantação serviços de informação tecnológica industrial e para o desenvolvimento e difusão da gestão da qualidade (1984-1991);

Esforço orientado para a modernização dos sistemas de metrologia, normalização e avaliação da conformidade do apoio à informação tecnológica e à gestão da qualidade (1992-1996);

Esforço orientado para a harmonização dos sistemas de metrologia, normalização e avaliação da conformidade com seus congêneres de outros países, apoio à propriedade intelectual e às tecnologias de gestão, como instrumentos de acesso a mercados (1997 em diante).

Em particular PADCT III o Subcomponente TIB foi organizado em dois conjuntos de atividades somando US\$ 20,3 milhões: Serviços de Infra-Estrutura Tecnológica e Propriedade Intelectual, tendo como objetivos:

Harmonização dos sistemas de metrologia , normalização e avaliação da conformidade, objetivando o reconhecimento mútuo internacional desses sistemas como meio para facilitar o fluxo de comércio, buscando o princípio de “uma só norma, um só ensaio, um só certificado, aceito amplamente”;

Modernização dos Sistemas Brasileiro de Normalização;

Estímulo à ampliação das atividades com vistas à certificação de Produtos, quer no campo voluntário, quer no campo compulsório”; (<http://www.mct.gov.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

“Estruturação das atividades de Metrologia em Química por meio do apoio à montagem de uma rede de laboratórios voltados para a produção de Materiais de Referência Certificados;

Difusão das Tecnologias de Gestão (qualidade, meio ambiente, tecnologia, negócios e outras) como fator de competitividade; e Suporte ao desenvolvimento de ações na área de Propriedade Intelectual como forma de promover a inovação e a competitividade”.

(<http://www.mct.gov.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

Os Núcleos de Informação Tecnológica encontram-se no ano de 2002 da seguinte forma:

➤ Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT): “É o órgão responsável pela normalização técnica no país, fornecendo a base necessária ao desenvolvimento tecnológico brasileiro é uma entidade privada, sem fins lucrativos, reconhecida como Fórum Nacional de Normalização”. (<http://www.abnt.org.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO):

“Contribuir decisivamente para o desenvolvimento sócio-econômico e melhoria de qualidade de vida da sociedade brasileira, utilizando instrumentos da Metrologia e da Qualidade, de forma a promover a inserção competitiva e o avanço tecnológico do País assim como assegurar a proteção do cidadão especialmente nos aspectos ligados à saúde, à segurança e ao meio ambiente”. (<http://www.inmetro.gov.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT):

“Tem por objetivo à demanda de ciência e tecnologia nas diversas áreas da engenharia que atua. Seu trabalho tem sido relevante para o setor produtivo nacional e na elaboração de políticas públicas. Criado a mais de 100 anos, e ligado a Secretaria da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de São Paulo. Atuando basicamente em três grandes áreas: inovação, pesquisa, desenvolvimento, serviços tecnológicos e desenvolvimento e apoio metrológico”. (<http://www.ipt.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI):

“Criado em substituição ao antigo Departamento Nacional de Propriedade Industrial, o Instituto agregou às tarefas tradicionais de concessão de marcas e patentes a responsabilidade pela averbação dos contratos de transferência de tecnologia e, posteriormente, pelo registro de programas de computador, contratos de franquia empresarial, registro de desenho industrial e de indicações geográficas. A propriedade intelectual é um tema de crescente mudança para a economia do país e um canal de inserção na comunidade internacional. O INPI está empenhado em torná-la um instrumento cada vez mais poderoso dentro da política industrial e tecnológica neste sentido, vem aprofundando o processo de modernização e descentralização de suas atividades. Uma de suas principais metas é alcançar uma atuação mais ativa e dinâmica junto a seus clientes, privilegiando a inovação e o atendimento a novas demandas”. (<http://www.inpi.gov.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Núcleo de Tecnologia Industrial (NUTEC):

“A missão do NUTEC é dar respostas às necessidades tecnológicas, prioritariamente do Estado do Ceará, em áreas estratégicas de seu desenvolvimento sustentável, através da difusão de informações, certificação, pesquisa aplicada, serviços tecnológicos, desenvolvimento e transferência de tecnologia. Vinculada a Secretaria da Ciência e Tecnologia do Governo do Estado, a Fundação Núcleo de Tecnologia Industrial – NUTEC, foi criado com a finalidade de promover a integração da universidade com o meio, proceder a transferência de tecnologias apropriadas e prestar assistência tecnologia aos setores produtivos e aos órgãos do governo”. (<http://www.nutec.ce.gov.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Instituto de Tecnologia da UFES (ITUFES):

“Foi criado através de convênio entre o Governo Federal e a Universidade Federal do Espírito Santo – UFES em 26 de janeiro de 1967, absorvendo as atribuições do Instituto de Tecnologia do Estado do Espírito Santo – ITES e os laboratórios da Escola Politécnica da UFES. O ITUFES foi instituído como órgão suplementar da UFES através da portaria nº 74, de 16 de janeiro de 1980. O ITUFES tem como um de seus objetivos colaborar no ensino prático da engenharia e realizar estudos, testes e projetos com vistas a criar, difundir e renovar a idéia de tecnologia, ajudando principalmente o parque industrial do Espírito Santo”. (<http://www.ufes.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Instituto Euvaldo Lodi (IEL):

“Foi criado na cidade do Rio de Janeiro, em 29 de janeiro de 1969, inspirado na mentalidade inovadora e disseminada em países avançados, de que a parceria Universidade – Indústria é fundamental para sustentar o desenvolvimento do setor produtivo. Missão promover a interação das empresas do setor industrial com as instituições de ensino, pesquisa e de mais organizações baseadas no conhecimento, visando à competitividade e o desenvolvimento empresarial do setor produtivo brasileiro. O plano estratégico do Instituto Euvaldo Lodi foi aprovado em 1999 e define a missão, objetivos e metas para o período de 1999 – 2010. Contêm as macros diretrizes, orientações e formulações que orientam os objetivos e as ações de médio e longo prazo além de linhas de atuação e uma carteira de projetos estratégicos, para desenvolvimento com a participação dos Núcleos Regionais, outras entidades do Sistema CNI e parceiros externos”. (<http://www.cni.org.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Fundação de Ciência e Tecnologia (CIENTEC):

“É um órgão da administração indireta do Governo do Estado do Rio Grande Do Sul vinculada à Secretaria da Ciência e Tecnologia. Ao longo de seus 59 anos, colaborou efetivamente para o desenvolvimento sócio-econômico do RS, atuando em tecnologia industrial básica e executando projetos de Pesquisa e Desenvolvimento. São mais de 8000 laudos/ano e cerca de 5359 empresas entre públicas e privadas – no cadastro de clientes ativos da fundação. Missão promover o desenvolvimento da sociedade através de ações em tecnologia industrial básica, pesquisa e inovação tecnológica”. (<http://www.cinetec.rs.gov.br>, acesso em 30 de abril de 2002.)

➤ Centro Tecnológico do Mobiliário (CETEMO):

“Foi inaugurado em 1983 na cidade de Bento Gonçalves no RS, e seu objetivo é proporcionar o desenvolvimento tecnológico das empresas moveleiras e afins, em âmbito nacional, visando maior produtividade e competitividade. Em 1994 conquistou o título Centro Nacional de Tecnologia – CENATEC, categoria bronze conferido pelo Departamento Nacional do SENAI. Em 1996 passou por auditoria de Manutenção do Título de Bronze, obtendo expressiva pontuação. O CETEMO ainda desenvolveu uma série de ações junto a pequenas e micro empresas do Brasil. Este trabalho é desenvolvido através do Programa de Apoio Técnico do SEBRAE – PATME, com o propósito de levar tecnologia a micro e pequenas empresas com valores subsidiados em até 70% nos custos do projetos. Em 1999, conquistou mais duas etapas importantes na área da qualidade, quando recebeu a certificação ISSO 9001 pela DNV e CENATEC categoria prata, conferido pelo Departamento Nacional do SENAI”. (<http://www.cetemo.com.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Centro de Tecnologia de Indústria Química e Têxtil (CETIQT):

“Visão estratégica do CETIQT, consolidar-se pelo conhecimento e pela educação e ser reconhecido como Centro de Excelência da Cadeia Têxtil. Missão oferecer serviços educacionais, técnicos e tecnológicos compatíveis com a evolução da cadeia têxtil e da sociedade”. (<http://www.cetiqt.senai.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

➤ Centro de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico (CEPED): As empresas do pólo industrial de Camaçari estão localizadas por áreas, tais como:

“A Área do Complexo Básico reuni indústrias químicas e petroquímicas. A Área Industrial Leste reuni indústria de segunda e terceira gerações. É onde também está localizada a Empresa de Proteção Ambiental, CETREL. A Área Industrial Norte concentra indústrias que não dependem diretamente do

fluxo de matérias-primas produzidas no Complexo Básico, a exemplo da Indústria de Celulose. A Área Industrial Oeste abriga a CARÁIBA METAIS S. A. e a AMBEV. A Área de usos Especiais é onde se concentram as atividades institucionais, científicas, de pesquisa e apoio às indústrias. Nesta área está localizado o Comitê de Fomento Industrial de Camaçari – COFIC, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, CEPED entre outras instituições. O setor de Transportes é uma área destinada às empresas de transporte de carga (produtos) e de passageiros (transbordo de funcionários do Pólo)”. (<http://www.coficpolo.com.br>, acesso 30 de abril de 2002)

➤ Companhia de Desenvolvimento tecnológico (CODETEC),

“Ligada à Unicamp, já com o objetivo de desenvolver um estreito contato com a indústria. A idéia era estabelecer um parque científico. Com a transferência de tecnologia da universidade para a empresa e a empresa de capital desenvolvidas na universidade e viabilizaria novos negócios, baseados em tecnologia. Essa seria a primeira incubadora brasileira. A CODETEC acabou falindo em 1979. Em 1982, foi fundado sob a égide do CNPq o Programa de Tecnologia e Inovação, a primeira iniciativa governamental, de âmbito nacional, com o objetivo de estimular a ligação da universidade com atividades empresarias. Uma das principais realizações do programa foi a implantação de treze Centros de Inovação Tecnológica pelo País. Em 1984, o programa foi expandido através da adição do Programa de Implementação de Parque Científico, com o projeto dos primeiros seis parques científicos e incubadoras de empresas. Somente foram implantados de fato os parques de São Carlos e Campina Grande, os quais deram origem a duas incubadoras nos anos de 1985 e 1988, respectivamente. Vários outros projetos foram lançados no

mesmo, período, porém, sem a participação formal no programa governamental. Segundo Maurício Guedes, diretor do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia da Universidade Federal do Rio De Janeiro (Coppe), o conceito de parques científicos e de incubadoras de empresas foi disseminado mais amplamente no Brasil por volta de 1993. Entre os fatores que favoreceram essa difusão podem ser apontadas as mudanças no cenário econômico global e a idéia de que as empresas brasileiras precisavam ser mais competitivas em nível internacional, devendo-se, para isso, estimular a capacidade de inovação tecnológica”. (<http://www.comciencia.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

- Centro São Paulo Design (DECOMTEC), com base nos dados fornecidos por Ramos²:

“O Centro São Paulo Design, cuja sede localiza-se no IPT – Instituto de Pesquisa Tecnológica do Estado de São Paulo, foi lançado no dia 5 de novembro de 2001, resultante de um dos objetivos do protocolo de Cooperação assinado em 1995 pela então Secretaria da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo, no lançamento do “Programa São Paulo Design” – Fase 1, em parceria com a FIESP/CIESP e o Instituto de Pesquisa Tecnológica do Estado de São Paulo – IPT. Desde então o Centro São Paulo Design vêm dando continuidade às ações realizadas pelo antigo NDI – Núcleo de Desenho Industrial, além de estar em fase de estruturação e desenvolver atividades pertinentes no âmbito do design e prestando atendimento às demandas setoriais e pontuais; atividades estas que visam aumentar a competitividade dos produtos do Estado, através de uso do “conceito design”, aplicado não somente ao produto final ou a

² RAMOS, Renata de Souza. Secretaria do Centro São Paulo Design.

estética, mas principalmente á todo o processo produtivo, considerando os diversos elos da cadeia produtiva. Fase 2, em agosto de 2000, foi assinado o protocolo entre a Secretaria da Ciência , Tecnologia e Desenvolvimento Econômico – SCTDE, IPT, FIESC/CIESP, incluindo-se nesta fase o SEBRAE/SP. Em virtude das características que traçam o perfil do SEBRAE/SP – Serviço de Apoio ás Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo, o apoio ás ações relativas ao âmbito do design, tornou-se um elemento estratégico no atendimento das demandas do setor produtivo. Em dezembro de 1998 foi criado o Programa de Design, cujo foco era o de aumentar a competitividade dos produtos fabricados pelas MPE's do Estado de São Paulo, com o sucesso das diversas ações realizadas neste sentido pelo programa, em maio de 2002 foi criado o programa Via Design para atender a demanda nacional. Em agosto 2000, o SEBRAE/SP inclui-se como parceiro no “Programa São Paulo Design” – Fase 2 e em novembro de 2001 passa a ser parceiro do Centro São Paulo Design”. Conforme, Ramos²

² RAMOS, Renata de Souza. Secretaria do Centro São Paulo Design.

➤ Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL):

“O Instituto de Tecnologia de Alimentos é uma instituição de pesquisa e desenvolvimento e assistência tecnológica da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado de São Paulo. Missão pesquisa, desenvolvimento e assistência tecnológica industrial de alimentos em benefício da sociedade.

O Centro de Tecnologia de Carnes do ITAL, desempenha suas atividades em interagir a pesquisa científica com aplicação de seus resultados em processos industriais objetivando contribuir para o avanço da indústria brasileira de carnes. Seus atendimentos se estende a interessados a montar uma microempresa, consultoria às indústrias de médio e grande porte universidade e órgãos competentes da área”.
(<http://www.ital.org.br>, acesso em 30 de abril de 2002)

Ainda nesta mesma linha de considerações o ITAL mantém um programa de pesquisa que se quer aborda o assunto referente ao cultivo de Mexilhões e Ostras ficando uma lacuna no que se refere a novas tecnologias acerca do tema. Em função do que foi abordado acima, fica aparente a necessidade da criação de um Núcleo ou Centro de Referencia de Informação no setor de Mitilicultura e Ostreicultura já que no país não existe nada a esse respeito.

2.1.3.2 Rede SEBRAE

Costa e Abreu (1999) apontam que a Rede SEBRAE “coordenada por um unidade central do Serviço Brasileiro de Apoio às micro, pequenas e médias empresas – SEBRAE, em Brasília, está presente em todos os Estados da Federação, mediante 27 representações estaduais. Os balcões SEBRAE são parte da rede informatizada de atendimento à micro, pequenas e médias empresas, reunindo banco de dados sobre o mercado, tecnologia, crédito, legislação, meio ambiente, eventos, realizados no Brasil e no exterior, perfis de oportunidade de investimento. Convênio com TIPS (Sistema de Promoção de Informação Tecnológica e Comercial) têm permitido viabilizar serviços como “resposta técnica” fornecendo informações ou facilitando o entendimento sobre questões mais complexas, tanto para contatar especialistas e consultores”.

Ao referir-se ao SEBRAE Santos (1998) relata a experiência do SEBRAE/MT com uma satisfação muito grande a nível pessoal e acima de tudo a nível profissional em ter criado produtos que realmente tenham atendido as necessidades do empresariado local. Dessa forma, cumpre a sua missão que é informar.

Produtos criados por Santos (1998):

“Informural”: serviços de seleção e fornecimento de artigos veiculados nos meios impressos e eletrônicos. Periodicidade quinzenal, formato quadro moral.

“Alerta empresarial”: produto informacional de seleção, coleta e disponibilização de materiais veiculadas nos meios de comunicação impressos e eletrônicos. Periodicidade mensal, formato ofício A4, distribuição correios.

“Informação pontual”: produto informacional de seleção de materiais veiculadas nos meios de comunicação impressos e eletrônicos. Periodicidade semanal, formato ofício A4, distribuição correios ou FAX.

Santos (1998) salienta que através deste artigo há estímulo por parte de colegas de profissão para criarem produtos na área de informação para melhor atender o seu público alvo.

Paim (1998) afirma que “...a informação disponibilizada ou um sistema de informação, seria avaliada segundo atributos objetivos de excelência, tais como: validade, novidade, relevância, credibilidade, precisão, abrangência...”

Num mundo de tecnologias informacionais, o computador através de suas configurações aproxima os interesses de seus usuários à realidade de disponibilização da informação.

2.1.3.3 Rede SENAI

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial fornece informações aos pequenos e médios empresários em relação à consultoria, serviços técnicos de análises e testes laboratoriais, financiamento, tecnologia e processo de produção e gestão da qualidade. (SOUZA E BORGES, 1996)

2.1.3.4 Infovia CNI

Rede coordenada pela Confederação Nacional das Indústrias seus produtos e serviços encontram-se disponíveis pela Internet, tais como: “CNIDATA que é o conjunto de bases de dados disponíveis de computadores CNI, reunindo informações nas áreas de economia, negociações coletivas, acompanhamento legislativo, comércio exterior de interesse do setor industrial e terminologia padronizada”, segundo Costa e Abreu (1999).

2.1.3.5 Federação das Indústrias

A Federação da Indústrias é uma instituição prestadora de serviços de informação para negócios. Cabe ainda apontar que:

“Dentre os serviços de informações disponibilizados por Federações de Indústrias, também ressalta-se a atuação do TELEFIESC – Serviço de Informação Empresariais criado e mantido pela Federação de Industrias do Estado de Santa Catarina – FIESC, desde 1992. O TELEFIESC é um serviço de informações acessado, principalmente via telefone tarifado, porém também atende solicitações via fax e mais recentemente por e-mail. O TELEFIESC foi criado com objetivo de servir de canal de comunicação do seguimento empresarial, para acessar o serviços prestados pelas entidades que compõem o sistema FIESC, visando aumentar a competitividade e as oportunidades de negócios para as empresas nos mercados interno e externo”, afirmam Costa e Abreu (1999).

2.1.3.6 Rede CNI-Dampi

Costa e Abreu (1999) ressaltam que a “Rede CNI-Dampi, mantida pela CNI, desenvolve estudos setoriais, mercadológicos e sobre inovações tecnológicas, visando a apoiar o setor industrial nacional com produtos de informação editados pela unidade coordenadora”.

2.1.3.7 Universidades

Algumas universidades também oferecem serviços de informação para negócios, dentre estas destacam-se:

USP – Universidade de São Paulo;

- Disque tecnologia:

“Foi criado em setembro de 1991 como um **pronto socorro** para as micro e pequenas empresas, setor que, em geral, não possui condições próprias de pesquisa e desenvolvimento trata-se de um serviço viabilizado por parceria da USP com o SEBRAE – SP – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. Inicialmente, o Disque - Tecnologia contou com o apoio do Simpi – Sindicato da Micro e Pequenas Indústrias de São Paulo. A proposta do Disque tecnologia é disponibilizar para empresas empreendedoras a competência da USP para a solução de problemas específicos de natureza tecnológica ou de gestão. As solicitações da USP para a solução de problemas específicos de natureza tecnológica ou de gestão. As solicitações podem ser apresentados por carta, chamada telefônica, fax, e-mail, ou ainda, pessoalmente. O serviço já atingiu a marca de 15 mil atendimento. Atualmente, são recebidas 15 solicitações por dia das mais variadas regiões do país. Em média, as consultorias são concluídas em 10 dias. A estrutura do Disque - Tecnologia já inspirou a criação de serviços similares em 16 instituições no país e duas na Argentina”. (<http://www.cecae.usp.br/disque/>, acesso em 12 de abril de 2002)

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

- Consultoria para empresas construtoras: presta serviços de consultoria para empresas construtoras, tais como: organização da empresa em times para discussão e padronização de curso, palestras e textos explicativos, acompanhamento dos trabalhos, assessoramento da direção da empresa na definição do seu planejamento estratégico. (http://www.ufrj.br/cgi_bin/htsearch, acesso em 12 de abril de 2002)

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

- Ação Júnior – Consultoria dos alunos da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina Economia, Contabilidade, Administração e Serviço Social:
“É uma instituição civil sem fins lucrativos gerida por acadêmicos, que visam conciliar as teorias aprendidas em sala com a prática profissional. Em função disto, difere das demais empresas de consultoria, pois oferece valores bem mais acessíveis do que os operados pelo mercado, e assegura a qualidade dos projetos através da supervisão de professores especializados e a experiência de mais de 170 projetos. Ao afirmar um promissora parceria que proporcionará um projeto personalizado especialmente para o seu empreendimento, também se estará exercendo um papel importante no enriquecimento da nossa vida acadêmica”. (<http://www.acaojr.ufsc.br/clientes/servicos.htm>, acesso em 12 de abril de 2002)

- EMC Júnior – Engenharia Mecânica:

“Empresa Júnior de Engenharia Mecânica da UFSC é uma associação civil sem fins lucrativos que tem como objetivo prestar serviços a comunidade com intuito de aprimorar a formação dos alunos do curso. A empresa júnior é formada exclusivamente por alunos de graduação que contam com a orientação e apoio de professores de um dos maiores cursos de Engenharia Mecânica do país, de maneira a prestar serviços a comunidade e ao mesmo tempo incentivar o início dos alunos na prática empresarial. Tem como missão possibilitar aos seus membros as condições necessárias a aplicação prática de conhecimento teóricos através da extensão, prestando serviços de alta qualidade, preços acessíveis e prazos condizentes, às micros, pequenas e médias empresas em consultoria na área de engenharia mecânica”. (<http://www.emcjunior.ufsc.br>, acesso em 12 de abril de 2002)

- Nutri Jr. – Nutrição:

“É empresa de consultoria em nutrição da UFSC, administrada pelos estudantes e supervisionada por professores do curso de nutrição. A empresa oferece diversos projetos a restaurantes, bares, cozinhas industriais escolas, creches, academias e outros estabelecimentos preocupados com a boa alimentação e a saúde”. (<http://www.ufsc.br>, acesso em 12 de abril de 2002)

- CIMM – Centro de Informação Metal Mecânica:

“É o ambiente virtual de referencia para o setor metal mecânico brasileiro. Está disponibilizando de forma organizada, via internet, informações de interesse do setor, tornando-se, deste modo, um importante canal de comunicação para todos os seus usuários. O CIMM conta com o apoio de uma grande equipe de pesquisadores, técnicos da UFSC e colaboradores das instituições parceiras”. (<http://www.cimm.com.br/cimm.shtml>, acesso em 12 de abril de 2002)

2.1.3.8 Outras Instituições:

2.1.3.8.1 Associações Comerciais:

A federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina (FACISC) é credenciada pelos organismos oficiais para emitir certificados Mercosul/ALADI, disponibilizando os produtos e serviços aos associados do sistema.

A FACISC oferece os seguintes produtos e serviços:

- Sistema de Informações Restritivas (SINFOR): as Associações Comerciais e Industriais do estado de Santa Catarina têm a sua disposição um sistema de informações restritivas cadastrais de pessoas jurídicas de todo o país, com registros de cheques devolvidos, protestos, ações cíveis, falências, concordatas e consulta de cheques para pessoas físicas e jurídicas. (<http://www.fascisc.com.br>, acesso em 13 de abril de 2002)

- Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC): As Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina que operam com o SCPC integram o banco de dados nacional da Rede Integrada de Proteção ao Crédito (RIPC), através de um novo serviço oferecido pela FACISC o sistema permite aos usuários do Serviço SCPC uma conexão com o Serviço de Proteção ao Crédito, unificando e ampliando a base de dados para consultas de restritivos cadastrais de pessoas físicas, através da Internet. O SCPC existe há 50 anos para fornecer informações sobre vendas à crédito. O objetivo é possibilitar o empresário que opera com venda à crédito, empresas especializadas em crédito ao consumidor ou locação (com emissão de carnês, recebimento de cheques pré-datados, letras de câmbio, notas promissórias, contratos ou outras formas de financiamento), maior segurança em suas operações comerciais. Através de convênio com a Associação Comercial e Industrial de São Paulo (ACSP) mais de 40 associações comerciais e industriais de Santa Catarina já operaram com SCPC Certificados de Origem. (<http://www.fascisc.com.br>, acesso em 13 de abril de 2002)

- Projeto Empreendedor: Programa que visa fortalecer a micro e pequena empresa, contribuindo para aumentar sua competitividade e resultados. Através dos núcleos setoriais, que são grupos de trabalho dentro das Associações Comerciais, os empresários de atividades semelhantes discutem seus problemas comuns e buscam soluções em conjunto com apoio tecnológico e consultoria. Em 2001, o Projeto Empreender envolve 110 Associações Comerciais e Industriais em Santa Catarina, com participação de 5626 empresas de micro e pequeno porte. (<http://www.fascisc.com.br>, acesso em 13 de abril de 2002)
- Portal FACISC/UNIJURIS: A FACISC está oferecendo para seus filiados no estado uma parceira firmada com a Paradigma que possibilita transações comerciais e industriais de Santa Catarina. (<http://www.fascisc.com.br>, acesso em 13 de abril de 2002)

2.1.3.8.2 Empresas de consultoria

FTLD Consultants presta diversos serviços especializados para concessionárias de energia, gás e água. (<http://www.globalmvo.com>, acesso em 13 de abril de 2002)

A FTLD Consultants capacita empresas a oferecer contratos de desempenho na área de planos estratégicos, visão e metas, escolha e treinamento de profissionais, avaliações financeiras e modelagens, identificação de questões chaves para o projeto, avaliação de riscos, desenvolvimento de um portfolio de projetos, medições e controles à distância, análise e monitoramento energético, software especializado, avaliar novas oportunidades no uso de água e combustíveis, análises e soluções específicos ao cliente, entender e modelar as escolhas do cliente, medir a satisfação do cliente, desenvolver perfis de consumidores, medir participação no mercado, avaliar o mercado e situação competitividade, programas piloto, marketing de massa, treinamento e orientação para marketing, avaliação do impacto das reformas estruturais no setor elétrico.

2.1.3.8.3 Programas de televisão voltados para a programação rural e para micro e pequenos empresários

No final da década de 70, a agricultura brasileira estava em evidência. As fronteiras agrícolas se expandiam com a domesticação dos cerrados para o moderno cultivo de grãos. Novos produtos, principalmente soja e laranja, entravam na pauta de exportações.

Naqueles tempos, a eletrificação rural teve um impulso considerável. O alcance do sinal de televisão também estava em expansão. O homem do campo entrava no mundo dos telespectadores, mas não havia na programação das redes um produto onde ele e sua atividade fossem os personagens principais. Surge, então, neste cenário a TV Globo que foi a pioneira com programação voltada ao campo a seguir vieram a TV Magazine, TV Educativa, TV Gazeta, TV Anhanguera, entre outras. (<http://www.redeglobo.com/globorural>, acesso em 13 de abril de 2002)

Em 2001, o Programa Pequenas Empresas Grandes Negócios completou 12 anos de experiência na TV. Este programa vai ao ar aos domingos de manhã pela Rede Globo atualmente também no Canal Futura, Globonews. Constitui-se em uma importante fonte de referência para uma especial parcela da economia nacional os micro e pequenos empresários. Foi criado o Portal do Pequeno Empresário, que investiu seu know-how para oferecer, além das informações Programas Pequenas Empresas Grandes Negócios uma série de outros conteúdos e serviços importantes à formação e ao trabalho do pequeno empreendedor, entre eles, notícias, cursos à distância, classificados e banco de currículos. O Facilitador de Negócios é um ambiente onde empreendedores apresentam produtos e serviços. Um ponto de encontro que agiliza o contato e a realização de negócios. (http://www.redeglobo5.globo.com/home_pegn, acesso em 13 de abril de 2002).

É importante ressaltar que a grande maioria destes serviços de informação são de pesquisa bibliográfica, principalmente para usuário de formação superior. O desafio está justamente em identificar e caracterizar produtos e serviços de informação com tudo que a tecnologia nos oferece hoje, voltado ao setor de mitilicultura e ostreicultura com a missão de atender as necessidades informacionais do cliente.

2.2 Mtilicultura, ostreicultura, problemas e o desenvolvimento econômico das comunidades pesqueiras

No Brasil, o mexilhão tem várias denominações, porém, em Santa Catarina, marisco é o mais conhecido. (POLI, 1998)

O Instituto de Biociências da USP implementou em 1960, o programa *mytilus* que encerrou-se em 1969. Mais tarde outros projetos foram desenvolvidos no mesmo instituto, desvinculados do Programa *Mytilus*. É preciso ressaltar que nesta época não havia o propósito de cultivo e os estudos eram voltados para os aspectos biológicos e fisiológicos. (POLI, 1998)

O cultivo de mexilhões na região Sul foi implantado no período de maio de 1973 a agosto de 1974, com a instalação de um cultivo experimental em mar aberto no litoral de Tramandaí no Rio Grande do Sul, através da construção de estruturas de bambú para coleta de *spats*. Infelizmente, o projeto foi encerrado devido às dificuldades de se trabalhar nas condições marinhas do litoral gaúcho. Em outras regiões brasileiras já vinham sendo realizados há mais tempo estudos sobre moluscos. (POLI, 1998)

A pesquisa com mexilhões em Santa Catarina iniciou-se no Laboratório de Mexilhões (LAMEX), vinculado aos Departamentos de Aquicultura e de Biologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Os primeiros trabalhos em Santa Catarina foram iniciados em 1971. Há registros de cultivos no estuário do Rio Ratonés e Ilha de Santa Catarina. A Associação de Crédito e a Assistência Pesqueira de Santa Catarina (ACARPESC) mantiveram esses cultivos por um curto período.

No final da década de 80 a Universidade Federal de Santa Catarina(UFSC), Empresa de Pesquisa, Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina(EPAGRI) e a Associação de Crédito e a Assistência Pesqueira de Santa Catarina (ACARPESC) tornaram a difundir o cultivo de mexilhões nas comunidades, dando início da atividade pesqueira no litoral catarinense. Em vista disto mais produtores aderiram a atividade, logo o cultivo tornou-se a principal renda das famílias.

Dados da FIPERJ/IP-SP de 1989, citados por Poli (1998), indicam o cultivo de mexilhões, o preferido pelo empresário, uma vez que seu manejo é mais simples que o da ostra e os custos para início das atividades também são menores.

A literatura ressalta que a experiência adquirida desta atividade deixaria claro que para o Brasil o cultivo de moluscos acabaria se firmando devido ao seu ambiente marinho.

O cultivo de ostras é uma atividade recente no Brasil. (POLI, 1998)

Oficialmente, a ostreicultura iniciou-se no Brasil em 1973, com a publicação do relatório “A ostra de Cananéia e seu cultivo”, elaborado pelo japonês Takeshi Wakamatsu. Projetos experimentais com a ostra nativa *Crassostrea rhizophorae* foram realizados nos Estados de São Paulo, Paraná, Pernambuco, Bahia e novamente em Santa Catarina. (POLI, 1998)

Em 1972, a Universidade Federal da Bahia, no Instituto de Biologia iniciou um projeto de cultivo – Bioecologia da ostra, em Jurubatuba – Canal de Itaparica. Foi o primeiro cultivo de interesse comercial com *crassostrea rhizophorae*. (POLI, 1998)

No Rio de Janeiro em 1974 tentou-se cultivar molusco na região de Cabo Frio. “Os primeiros organismos vem da Grã-Bretanha e são cultivados. Não se sabe porque a espécie foi importada. A finalidade era formar um banco natural para aumentar a renda dos pescadores artesanais. O que não foi um sucesso porque não ocorria desova no ambiente”. (<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

Outro aspecto que deve ser levantado é que a maioria destes projetos teve curta duração, por falta de recursos financeiros e também por não envolver a comunidade de pescadores. (POLI, 1998)

“Em 1975, o Instituto de Pesca de São Paulo trouxe sementes da mesma espécie do **Oyster Reserarch Institute of Sendai, Japão**”. (<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

“Em 1981, o Instituto de Biologia da Universidade da Bahia, importou sementes de **Crassostrea gigas** e também a **Crassostrea gigas** variedade **Kumamoto do Ministry of Agricultur Fisheries and Food, Fisheries Experiment Station, Conway, North Wales**”, segundo Ramos citado por Poli, 1998.

Em 1985, o Departamento de Aquicultura da UFSC, em Santa Catarina, viabilizou o retorno do cultivo de ostras, com o chamado “Projeto Ostras”. Verificou-se, através de estudos, o potencial das águas da Baía Norte do município de Florianópolis, pois ofereciam para o cultivo de ostra japonesa, melhores condições de que com a ostra nativa que não foram animadores por causa das baixas taxas de crescimento obtidas. (POLI, 1998)

Através de órgãos financiadores de pesquisa, instituições oficiais e convênios com instituições internacionais, foi construído um laboratório, localizado na Praia de Sambaqui no município de Florianópolis, em sistema de condomínio entre a comunidade pesqueira artesanal e a UFSC. Assim começou a produção de sementes de ostra japonesa em águas catarinenses. (POLI, 1998)

Devido o interesse de novos produtores no cultivo de ostras a produção aumentou, fazendo-se necessária a ampliação das instalações na década de 90. Sendo assim, foi inaugurado em agosto de 1995 um novo laboratório na Barra da Lagoa no município de Florianópolis, com área física de 1000m² (mil metros quadrados). A edificação do “Laboratório de Cultivo de Moluscos Marinhos”, só foi possível através do apoio da Universidade de Victoria – Canadá, do Programa CIDA-EIP – Canadá, da UFSC e da Fundação ao Amparo a Pesquisa e Extensão Universitária (FAPEU). A finalidade desse laboratório é produzir sementes de ostra japonesa, propiciar atividade alternativa e estimular uma nova atividade econômica no litoral de Santa Catarina. O laboratório visa a execução de pesquisas para o desenvolvimento sustentado e racional desta atividade, gerando novas tecnologias nas condições dos mares da nossa região. (POLI, 1998)

2.2.1 Mitilicultura: conceitos, características, cultivo, assistênica técnica e comercialização

- Conceito: é o cultivo de mexilhões.
- Outras denominações: mariscos, ostra-de-pedra ou sururu. (ROSA, 1997)
- Caracterização:
 - A condição legal do cultivo é de pessoa física, não havendo à pessoa jurídica; (ROSA, 1997)
 - Locais de cultivo, na baía norte e sul da ilha de Santa Catarina, com profundidades entre 2 e 3 metros, e sistemas de cultivo variados; (ROSA, 1997)
 - As sementes são obtidas para cultivo de duas maneiras: por estoques naturais e por captação através de coletores artificiais, raspagem das estruturas ou reaproveitamento das cordas. (ROSA, 1997)

➤ Tipo de cultivo:

- Norte e sul da ilha de Santa Catarina e Enseada de Brito predominam o tipo suspenso-fixo; (ROSA, 1997)

- Nas localidades de Ganchos de Fora e Canto Grande o tipo instalado é o **long-line** ou espinhel. (ROSA, 1997)

➤ Assistência técnica:

- A EPAGRI e a UFSC são os órgãos responsáveis pela assistência técnica e o grau de satisfação dos mitilicultores quanto a assistência é de boa a regular. (ROSA, 1997)

➤ Comercialização:

Existem três enfoques quanto a comercialização, tais como:

- Forma de comercialização:

“...processo pelo qual o produto passará até chegar as mãos do consumidor. Para moluscos podemos identificar conservação e processamento, onde dentre muitas formas de comercialização existentes apenas duas são utilizadas no estado: Mariscados (com a concha) e Desmariscados (sem a concha ou **miolo**), ficando por conta dos estabelecimentos as diferentes formas de apresentação. Os mariscos mais comercializados são do tipo desmariscados, superando os mariscados”.
(<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso 15 de abril de 2002)

- Mercado:

“Para a introdução do produto no mercado é levado em consideração dois aspectos fundamentais: tamanho da concha e aspecto interno do mexilhão, sendo o segundo de maior relevância já que a maior parte da comercialização, no estado, se dá na forma desmariscado. Apesar da representativa produção o estado de Santa Catarina ainda não alcançou auto-suficiência para exportar sua colheita e atender o mercado externo”. (<http://lcmm.ufsc.br>, acesso 15 de abril de 2002)

- Preço:

“Os preços praticados, segundo os produtores, são determinados primeiramente pelo mercado, pelo comprador e/ou pela associação. A venda do produto em 71,07% dos é realizada de forma direta entre produtores e consumidor/comerciante; em 35,54% para intermediário e 3,31% procedem a venda coletiva por meio de cooperativas. Os preços médios praticados pelos produtores são R\$ 0,50 a 1,00 e R\$ 3,50 a 5,00 para mexilhões mariscados e desmariscados, respectivamente”.
(<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

2.2.2 Ostreicultura: conceitos, características, cultivo, assistência técnica e comercialização

- Conceito: é o cultivo de ostras.
- Outras denominações: ostra de mangue (cultivada no Caribe), a ostra japonesa ou do Pacífico (transportada por diversas partes do mundo), ostra norte-americana (cultivada nos Estados Unidos), ostras portuguesas (cultivadas em Portugal), ostra plana europeia (cultivada em diversos países da Europa), ostra plana Chilena (cultivada no Chile), ostra plana do Pacífico (cultivada na região Indo-Pacífica). (SILVA, 1998)
- Caracterização:
 - As sementes de **C. Gigas** são produzidas em laboratórios. No Brasil, pelo LCMM/UFSC e SOSTRAMAR em Cananéia/SP. (SILVA, 1998)
 - As ostras são colhidas através de catação manual (região de variação de maré) ou por meio de dragas, o cultivo mais usado em todo mundo. (SILVA, 1998)
- Tipos de cultivo:
 - O sistema suspenso apresenta três tipos de cultivo espinhel (mais conhecido por **long-line**) serve para cultivar moluscos de região mais aberta e profundas (baías e enseadas e inclusive mar aberto), balsa é o conjunto de bóias e armações de madeira mantido sobre a superfície da água, e mesa é um conjunto de estacas ou postes cromados no leito da água e ligados entre si também por madeira, de forma a manter as ostras suspensas no volume d'água. (SILVA, 1998)

➤ Assistência técnica:

- A EPAGRI e a UFSC são os órgãos responsáveis pela assistência técnica.

Os ostreicultores estão satisfeitos com a prestação de serviços.

(<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

➤ Comercialização:

- Forma de comercialização:

“A única forma de comercialização praticada pelos produtores é a comercialização da ostra in natura, ou seja, ostra viva na concha, ficando a apresentação da ostra em diferentes formas a cargo dos restaurantes que as adquirem”. (<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

- Preço:

“O preço da ostra (na concha) recebida pelos produtores na região de Florianópolis, durante o verão, varia entre R\$ 3,50 a R\$ 5,00 a dúzia, com um custo de produção estimado entre R\$ 2,00 e R\$ 2,50. Já o preço das sementes varia conforme o tamanho, ficando entre R\$ 11,40 e R\$ 15,65 (tamanho 3 e 6, respectivamente)”. (<http://www.lcmm.ufsc.br>, acesso em 15 de abril de 2002)

2.2.3 Problemas dos mitilicultores e ostreicultores

Os principais problemas enfrentadas pelos mitilicultores e ostreicultores são:

a) Aquisição de materiais;

b) Assistência técnica;

c) Qualidade da água;

d) Obter o SIF – Serviço de Inspeção Federal;

e) Financiamentos;

f) Abandono de estruturas de cultivo no mar, pois quando não há sucesso por falta de incentivo financeiros costuma ocorrer o abandono do cultivo. (ROSA, 1997)

2.2.4 Desenvolvimento Sustentável das Comunidades Pesqueiras em Santa Catarina

No primeiro artigo da Agenda 21 (1997) lê-se que:

“A humanidade se encontra em um momento de definição histórica. Defrontamo-nos com a perpetuação das disparidades existentes entre as nações e no interior delas, o agravamento da pobreza, da fome, das doenças e do analfabetismo, e com a deterioração contínua dos ecossistemas de que depende o nosso bem estar. Não obstante, caso se integrem as preocupações relativas a meio ambiente e desenvolvimento e a elas se dedique mais atenção, será possível satisfazer às necessidades básicas, elevar o nível de vida de todos, obter ecossistemas melhor protegidos e gerenciados e construir um futuro mais prospero e seguro. São metas que nação alguma pode atingir sozinha; juntos, porém, podemos, em uma associação mundial em prol do desenvolvimento sustentável”.

Também Arana (1999) ao analisar o relatório Brundtland aponta que “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades”.

Ainda nesta mesma linha de considerações deve-se mencionar que para Sachs (2002) os critérios de sustentabilidade são os seguintes: social; cultural; ecológico; ambiental; territorial, econômico, política (nacional); política (internacional).

Sejenovich e Panário (1996) citado por Machado (1998) apontam que o objetivo primordial do desenvolvimento sustentável “... é elevar a qualidade de vida, mediante a maximização a longo prazo do potencial produtivo dos ecossistemas, através de tecnologias adequadas a estes fins, e mediante a ativa participação das populações nas decisões fundamentais ao desenvolvimento...”

Arana (1999) afirma que: a FAO definia o desenvolvimento sustentável como:

(...) “o manejo e conservação da base de recursos naturais e a orientação de uma mudança tecnológica e institucional de tal forma que se assegure a satisfação continuada das necessidades humanas presentes e das futuras gerações. Tal desenvolvimento (na agricultura, floresta e setor pesqueiro). Deve conservar a terra, a água, os recursos genéticos animais e vegetais, ser ambientalmente não degradador, tecnologicamente apropriado, economicamente viável e socialmente aceitável FAO – Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura, 1998”.

No ano de 1996, em Brasília discutiram em reunião o Programa Nacional de Desenvolvimento da Aqüicultura, onde foram traçados alguns planos estratégicos para o desenvolvimento de um modelo de gestão participativa entre grupos, instituições atuantes em bacias hidrográficas e zona costeira. (ARANA, 1999).

As estratégias delineadas para a realidade do país foram:

- “Regulamentar a atividade aquícola;
- Promover o desenvolvimento de pesquisas que venham gerar conhecimentos necessários a viabilização técnica econômica, social e ambiental da aquíicultura;
- Desenvolver processos de parceria intra e interinstitucional que viabilizem a desconcentração e descentralização do processo de gestão da aquíicultura;
- Apoiar o desenvolvimento da aquíicultura nacional estimulando a geração de seus insumos básicos, extensão e linhas de créditos;
- Difundir técnicas e conhecimentos de aquíicultura através do ensino e do treinamento, de modo a aplicar a disponibilidade da mão-de-obra especializada (nível médio e superior para o setor);
- Utilizar as bacias hidrográficas e os parques aquícolas (marinhos e continentais) como unidades de planejamento para o desenvolvimento da aquíicultura”. (ARANA, 1999)

No estado de Santa Catarina há o Projeto Desenvolvimento Sustentado da Produção de Moluscos estando em andamento o sub projeto “Sistema de Ordenamento do Litoral para o Cultivo”. A Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão

Rural de Santa Catarina, UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina, UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí, LACEN – Laboratório Central e FATMA – Fundação de Amparo a Tecnologia e Meio Ambiente são as instituições atuantes neste projeto.

Desta forma, os pescadores foram estimulados a organizarem-se em grupos pelas instituições, uma vez que seus objetivos são comuns. Pensaram primeiro em cooperativas mas houve resistência pois já haviam passado por experiências mal sucedidas e a formação de associações obteve maior aceitação. Desta forma, as associações foram surgindo à medida que formaram-se grupos de maricultores nas comunidades.

Em função da constante preocupação com o uso racional dos estoques naturais de mexilhões, foi criado um projeto para conhecimento e estudo desses locais em Santa Catarina, com o objetivo de fornecer dados sobre o manejo sustentado.

Por causa da implantação dos projetos, foram ministrados cursos que ocorreram periodicamente com o objetivo de reciclar profissionais ligados à área.

Através do Projeto Desenvolvimento Sustentado da Produção de Moluscos onde incluem-se os sub-projetos: questões sobre fruto da análise de necessidades para o setor, problemas ambientais, controle de qualidade da água e do produto, obtenção de sementes, profissionalização e associações são os assuntos de maior relevância para as instituições envolvidas em aquicultura.

2.3 Comunidades Pesqueiras em Santa Catarina

Na década de 60 e com a BR 101 asfaltada, as comunidades pesqueiras descaracterizaram-se, tornando-se residências para veraneio e moradia de populações citadinas.

As áreas à beira mar valorizaram-se mais e com isto os pescadores perderam as suas áreas e o acesso a elas ficou cada vez mais reduzido.

Atualmente, alguns pescadores artesanais contam com um condomínio para guardar suas embarcações e seu material de pesca, outros colocam suas embarcações ancorados próximos à praia.

Em Santa Catarina, as comunidades pesqueiras trabalham com a pesca do camarão na Baía Norte de onde alguns pescadores e pessoas que não trabalhavam com a pesca, começaram a desenvolver o cultivo de ostras e mexilhões.

Os mexilhões têm sido fundamentais no desenvolvimento do cultivo de moluscos, uma vez que os produtores preferem iniciar suas atividades como maricultores com esta espécie.

É importante reconhecer que a maior parte das comunidades pesqueiras são de origem portuguesa e preservam ainda técnicas utilizadas antigamente. A pesca é feita artesanalmente, sendo que, o trabalho é desempenhado por uma pessoa e/ou em parcerias.

A comunidade pesqueira tem acompanhado o declínio desta atividade em função da urbanização das praias, a especulação imobiliária e a depredação do ecossistema. Para contribuir mais ainda com a queda da pesca o intermediário absorve a maior parte do lucro, ficando ao pescador apenas o suficiente para manutenção da família e algumas vezes isso sequer cobre as despesas.

É um grande desafio desenvolver a pesca artesanal, são poucas as experiências que resultam no aumento da produção sem riscos de afetar o equilíbrio, do meio ambiente, que trazem melhoria das condições de vida dos pescadores, que proporcionam melhor organização, além da possibilidade de trabalho para novos pescadores. O exercício da profissão tornou-se difícil pelos fatores já citados anteriormente, o que leva muitas famílias a ir em busca de outras alternativas profissionais, com o objetivo de aumentar a renda familiar, inclusive com a participação das esposas. Pais e filhos têm consciência de que estudar e ir em busca de outras profissões resultaria em melhores condições de vida, mas a resistência ainda ocorre, tendo em vista a necessidade de auxílio na atividade familiar e mesmo dando continuidade a tradição da atividade pesqueira por muitas gerações.

O que fica claro é que os que saíram da atividade pesqueira acham-se frustrados, os que permaneceram dizem que com todos os problemas e dificuldades gostam do que fazem.

2.3.1 Comunidades Pesqueiras de Mexilhões e Ostras em Santa Catarina

Em Santa Catarina as comunidades pesqueiras que tem se destacado no cultivo de mexilhões e ostras são: Ribeirão da Ilha, Cacupé, Sambaqui, Santo Antonio de Lisboa, Enseada de Brito/Palhoça, Ganchos de Fora/Governador Celso Ramos, Canto Grande/Bombinhas.

A seguir, apresenta-se uma breve descrição de cada uma destas comunidades.

a) Ribeirão da Ilha (Fig. 1, Loc. 1), p.60.

Comunidade: uma das primeiras em Florianópolis, situada ao sul da Ilha de Santa Catarina, fundada em 1748. (<http://www.guiafloripa.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002)

Colonização: Açoriana; (<http://www.guiafloripa.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002)

Arquitetura: do século XVIII; (<http://www.guiafloripa.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002)

Atividade econômica: pesca, agricultura e renda de bilro; (ROSA, 1997)

Renda Familiar: comércio (de pequeno porte), pesca, maricultura, funcionalismo público, inclusive com algumas estruturas públicas funcionando na própria comunidade; (ROSA, 1997)

Infra-estrutura: transporte coletivo, sistema educacional de pré-escola e 1º grau, bares, armazéns, sistemas de telefonia, luz, transmissão de televisão e abastecimento de água, cartório, intendência que representa a Prefeitura Municipal, delegacia de Polícia e postos de saúde; (ROSA, 1997)

Centro Social Urbano: oferece cursos de datilografia, trabalhos com clubes de mães, grupos de idosos, jovens, além de assistência médica-odontológica;

(ROSA, 1997)

Atividade Social e Cultural: Clubes locais, festas religiosas e folclore com o Boi-de-mamão, etc.; (ROSA, 1997)

Por motivo da redução das atividades econômicas tradicionais parte da população do Ribeirão da Ilha está migrando para o centro em busca de emprego. Por outro lado mais e mais pessoas de outras localidades vem para o Ribeirão da Ilha em busca de sossego. (ROSA, 1997)

Dessa forma, a população que 1980 era dita como rural, em 1991 passou a ser urbana em torno de 66% confirmado pelo censo do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (ROSA 1997)

Com a maricultura, a comunidade do Ribeirão da Ilha, integrou-se ao setor um número considerado de pessoas, dentre as quais pescadores artesanais, que vem implantando sistemas de cultivo de ostras e de mexilhões em áreas marinhas da região. (ROSA, 1997)

b) Cacupé, Sambaqui e Santo Antonio de Lisboa (Fig. 1, Loc. 2), p.60.

Estas comunidades estão localizadas na Ilha de Santa Catarina.

São comunidades próximas. A mais distante é Sambaqui que fica uns 18 Km do Centro de Florianópolis. (ROSA, 1997)

- Comunidade: fundada em 1750 (<http://www.an.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002);
- Colonização: Açoriana (ROSA, 1997);
- Arquitetura: do século XVIII (<http://www.an.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002);
- Economia: pesca artesanal e agricultura. (ROSA, 1997)

c) Enseada de Brito/Palhoça (Fig. 1, Loc. 3), p.60.

Comunidade: fundada 1651, por Domingos de Brito Peixoto (Paulista), em 1894 transformou-se em distrito pertencente ao município de Palhoça, localiza-se à 14 Km da capital; (ROSA, 1997)

Colonização: Açorianos, Madeirenses, Italianos e Alemães; (ROSA, 1997)

Arquitetura: do século XVII; (<http://www.guiaph.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002)

Economia: agricultura, pesca, pecuária, comércio variado e indústria, turismo; (ROSA, 1997)

Renda Familiar: comércio, pesca, maricultura, funcionalismo público;

(ROSA, 1997)

Infra-estrutura: rede de ensino pré-escolar, 1º, 2º e 3º graus completos, bibliotecas públicas, grupos de assistência social e clubes recreativos, telefonia, correios, transportes coletivos, água, luz, assistência médica. (ROSA, 1997)

Atividade Social e Cultural: festas religiosas e folclore comuns a região açoriana; (ROSA, 1997)

Nesta região existe ainda uma fonte termal. (ROSA, 1997)

d) Ganchos de Fora/Governador Celso Ramos (Fig. 1, Loc. 4), p.60.

Comunidade: fundada em 1914, pertence ao município de Governador Celso Ramos; (ROSA, 1997)

Colonização: Açoriana;

Arquitetura: do século XX;

Economia: pesca, turismo, comércio pequeno, maricultura; (ROSA, 1997)

Renda familiar: pesca, turismo, comércio; (ROSA, 1997)

Infra-estrutura: transporte coletivo, telefone rádio, televisão, posto de saúde, ensino 1º grau; (ROSA, 1997)

Atividade Social e Cultural: festa religiosas e folclore da região dos açores. (ROSA, 1997)

e) Canto Grande/Bombinhas (Fig.1, Loc. 8), p.60.

Canto Grande pertence ao município de Bombinhas. (ROSA, 1997)

Comunidade: fundada em 1817 na Vila Ericeira; (ROSA, 1997)

Colonização: Açoriana; (ROSA, 1997)

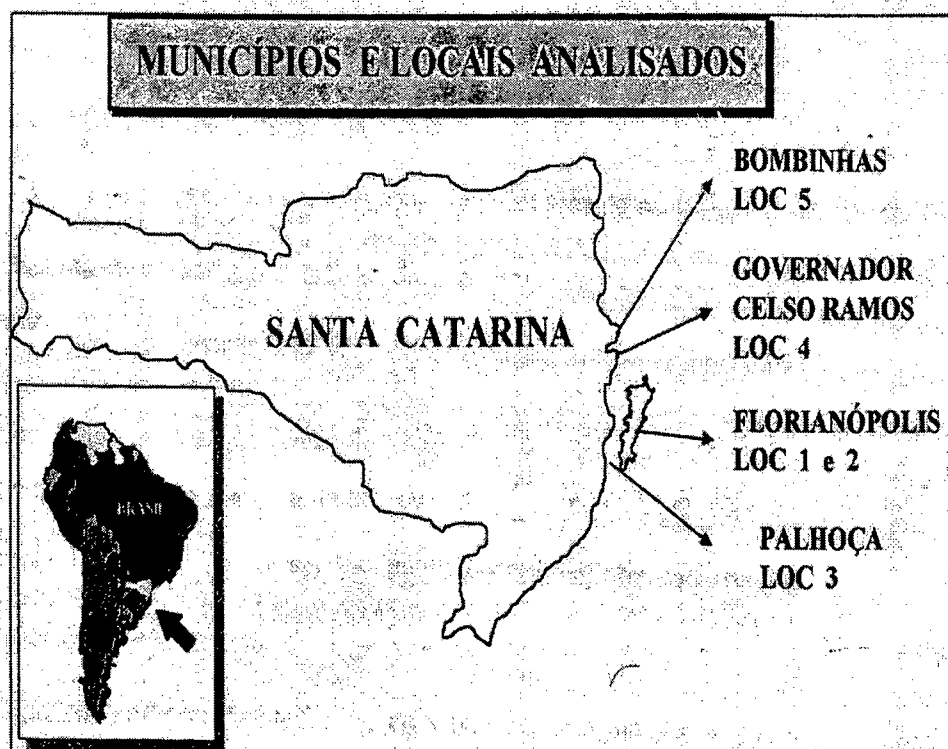
Arquitetura: do século XIX;

Economia: agricultura, pesca artesanal do camarão, maricultura, turismo, comércio, bares e hotéis; (ROSA, 1997)

Renda Familiar: agricultura, pesca, maricultura e turismo; (ROSA, 1997)

Infra-estrutura: transporte coletivo, telefone, rádio, televisão, delegacia de polícia, pré-escolar, ensino de 1º grau e postos de saúde. (ROSA, 1997)

FIGURA 5: Localização das comunidades pesqueiras de mexilhões e ostras em Santa Catarina.



Fonte: Rosa (1997)

2.4 Considerações Gerais

A informação é a base do desenvolvimento das nações, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento científico e tecnológico. Na verdade, a informação prende-se à organização, disseminação e no uso do conhecimento como recurso para gerar novos conhecimentos na melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Em qualquer setor produtivo é preciso informação e tecnologia para manter-se competitivo no mercado. No setor pesqueiro através de estudos e apoio das instituições de ensino superior; órgãos federais, estaduais e municipais; entidades privadas e organizações não governamentais a mitilicultura e a ostreicultura em Santa Catarina vem se desenvolvendo mais a cada dia, pois os produtores entenderam que além do seu saber tradicional é preciso acompanhar as inovações tecnológicas.

O capítulo a seguir mostra os procedimentos metodológicos aplicados à pesquisa para que o real sentido do estudo seja atendido.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos propostos nesse estudo, e com base na fundamentação teórica-empírica, foram estabelecidos os seguintes procedimentos metodológicos: definição das questões de pesquisa, caracterização da pesquisa, delimitação da pesquisa: (população e amostra); definição constitutiva de termos e variáveis; dados (técnicas, instrumentos de coleta e análise de dados) e limitações da pesquisa.

3.1 Questões de Pesquisa

Face ao exposto emerge uma questão principal a qual norteará a presente pesquisa:

3.1.1 Questão principal

Quais os produtos e serviços de informação para negócios que atendem às necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina?

3.1.2 Questões secundárias

Quais as características dos mitilicultores e ostreicultores e seu ambiente de negócio?

Quais as suas necessidades de informação quanto ao tipo de informação e assunto?

Quais as fontes de informação existentes?

Quais os produtos e serviços de informação existentes que estas comunidades utilizam?

Quais os produtos e serviços de informação que estas comunidades utilizariam?

3.2 Caracterização da Pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório, descritivo de cunho quanti-qualitativo, onde procurou-se priorizar a experiência dos sujeitos.

Pesquisa exploratória pelo fato de buscar familiarização do assunto nas comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura. O estudo é do tipo descritivo, já que o pesquisador "... procura conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la" (Ruddio, 1989). É de cunho quanti-qualitativa porquê através de observação direta utilizou-se a entrevista com questões fechadas e abertas. Procura-se estudar os produtos e serviços de informação para negócios que atendem às necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina.

"No método quantitativo a validade interna pode ser assegurada pela identificação, justificando-se sua relação com os conceitos que serão medidos, enquanto que no método qualitativo, o pesquisador obtém "medições" que apresentam maior validade interna, pois as observações não estruturadas permitem conhecer detalhes que instrumentos estruturados (questionários) não podem obter". (RICHARDSON, 1999).

A delimitação e a formulação do problema partiram da constatação da pesquisadora, dos mitilicultores e ostreicultores de que a informação que necessitam não está organizada adequadamente para qualificar seu negócio.

3.3 Delimitação da Pesquisa: População e Amostra

A população deste estudo foi constituída por comunidades pesqueiras da região da grande Florianópolis, sendo selecionadas para a aplicação da entrevista, membros das comunidades pesqueiras do Ribeirão da Ilha (Sul da ilha) que são associados da Associação dos Maricultores do Sul da Ilha (AMASI) e das comunidades de Cacupé, Sambaqui, Santo Antônio de Lisboa (Norte da ilha) que são associados da Associação dos Maricultores do Norte da Ilha (AMANI) totalizando 216 (duzentos e dezesseis) associados sendo que, 120 (cento e vinte) associados da AMASI e 96 (noventa e seis) associados da AMANI. É importante esclarecer que a escolha das comunidades

pesqueiras da região da Grande Florianópolis foi em função de que a pesquisa não obteve financiamento por nenhum programa de bolsa de estudo. Os presidentes das associações colocaram-se à disposição da pesquisadora e por apresentarem as mesmas características das outras comunidades da citada região quanto a:

- Tipo de comunidade;
- Tipo de infra-estrutura;
- Tipo de colonização;
- Tipo de economia.

A amostragem foi do tipo intencional definida em função dos elementos constitutivos do fenômeno, no conjunto do universo pesquisado, selecionada de acordo com critérios preestabelecidos, relacionado a seguir:

- a) Ser pescador artesanal e/ou microempresários da pesca;
- b) Ser membro da Associação de Maricultores;
- c) Ter disponibilidade para participar da pesquisa;

Para a aplicação da entrevista foram selecionados 90 (noventa) sujeitos seguindo os critérios de seleção citados acima para compor a amostra intencional. Os entrevistados representam 41,67% da população em estudo.

“Os elementos relacionam-se de acordo com certas características estabelecidas no plano e nas hipóteses formuladas pelo pesquisador. Se o plano possuir características que definam a população, é necessário assegurar a presença do sujeito-tipo. Desse modo, a amostra intencional apresenta-se como representativa do universo. Entende-se por sujeitos-tipos aqueles que representam as características típicas de todos os integrantes que pertencem a cada uma das partes da população”. (RICHARDSON, 1999).

3.4 Definição Constitutiva de Termos e Variáveis

Nesta pesquisa foram utilizados os seguintes termos:

Comunidades pesqueiras – São comunidades de pescadores artesanais nativos da região, que moram, vivem e mantêm sua família através da pesca.

Fontes de informação – São fontes de pesquisa. Através das fontes de informação o cliente pode obter informação tecnológica, informação científica, informação em ciência e tecnologia, informação para a indústria e informação industrial.

Informação científica – “É todo conhecimento que resulta ou está relacionado com o resultado de uma pesquisa científica”. (Aguiar, 1991)

Informação em ciência e tecnologia – “Este termo é empregado para englobar as informações que além de cumprirem as funções relacionadas como específicas da informação científica ou da informação tecnológica, servem ainda para cumprir e apoiar a atividade de planejamento e gestão em ciência e tecnologia” (Aguiar, 1991).

Informação para a indústria, ou informação industrial – “Conjunto de conhecimentos que servem para fornecer parâmetros para a comparação do desempenho industrial em nível nacional e internacional, subsidiando, assim, formulação de políticas e a alocação de investimentos públicos e privados, sendo usada para analisar as operações industriais segundo as metas definidas para a evolução sócio-econômica” (Aguiar, 1991).

Informação tecnológica – “É todo conhecimento de natureza técnica econômica, mercadológica, gerencial, social, etc. que, por sua aplicação, favoreça o progresso na forma de aperfeiçoamento” (Aguiar, 1991).

Necessidades de informação, ou necessidades informacionais – É a busca da informação para solucionar dúvidas. O cliente ao solicitar a informação deve obter a sua resposta de acordo com seu interesse, usando meios e linguagem familiar a ele. Deve-se dar ao cliente uma orientação sobre como transformar a informação em resultado prático.

Serviços de informação para indústria – É o serviço de informação voltado ao setor industrial que melhor atende as necessidades da empresa no que diz respeito à inovação tecnológica, produtos e serviços, processos, entre outros. (ARAÚJO, FREIRE e MENDES, 1997).

Serviços de informação para negócios – Abell citado por Borges e Carvalho (1998), “define uma estratégia básica que consiste, inicialmente, em identificar necessidades, promover meios confiáveis de captação e manipulação dessas informações, bem como promover o acesso à informação, tanto para *staff* que planeja quanto para o operacional”.

3.5 Dados: Técnicas, Instrumentos de Coleta, Análise e Interpretação dos Dados

A coleta de dados foi desenvolvida por meio de entrevistas semi-estruturadas e observação direta no ambiente de pesquisa. Segundo Gil (1999), “a entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação”.

Os procedimentos utilizados para análise e coleta de dados dessa pesquisa foram: observação direta, relatos de experiências, análise de conteúdo e entrevistas semi-estruturadas.

Na análise de dados utilizaremos tabelas para a observação dos resultados.

A interpretação dos dados foi efetuada junto com a análise. Segundo Gil (1999) a análise e interpretação são dois processos que, “apesar de conceitualmente distintos, aparecem estreitamente relacionados”.

3.6 Limitações da Pesquisa

A pesquisa apresenta limitações em função do tipo de estudo, técnicas de obtenção dos dados e do tipo de amostra.

Os procedimentos adotados para reduzir o impacto das limitações encontradas foram, segundo Gil (1999):

- Não exigir que o entrevistado saiba ler e escrever;
- Possibilitar a obtenção do maior número de respostas;
- Oferecer flexibilidade no esclarecimento das perguntas;

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Este capítulo compreende a apresentação, a análise e a interpretação dos dados, em estudo realizado nas comunidades pesqueiras da grande Florianópolis: Ribeirão da Ilha (Sul da ilha), Cacupé, Sambaqui, Santo Antônio de Lisboa (Norte da ilha), quanto aos produtos e serviços de informação para negócios nas comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura.

Inicialmente, apresenta-se a caracterização dos mitilicultores e ostreicultores e do ambiente de negócios para conhecer melhor o público alvo.

Na seqüência, são apresentadas as necessidades de informação das comunidades pesqueiras para qualificar o produto que será comercializado. Também, procura-se verificar os produtos e serviços de informação que melhor atendam aos interesses do seu negócio.

Finalmente, busca-se detectar as fontes de informação formais e/ou informais que são e serão utilizados pelos pescadores artesanais para atender as suas necessidades informais afim de qualificar o seu negócio.

4.1 Caracterização dos Mitilicultores / Ostreicultores e do Ambiente de Negócios

4.1.1 Características dos mitilicultores/ostreicultores e Comunidades Pesqueiras

As comunidades pesqueiras caracterizam-se por: preservarem os casarios a partir do século XVII; a colonização açoriana; sua economia baseada na pesca; a boa infraestrutura e a renda familiar, que vêm do comércio, do funcionalismo público e outras atividades como: dona de casa, garçom, cobrador de ônibus, bancário, engenheiro mecânico, farmacêutico, assistente administrativo, oceanógrafo, cambista, guarda-noturno, policial, engenheiro agrônomo, comerciante, empresário, aposentado, entre outros. O Ribeirão da Ilha foi uma das primeiras Comunidades do estado e a primeira de Florianópolis a ser habitada. (<http://www.guiafloripa.com.br>, acesso em 22 de abril de 2002).

Quanto à atividade profissional a pesca representa 71,20% da atividade principal dos produtores, 0,80% dos produtores apresentam-se como microempresários da pesca e 28% dos produtores unem a atividade de pesca com outra atividade, como por exemplo: dona de casa, garçons, cobradores de ônibus, bancário, engenheiro mecânico, farmacêutico, funcionário público, assistente administrativo, oceanógrafo, cambista, guarda-noturno, policial, engenheiro agrônomo, comerciante, empresário, aposentado entre outros, conforme registra a tabela 1.

Tabela 1 – Atividade profissional dos mitilicultores e ostreicultores

ATIVIDADE	NÚMERO DE PROFISSIONAIS					
	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
Pescador artesanal	49	70%	40	72,73%	89	71,20%
Microempresário da pesca	01	1,43%	-		01	0,80%
Outros	20	28,57%	15	27,27%	35	28%
Total	70	100%	55	100%	125	100%

Embora muitos pescadores exercem outras atividades profissionais para terem melhores condições de vida, os mesmos informam não revelá-las em função da necessidade de obtenção de empréstimos financeiros através do governo, uma vez que para que haja essa liberação, o solicitante não pode exercer outra atividade. Rosa (1997) em seu trabalho ressalta que 47% dos produtores apontam a pesca como fonte principal de renda e 53% dos produtores apontam a pesca como renda secundária considerando que as comunidades pesqueiras pesquisadas por Rosa (1997) foram: Cacupé, Sambaqui, Santo Antônio de Lisboa (Norte da Ilha), Ribeirão da Ilha (Sul da Ilha), Enseada do Brito, Ganchos de Fora e Canto Grande.

Cabe citar o trabalho de Machado (2002) ao afirmar que na comunidade do Ribeirão do Ilha: “Entre os entrevistados 50% vivem exclusivamente da maricultura enquanto 50% tem outras fontes de renda”. Considerando que a entrevista de Machado (2002) foi aplicada no ano de 2001.

O que se percebe é que através dos dados coletados pela entrevista a comunidade pesqueira do Ribeirão da Ilha (Sul da Ilha) e as comunidades pesqueiras de Cacupé,

Sambaqui, Santo Antônio de Lisboa (Norte da Ilha), que estas comunidades mostram-se preocupadas em assumirem outras atividades, conforme registrado na tabela 1 p.68, junto com a pesca, pelo fato do incentivo financeiro que é dado pelo governo para aplicar no cultivo. Os funcionários públicos, por exemplo, em função dos bancos financiadores levam o cultivo como podem. Uma vez que, os produtores que assumem a pesca artesanal como atividade principal têm seus empréstimos liberados com mais facilidade.

Observa-se pela faixa etária que 27,78% são produtores entre 21 a 30 anos e que 30% dos produtores tem a faixa etária de 51 a 60 anos, representando a grande maioria de mitilicultores e ostreicultores que cultivam, conforme a tabela 2. Porém é importante destacar que há mitilicultores/ostreicultores distribuídos de 21 a 60 anos, 2,22% tem até 20 anos e 2,22% acima de 60 dos mitilicultores/ostreicultores.

Tabela 2 – Faixa etária

NÚMERO DE PROFISSIONAIS						
IDADE	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
15 a 20	01	2%	01	2,5%	02	2,22%
21 a 30	13	26%	12	30%	25	27,78%
31 a 40	11	22%	04	10%	15	16,67%
41 a 50	10	20%	08	20%	19	21,11%
51 a 60	14	28%	13	32,5%	27	30%
Acima de 60	01	2%	02	5%	02	2,22%
TOTAL	50	100%	40	100%	90	100%

Rosa (1997) aponta que “1/3 dos produtores tem entre 20 e 34 anos e outros, 1/3 entre 35 e 49 anos. A faixa etária entre 40 e 65 anos corresponde a 22% dos entrevistados”. Ainda nesta mesma linha de considerações Machado (2002) comenta que “os produtores que atuam naquela localidade têm idade variando entre 21 e mais de 70 anos, porém, a faixa de maior concentração é entre 31 e 50 anos de idade, correspondente a 52% do total”. Levando em consideração os dados coletados pela

Rosa (1997) e Machado (2002) a cada ano que passa cresce o número de produtores desta faixa etária.

Quanto ao grau de instrução 76,66% da amostra representam que os produtores que tem no mínimo 1º grau completo e apenas 23,34% tem o 1º grau incompleto, sendo que dentre estes acredita-se que haja alguns analfabetos que por sentirem-se envergonhados não assumem as suas limitações. Os produtores alegam que precisam começar a trabalhar mais cedo por isso não completam os estudos. Os 14 produtores com curso superior são formados em áreas como: engenharia mecânica, farmácia, oceanografia, agronomia, entre outros, conforme registra a tabela 3.

Tabela 3 – Grau de instrução dos mitilicultores e ostreicultores

NÚMERO DE PROFISSIONAL / LOCALIZAÇÃO										
INSTRUÇÃO	SUL DA ILHA				NORTE DA ILHA				TOTAL	
	Completo		Incompleto		Completo		Incompleto			
1º grau	17	43,59%	07	63,64%	10	33,33%	06	60%	40	44,44%
2º grau	16	41,03%	02	18,16%	12	40%	02	20%	32	35,56%
Superior	06	15,38%	02	18,18%	08	26,67%	02	20%	18	20%
TOTAL	39	100%	11	100%	30	100%	10	100%	90	100%

Rosa (1997) destaca em sua pesquisa que no grau de instrução “praticamente $\frac{3}{4}$ dos produtores têm o 1º grau incompleto. Quase 6% são analfabetos”. Considerando as comunidades pesqueiras entrevistadas por Rosa (1997) conforme registrado na p.68.

Embora Machado(2002) tenha abordado a comunidade pesqueira do Ribeirão da Ilha quanto ao grau de instrução a autora identificou que:

“36% dos entrevistados ou têm curso técnico completo, ou superior incompleto e completo. Não foram entrevistados maricultores que se considerassem analfabetos e o grau de instrução mínima foi de 2ª série do 1º grau. A faixa de maior concentração, em torno de 69% têm instrução declarada superior a 8ª série do 1º grau, podendo-se deduzir tratar-se de uma população que tenha as condições mínimas de conhecimento necessárias ao aperfeiçoamento e desenvolvimento do setor. Os oito produtores que têm nível superior são formados nas seguintes áreas: agronomia, biologia, economia, farmácia, administração, contabilidade e geografia”.

É importante reconhecer que desde a pesquisa de Rosa (1997) e Machado (2002) houve crescimento quanto ao grau de instrução. Hoje os produtores têm no mínimo 1º grau completo.

Quanto ao sexo predomina o masculino correspondendo a uma amostra de 92,22% enquanto que as mulheres representam 7,78% na atividade de mitilicultura e ostreicultura tanto no sul quanto no norte da ilha, de acordo com a tabela 4. As mulheres são minoria, e mesmo assim, continuam superando-se em atividades que tradicionalmente foram convencionadas como masculinas. O interessante é que as mulheres estão encarando a atividade pesqueira como profissão.

Tabela 4 – Sexo dos mitilicultores/ostreicultores

QUANTIDADE						
SEXO	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
Masculino	45	90%	38	95%	83	92,22%
Feminino	05	10%	02	5%	07	7,78%
TOTAL	50	100%	40	100%	90	100%

No grupo entrevistado foi registrado a iniciativa feminina no desenvolvimento do seu produto, isto é, aproveitando na culinária os produtos que não alcançam o tamanho preestabelecido para a venda congelando alimentos semi-prontos. De uma forma ou de outra elas conseguem negociar o seu produto.

Segundo Rosa (1997) quanto ao sexo os homens representam 56% e as mulheres 44%. Machado (2002) afirma que no “Ribeirão da Ilha esse trabalho é executado por uma maioria de produtores do sexo masculino, correspondendo a 89%, enquanto a participação feminina se restringe a 11%”. Ao referir-se a participação da mulher no cultivo de mexilhões e ostras como pescadoras artesanais ainda as mulheres são a minoria, como Rosa (1997) e Machado (2002) comentam em suas pesquisas. Mas, acredita-se que pelo fato das mulheres serem organizadas inovadoras, pacientes e acima de tudo otimistas, brevemente os homens estarão dividindo o espaço com elas.

4.1.2 Características do ambiente de negócio

Na entrevista, muitos produtores fizeram questão de ressaltar que são nativos destas comunidades pesqueiras. Constatou-se que os mitilicultores e ostreicultores entrevistados, utilizam-se da mão-de-obra de parentes, vizinhos quando necessário, pagando pelo serviço prestado da família (mulher e filhos) e do próprio proprietário (produtor). A atividade é predominantemente familiar, conforme já constatado por Rosa (1997), em estudo realizado sobre o tema.

No entanto, Rosa (1997) comenta que “não existe qualquer relação comunitária, quanto à atividade”, pois nestas comunidades pesqueiras poucos dividem o mesmo galpão e barco. Os galpões, geralmente funcionam na moradia do produtor e/ou são alugados. Quanto aos barcos, em geral são próprios ou alugados. Uma boa parte dos produtores tem a sua própria embarcação e quem não a possui procura adquiri-la.

Na entrevista, observou-se o quanto é difícil para os produtores trabalhar em comunidades mesmo fazendo parte de uma Associação, já que esta é uma exigência para ter direito a uma área de cultivo. Teoricamente, a Associação serve para unir os maricultores e acima de tudo fazer com que discutam e gerenciem seus problemas e definam as prioridades para o crescimento da atividade pesqueira. Na prática não é exatamente assim, pois constatou-se na entrevista que a Associação é um espaço

político e que a grande maioria dos associados pensam em seus interesses próprios. Infelizmente o espírito associativista não existe.

O que fica aparente é a conscientização dos mitilicultores e ostreicultores quanto à importância de manter a praia limpa, de não jogar o esgoto no mar, de preservar as áreas próximas ao cultivo, de não jogar óleo das embarcações no mar, do repovoamento, pois essas são as condições imprescindíveis para manutenção do negócio e consequentemente do retorno financeiro.

Quanto ao tipo de produtos cultivados 81,11% dos produtores cultivam mexilhões e ostras, enquanto que 5,56% dos produtores cultivam apenas mexilhões e 13,33% dos produtores cultivam apenas ostras, conforme mostra a tabela 5.

Tabela 5 – Tipos de produtos cultivados

NÚMERO DE EMPREENDIMENTOS						
NEGÓCIOS	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
Mexilhões	02	4%	03	7,50%	05	5,56%
Ostras	07	14%	05	12,50%	12	13,33%
Mexilhões e ostras	41	82%	32	80%	73	81,11%
TOTAL	50	100%	40	100%	90	100%

Cordeiro (1997) citado por Rosa (1997) afirma que cerca de $\frac{3}{4}$ dos produtores de ostras do município de Florianópolis o grau de instrução é entre:

“segundo grau e nível superior com nenhum índice de analfabetismo. Verifica-se aí uma diferenciação entre o nível de escolaridade do mitilicultor e ostreicultor do município de Florianópolis, maior produtor de ostras do estado. Isto pode-se traduzir numa tendência elitizada na produção de ostras quanto ao investimento e manejo, o cultivo de mexilhões requer técnica mais simples e menor investimento incluindo aí o perfil do pescador artesanal”.

Já na entrevista constatou-se o contrário, que atualmente não importa o nível de instrução e nem o custo do cultivo. Os produtores começam o seu negócio cultivando mexilhões e ostras porque segundo eles um produto complementa o outro na hora de comercializar. A ostra serve como atrativo para vender mexilhões. Para quem cultiva só mexilhões na hora de negociar fica muito difícil, porquê o comprador tem mais interesse pelas ostras, em função disto os produtores acabaram optando por cultivar mexilhões e ostras ao mesmo tempo.

Conclui-se que através do incentivo dado pelas instituições (UFSC e EPAGRI) o cultivo de ostras popularizou-se e criou condições econômicas para todos os produtores.

Os produtos para serem comercializados têm um tamanho preestabelecido. Todo o produto não classificado para a comercialização devido ao seu tamanho passa por reaproveitamento, através da culinária. As mulheres produzem pratos para comercializar tais como:

Cozido da Rainha, Fettucine de ostras, Marisco ao vinagrete, Marisco à milaneza, Marisco, Ostra Boston, Ostras gratinadas, Ostras marinadas, Ostras Rockefeller, Risoto de marisco, oferecidos em restaurantes e similares ou congelados.

É importante registrar que a visão de negócio das mulheres têm influenciado à gestão de negócio. A postura feminina no gerenciamento das dificuldades domésticas contribui sobremaneira à atividade, podendo conferir um diferencial competitivo na industrialização do produto não classificado para a venda “in natura”.

Fica evidente a preocupação dos pescadores nativos em relação às pessoas que não são nativas e que estão entrando no negócio, pois os encaram como invasores.

4.2 NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

Embora a maioria dos mitilicultores e ostreicultores já possuam o conhecimento adquirido tradicionalmente de como cultivar, comercializar e negociar o produto, assumem que sem informação, baseada na literatura e sem a ajuda de técnicos na área é muito complicado competir. Esta é uma das razões de seus concorrentes não serem apenas os pescadores nativos, mas pessoas de outras áreas que estão nesse mercado para ganhar dinheiro. E desta forma, precisam competir qualificando o seu produto através de informação e assuntos correlatos à área.

Souza e Borges (1996) argumentam que “É preciso estar alerta para as constantes mudanças que acontecem no ambiente externo e cercar-se de toda a informação que possa ser traduzida em melhoria da capacidade competitiva e elevação do seus lucros”. Ainda nesta mesma linha de considerações Borges e Carvalho (1998) reforçam que “a capacidade de uma empresa captar e absorver informação correta e de forma ágil determina suas possibilidades de inovar produtos, aumentar a lucratividade e atender ao cliente, sendo competitiva em um mercado altamente instável e ágil”.

Procurou-se através da tabela 6 identificar os tipos de informação adquiridos pelos entrevistados tendo por base a tipologia de Souza e Borges (1996).

Tabela 6 – Tipo de informação necessária aos mitilicultores e aos ostreicultores

NÚMERO DE RESPOSTAS						
INFORMAÇÃO	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
Dados estatísticos	50	100%	40	100%	90	100%
Informação tecnológica	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre mercado	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre companhias	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre finanças	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre legislação	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre fornecedores	50	100%	40	100%	90	100%
Informação sobre Comercialização de produtos	50	100%	40	100%	90	100%
Outros	-		-		-	

Todos os entrevistados foram unânimes em dizer que toda a informação é bem vinda. Constatou-se que este tipo de informação alavanca os negócios, pois os produtores acham-se carentes neste tipo de informação.

Com base nos apontamentos de Souza e Borges (1996) “Daí a importância de se investir sempre nas atividades informacionais existentes no país, possibilitando que se tornem cada dia mais indispensáveis as empresas industriais”.

No que se refere ao setor produtivo a informação de mercado, de finanças, de estatísticas, de legislação, de produtos, de fornecedores, além da tecnológica são aspectos que devem ser considerados nesse setor, embora a informação para negócios seja uma área pouco explorada no país e há a necessidade de ser conhecida mesmo que teoricamente face à essa necessidade, suas fontes e produtos/serviços de informação precisam ser organizados. Para isto é importante que mais profissionais estejam capacitados para exercer essa atividade, pois o mercado está carente de pessoas que identifiquem e organizem a informação para negócios no Brasil.

Quantos aos tipos de assuntos que atendam aos seus negócios, registrou-se na tabela 7, a seguir.

Tabela 7 – Tipo de assuntos que atendam o negócio dos mitilicultores/ostreicultores

NÚMERO DE RESPOSTAS						
ASSUNTOS	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		TOTAL	
Cultivo de mexilhões	43	86%	35	87,5%	78	86,67%
Cultivo de ostras	48	96%	37	92,5%	85	94,44%
Comercialização	50	100%	40	100%	90	100%
Gestão de negócios	50	100%	40	100%	90	100%
Técnicas de manejo	50	100%	40	100%	90	100%
Aquisição de materiais	50	100%	40	100%	90	100%
Assistência técnica	50	100%	40	100%	90	100%
Outros	-		-			

Fonte: Rosa (1997)

Todos os entrevistados por unanimidade, reafirmam que de acordo com o tipo de cultivo todo o assunto que atender as necessidades do negócio os interessa. Os produtores ressaltam que mesmo conhecendo os assuntos levantados, há necessidade de informar-se mais para qualificar o negócio e tornarem-se mais competitivos ao mercado.

Por parte dos especialistas das instituições (UFSC e EPAGRI) os produtores recebem todo o treinamento técnico para instalação de seus negócios, mas ressentem-se

que não há uma assistência contínua que torne o gerenciamento e a execução mais competitivos.

Observou-se quanto os produtores necessitam e querem estar mais informados no que tange ao setor de mitilicultura e ostreicultura.

Aguiar (1991) identificou tipos de informações consideradas necessárias para fazer negócio, tais como: Oportunidades comerciais, Tendências do mercado, Preços, Empresas concorrentes, Fornecedores de matérias-primas.

Nas tarefas cotidianas ter informação atualizada, confiável e disponível em tempo real é a condição básica para garantir a eficiência, eficácia e competitividade no mercado.

4.3 Fontes de Informação

Montalli e Campello (1997) relata que as fontes de informação podem classificar-se como técnicas, científicas e para negócios.

Araújo (1991) afirma que a informação técnica e científica utiliza-se tanto de canais formais quanto de canais informais.

Não se pode negar que as fontes de informação formais e fontes de informação informais são essenciais para o setor, embora os produtores prefiram as fontes de informação informais pela praticidade e o tipo de negócio que eles exercem.

Os canais de informação formais são utilizados com menos frequência pelos entrevistados, embora tenham a consciência do grau de importância para o aperfeiçoamento de seus respectivos negócios.

Já os canais de informação informais são utilizados com muita frequência pelos produtores, conforme observaremos na tabela 8 .

Tabela 08 – Canais de informação

NÚMERO DE RESPOSTAS												
CANAIS	SUL DA ILHA						NORTE DA ILHA					
	Sempre		Às vezes		Nunca		Sempre		Às vezes		Nunca	
Contato c/ especialista	48	96%	2	4%	-	-	38	95%	2	5%	-	-
Contato c/ outros maricultores	50	100%	-	-	-	-	40	100%	-	-	-	-
Feiras / eventos	50	100%	-	-	-	-	40	100%	-	-	-	-
Jornais	18	36%	3	64%	-	-	15	37,5%	25	62,5%	-	-
			2									
Livros	17	34%	3	66%	-	-	10	25%	30	75%	-	-
			3									
Palestras	48	96%	2	2%	-	-	38	95%	2	5%	-	-
Rádio	25	50%	2	48%	1	2%	12	30%	28	70%	-	-
			4									
Revistas	24	48%	2	52%	-	-	18	45%	22	55%	-	-
			6									
TV	26	52%	2	48%	-	-	21	52,5%	19	47,5%	-	-
			4									
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tal fato corrobora com as afirmações de Silva e Menezes (2001) considerando a agilidade e seletividade do processo de comunicação dos canais informais. Contatos com especialistas, com outros maricultores, participação em feiras, eventos e palestras foram os canais de informação mais utilizados pelos entrevistados tanto no sul quanto no norte da ilha. Livros, jornais, revistas foram apontados como canais utilizados em menor escala pelos entrevistados, certamente pela dificuldade de não disporem no local de material para suas necessidades e pela falta de hábito de fazer uso de bibliotecas, necessitando, desta forma, de profissionais mediadores para localizarem as fontes

necessitando, desta forma, de profissionais mediadores para localizarem as fontes adequadas para suas necessidades informacionais. Tanto Farnhan (1982) citado por Montalli (1997) quanto a própria Montalli (1987) elencaram razões semelhantes para o baixo uso de informações.

No sul da ilha, o rádio e a televisão estão entre os canais de informação informal utilizados, embora com frequência menor que os contatos com especialistas e outros maricultores. Porém é importante destacar que por observação direta, que nestas comunidades tanto o rádio, quanto a televisão são meios tradicionais de atualização. Programas interativos são companheiros da rotina diária em terra firme (habitações, vendas, mini-mercados, etc ...).

Na verdade os produtores interessaram-se mais pela fontes de informação não impressa por considerarem mais rápida a obtenção informal. O que falta é reunir e organizar a informação existente sobre o setor para facilitar a recuperação da informação. Na era da globalização, da sociedade da informação é preciso estar alerta para as mudanças e cercar-se de toda a informação que possa reverter em melhoria para o setor.

Quanto às instituições que procuram para tirar dúvidas/trocar informações/adquirir novos contatos a UFSC e EPAGRI foram as mais citadas, sendo as instituições de referência no país como prestadoras de serviços de informação a qualquer setor produtivo. No caso da mitilicultura e ostreicultura estas instituições, segundo os produtores, dão maior apoio no que se refere à parte técnica do cultivo, aquisição de materiais, comercialização, mercado, aspectos ambientais, feiras, palestras, eventos, treinamentos e assistência técnica.

O que se percebe é que o ITAL sendo o Instituto de Tecnologia e Alimentos em nenhum momento foi citado pelos produtores, em função de que o instituto pesquisa na área de Mitilicultura e Ostreicultura, logo os produtores nem sabem que o instituto existe.

Quanto ao atendimento das instituições, a maioria dos produtores o classificaram como bom, pois houve uma melhoria significativa em suas atividades depois que a UFSC e a EPAGRI envolveram-se na atividade.

4.4 Produtos e Serviços de Informação

Cabe ressaltar que para Borges e Carvalho (1998) os produtos e serviços de informação são conservadores, desde o contato com o cliente, a divulgação do produto e o próprio serviço de informação.

De acordo com que se vem abordando é imprescindível detectar as carências de informação deixando claro ao cliente a caracterização de cada produto e serviço de informação.

Segundo Pacheco (1991) com a implantação de uma rede de núcleos de informação (Projeto do PADCT), além de aprimorar-se a infra-estrutura para as atividades de informação tecnológica incrementa-se o nível de prestação de serviços aos usuários.

É preciso buscar produtos e serviços de informação para oferecer qualidade, aumentar os lucros, manter-se no mercado, atender ao cliente e conhecer os concorrentes e parceiros.

A mitilicultura e ostreicultura precisam a cada dia de informação rápida e precisa, que mostre o panorama nacional e internacional do mercado e da economia. Para isso, é importante que produtos e serviços de informação para negócios estejam organizados e de fácil acesso aos produtores desse setor.

4.4.1 Tipo de produtos de informação

Os produtos mais utilizados são boletins informativos, promoção de cursos e eventos e guias de informação, ficando manuais técnicos e vídeos como segunda opção em suas preferências de utilização.

Em ambas as comunidades os entrevistados foram unânimes em indicar que utilizariam programas interativos pelo rádio, televisão e documentários em vídeos como produtos de informação mais adequados às suas necessidades. Diagnósticos setoriais, base de dados e publicações diversas ficaram entre as outras opções de produtos de informação que eles utilizariam, caso estivessem disponíveis. Atualmente não há programas interativos de rádio ou televisão para atender as comunidades pesqueiras, apenas reportagens esporádicas, conforme mostra a tabela 9.

Tabela 9 – Tipos de produtos de informação

NÚMERO DE RESPOSTAS										
PRODUTOS	Utiliza				Utilizaria				Total	
	Sul da Ilha		Norte da ilha		Sul da Ilha		Norte da ilha			
Boletins informativos	50	100%	40	100%	-		-		90	100%
Promoção de cursos	50	100%	40	100%	-		-		90	100%
Promoção de eventos	50	100%	40	100%	-		-		90	100%
Base de dados	05	10%	04	10%	45	90%	36	90%	90	100%
Guias de informação	48	96%	37	92,5%	02	4%	03	7,5%	90	100%
Manuais técnicos	16	32%	07	17,5%	34	68%	33	82,5%	90	100%
Vídeos	12	24%	18	45%	38	76%	22	55%	90	100%
Diagnósticos setoriais	02	4%	05	12,5%	48	96%	35	87,5%	90	100%
Publicação diversas	03	6%	04	10%	47	94%	36	90%	90	100%
Programa interativo pelo rádio	-		-		50	100%	40	100%	90	100%
Programa interativo pela TV	-		-		50	100%	40	100%	90	100%
Documentários em vídeos	-		-		50	100%	40	100%	90	100%
Outros	-		-		-		-		90	100%

4.4.2 Tipo de serviços de informação

Os serviços de informação mais utilizados pelos produtores são consulta rápida e resposta técnica. Tais serviços, em geral são prestados pelas instituições e respectivos técnicos através de assistência técnica. Comutação bibliográfica, acesso a base de dados, consultoria, pesquisa bibliográfica, prospecção tecnológica, extensão tecnológica, programação de descentralização do banco de patentes são serviços pouco utilizados pela falta de conhecimento dos recursos disponíveis, além do baixo nível de estudos formais, dificuldades de idioma e falta de marketing. Programa de promoção de patenteamento e disseminação seletiva da informação não foram citados, são

completamente desconhecidos entre eles, ou inacessíveis. No entanto afirmam que utilizariam se tivesse acesso.

A matéria-prima é a informação, não importa onde e como é obtida, precisa estar disponível em quantidade, qualidade e de forma que sua recuperação seja rápida e efetiva. A falta de serviços de informação para atender às necessidades específicas desta clientela faz com que tornem-se menos competitivos ao mercado, só através da informação direta ou indireta, impressa ou não impressa que esta clientela pode elevar a qualidade em seus produtos, melhorar as condições de produção e o resultado disso é a satisfação do consumidor, conforme demonstra a tabela 10.

Tabela 10 – Tipos de serviços de informação

NÚMERO DE RESPOSTAS										
SERVIÇOS	UTILIZA				UTILIZARIA				TOTAL	
	SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA		SUL DA ILHA		NORTE DA ILHA			
Consulta rápida	50	100%	40	100%	-		-		90	100%
Resposta técnica	50	100%	40	100%	-		-		90	100%
Localização e recup. dos dados	02	4%	-		-		-		02	2,22%
Comutação bibliográfica	01	2%	-		49	98%	39	97,5%	89	98,89%
Acesso a base de dados	-		-		50	100%	40	100%	90	100%
Consultoria	02	4%	03	7,5%	48	96%	37	92,5%	90	100%
Pesquisa bibliográfica	02	4%	02	5%	48	96%	38	95%	90	100%
Prospecção tecnológica	02	4%	02	5%	48	96%	38	95%	90	100%
Extensão tecnológica	01	2%	03	7,5%	49	98%	37	92,5%	90	100%
Prog. de descentralização do banco de patentes	-		02	5%	49	98%	38	95%	89	98,89%
Programa de promoção ao patenteamento	-		-		50	100%	40	100%	90	100%
DSI – Disseminação Seletiva da Informação	-		-		50	100%	40	100%	90	100%

Tem-se em mente que produtos e serviços de informação e o desenvolvimento de tecnologias não são um fim e sim um meio para alcançar objetivos econômicos, competitivos e de qualidade.

A literatura mostra que é restrito o uso de produtos/serviços de informação mesmo por empresas já estabelecidas no ramo. Se considerarmos a rapidez em que os negócios acontecem, os produtos e serviços de informação deixam a desejar.

Pinheiro (1991) fala que as pequenas e médias indústrias brasileiras não tem condições de possuir seus próprios serviços, que são altamente onerosos. Caracterizam-se como serviços que lidam com informação tradicional, para público que não tem como entender e aplicar na indústria o que recebe.

Os mitilicultores e ostreicultores mostram-se na entrevista abertos a buscar a informação através de produtos e serviços que estiverem disponibilizados em algum centro referencial de informação e que o valor agregado pelos produtos e serviços não sejam onerosos.

Campbell (1991) citado por Souza (1996) ressalta que as informações comerciais datam de 1735, quando os mercados de Hamburgo decidiram que precisavam de um serviço suplementar, além da biblioteca da cidade.

Montalli (1996) deixa claro que o que está emperrando o acesso às fontes de informação é a forma pela qual elas estão sendo distribuídas que seriam:

- Por canais não tradicionais;
- Destinadas a clientelas específicas;
- Tiragens reduzidas.

Os dados da pesquisa demonstra que os produtores querem informação precisa, fácil e atualizada para que isto ocorra é preciso organizar as fontes de informação e reforçar a necessidade da criação de um centro referencial de informação na área como solução para a distribuição e acesso a essas fontes de informação.

5 CONCLUSÕES, SUGESTÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O item 5 encontra-se dividido em duas partes. A primeira denominada Conclusões, mostra as conclusões propriamente ditas na qual se responde as questões de pesquisa que conduziram o desenvolvimento do trabalho. A segunda parte denominada Sugestões, indica sugestões para futuros trabalhos. A terceira parte denominada Considerações Finais, indica fatos que devem ser levados em consideração para implementação de qualquer Produtos e Serviços de Informação para esta comunidade.

5.1 Conclusões

As conclusões relatadas enfatizam à caracterização dos mitilicultores/ostreicultores e do ambiente de negócios, necessidades de informação, produtos/serviços de informação, fontes de informação.

Partindo-se da análise dos dados, passa-se a responder as questões de pesquisa que conduziram o desenvolvimento do trabalho, chegando as seguintes conclusões:

a) Com relação às características dos mitilicultores e ostreicultores e seus ambientes de negócios:

Hoje, o mitilicultor e ostreicultor assume a atividade como renda principal e encara a pesca como profissão, ficando claro que existem aqueles que atrelam a pesca à outra profissão com o intuito de aumentar a renda familiar. Outro aspecto importante é que há profissionais de nível superior desistindo de suas profissões para abraçar esta atividade. A faixa etária de 21 a 30 anos e de 51 a 60 anos são os que mais cultivam, mexilhões e ostras sendo que a grande maioria dos produtores é do sexo masculino, mas as mulheres destacam-se de forma peculiar. No grau de instrução 76,6% dos produtores têm primeiro grau completo, eles alegam que precisam trabalhar para manter a família e que não tem condições financeiras para manter os estudos.

No ambiente de negócio a grande preocupação é quanto:

- Ao gerenciamento do negócio;
- A Preservação;
- Às Áreas de cultivo;
- Ao Lixo;
- Ao Repovoamento.

No cultivo de moluscos marinhos a maior concentração é a de cultivares de mexilhões e ostras, poucos optaram por cultivar só mexilhões ou ostras.

Esse comportamento mostra o grau de maturidade que o nosso produtor adquiriu e acima de tudo que a cultura mudou.

b) Com relação às necessidades de informação quanto ao tipo de informação e assunto:

Segundo os produtores existem necessidades de informação em todas as esferas. **Quanto ao tipo de informação necessitam de:** dados estatísticos, informações tecnológicas, sobre mercado, companhias, finanças, legislação, fornecedores e comercialização de produtos. **Quanto ao tipo de assunto necessitam informações sobre:** cultivo de mexilhões e de ostras, comercialização, gestão de negócios, técnicas de manejo, aquisição de materiais e assistência técnica.

c) Com relação as fontes de informação existentes:

- Fontes formais (impressas): jornais, livros, revistas;
- Fontes informais (não impressas): contatos com especialistas, e com outros maricultores, feiras, eventos, palestras, rádios, TV e instituições (como: UFSC, SEBRAE, EPAGRI, UNIVALI, SENAC, SENAI, ITAL).

d) Com relação aos produtos e serviços de informação existentes que estas comunidades utilizam:

Todos os produtos e serviços de informação podem ser utilizados por estas comunidades desde que fossem específicos ao setor para que se obtenham resultados mais efetivos.

- Produtos: boletins informativos, promoção de cursos, promoção de eventos, base de dados, guias de informação, manuais técnicos, vídeos, diagnósticos setoriais e as mais diversas publicações.

- Serviços: consulta rápida, resposta técnica, são os mais utilizados pelos produtores na resolução de seus problemas.

e) Com relação aos produtos e serviços de informação que estas comunidades utilizariam:

- Produtos: documentários em vídeos, programa interativo pela TV, programa interativo pelo rádio (principalmente).

A vantagem dos programas interativos (rádio e televisão), documentários em vídeo e outros é a facilidade de poderem estar trabalhando e aprendendo no seu ambiente de trabalho sem precisar dedicar tempo para leituras.

- Serviços: acesso a base de dados, programa de promoção ao patenteamento e disseminação seletiva da informação.

Os produtos e serviços de informação citados acima seriam de grande importância ao setor se pudessem ser disponibilizados num Núcleo Setorial de Mitilicultura e Ostreicultura ou Centro Referencial de Mitilicultura e Ostreicultura.

A missão de um Núcleo ou Centro Referencial de Informação é identificar e caracterizar a informação, recuperá-la e responder às dúvidas de seus clientes.

Dessa forma, face à questão principal deste estudo, conclui-se que:

Os produtos e serviços de informação para negócios que atenderiam as necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura em Santa Catarina e que se constituem no objetivo geral desta pesquisa, propõe-se o seguinte:

Produtos de informação, tais como:

Documentários em vídeo com relatos de experiências de pescadores artesanais que cultivam mexilhões e ostras

O vídeo tem a função de discutir, de levantar questões e de incitar debates.

Documentários em vídeo com relatos de experiências de pescadores artesanais que cultivam mexilhões e ostras foram vistos pelos produtores como um ótimo serviço para a educação continuada no setor de mitilicultura e ostreicultura.

A produção destes documentários seria mais uma forma de divulgação do assunto através de relatos de experiências, daí a importância de serem mobilizados

diferentes recursos e estratégias para promover a formação continuada, assegurando aos produtores o domínio do conhecimento.

Nesse sentido, especialistas da área com uma programação direcionada utilizariam-se desses relatos para provocar debates, levantar questões e discussões sobre o tema, visando tanto a formação continuada dos produtores quanto o apoio à sua atividade. Em seus comentários os especialistas apresentariam orientações práticas, revendo conceitos e questões apresentadas nos vídeos ou aplicando conceitos e questões que não foram levantadas; sugerindo atividades a serem desenvolvidas. O vídeo seria utilizado como instrumento para transferência de tecnologia.

A vantagem desse formato está no recurso que o especialista da área é o comentarista. Desta forma, aumenta a credibilidade através da visualização concreta de que é possível realizar mudanças, uma vez que quem as está transmitindo são profissionais da área. Outra vantagem é que um mesmo programa orienta e atualiza, os pescadores artesanais.

Quanto às desvantagens, dificuldades de ordem técnica e a ausência de um projeto sério para implementar este produto de informação.

Disponibilizar na Internet relatos de experiências, utilizando serviços de informação

Embora este produto não tenha sido abordado na entrevista a pesquisadora conclui que seria de grande valia disponibilizar na Internet relatos de experiências com a utilização de serviços de informação.

O procedimento a ser adotado:

O produtor levaria o problema ao profissional da informação para que este buscasse a solução junto ao especialista da área e o profissional repassaria a solução do problema ao produtor. O problema e sua solução seriam disponibilizados no site de relatos de experiências pelo profissional da informação, uma vez que os filhos dos produtores já utilizam computadores para auxiliar os pais neste tipo de busca em redes de informação.

Programa interativo pela TV

A educação é um processo permanente, na medida em que o indivíduo investe no seu conhecimento, situando-se no meio em que vive.

O conhecimento é determinado pelas atividades humanas e pelas experiências adquiridas pela vivência destas atividades. O conhecimento consiste na teoria e prática, conservando o meio ambiente, preservando-o e transformando-o através do trabalho.

Por isso um programa interativo pela TV local voltado ao setor, semelhante ao “Globo Rural e/ou Pequenas Empresas e Grandes Negócios” onde os produtores possam levar seus problemas, discuti-los e trocar experiências junto com especialistas da área de mitilicultura e ostreicultura seria de suma importância.

O ideal seria uma programação semanal, onde as dúvidas dos produtores seriam esclarecidas ao vivo por especialistas, onde as perguntas seriam recebidas durante o programa, por telefone (ligações gratuitas), por fax ou por e-mail e o foco central de cada programa seria um tema específico com duração em média de 40 minutos, a partir de dados fornecidos pela Muneiro³ é preciso levar em consideração alguns pontos quanto a duração do programa como:

- Atenção do espectador;
- Os espectadores em si;
- Fluxo de informações;
- Linguagem coloquial e clara;
- Produção – cabe salientar o custo da produção e que a cada 10 minutos de imagem captada é em média 1 minuto de material editado;
- Pessoas envolvidas - cinegrafista, editor de imagem, repórter e o especialista área de mitilicultura e ostreicultura.

Na TV o texto deve ser objetivo, onde toda informação através da fala e da imagem faz parte da notícia/tema abordados, com o objetivo único de esclarecer.

³ Muneiro, Lilian. Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (UNIDAVI) e Jornalista da Associação dos Municípios do Alto Vale do Itajaí (AMAVI).

Programa interativo pelo rádio

A idéia de um programa interativo reside no fato de ser este um meio de comunicação que acompanha as pessoas em qualquer lugar. No caso dos mitilicutores e ostreicultores o rádio faz parte de suas vidas e dessa forma os produtores não precisam parar o trabalho para manterem-se atualizados. Durante a entrevista, houve grande demonstração em utilizar este tipo de serviço em função da sua comodidade, credibilidade que o rádio propicia pela instantaneidade, onde o ouvinte acaba identificando-se com o radialista. É claro que com todos os avanços tecnológicos o rádio não deixará de existir e sim adequar-se-á às novas tecnologias. Faz parte da cultura dos produtores ouvirem rádio e participarem dos programas comunitários.

A programação poderia ser diária, com 15 minutos de duração, conforme Muneiro³ algumas questões devem ser levantadas para manter um programa de rádio com essa duração tais como:

- Porque é diário;
- Porque as emissoras não disponibilizam espaço para o jornalismo;
- Há uma preferência por programação musical (devido interesses comerciais das gravadoras);
- Produção do programa em 3 blocos de 4 minutos cada, 3 minutos que sobraem seriam dispostos em vinhetas que reforçariam o início do programa e o seu término e a separação das temáticas informativas.

Ao referir-se ao rádio, Prado (1989) enfatiza que “o rádio é o sistema de distribuição de mensagens mais extenso, ágil e barato com que aponta a sociedade atual. Nenhum outro meio pode competir com sua mobilidade”.

Ainda nesta mesma linha de considerações temas que poderiam ser abordados na programação, como: previsão do tempo, notícia sobre o setor, espaço para perguntas e respostas através de cartas e ainda a participação do ouvinte pelo telefone.

³ Muneiro, Lilian. Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (UNIDAVI) e Jornalista da Associação dos Municípios do Alto Vale do Itajaí (AMAVI).

Os aspectos positivos desta mídia também são detectados como:

- a) “requer poucos investimentos em termos absolutos para a transmissão da mensagem”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- b) “rapidez na colocação da mensagem. Pode-se entrar no ar imediatamente, pois é instantâneo”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- c) “permite grande frequência de exposição devido ao baixo custo unitário do comercial”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- d) “rádio chega onde a TV não vai. O Rádio é prático, portátil, portanto pode ser transportado e usado em todos os lugares, até mesmo numa igreja, com um walkman”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- e) “rádio está em 98 % das casas, enquanto a TV em apenas 75%”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- f) “o horário nobre do Rádio dura 13 horas, e da TV apenas 3”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- g) “uma produção de rádio, custa 95% menos que a da TV”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- h) “os comerciais são muitas vezes mais baratos do que um jornal ou TV”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- i) “não limita sua mensagem com uma imagem, mas permite que o ouvinte use seu cérebro, criando em sua mente a mensagem transmitida, ensinando-o a pensar”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)

- j) “é atrativo e capaz de interessar a atenção do público sem exigir-lhe um esforço excessivo de concentração”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- k) “possibilidade de trabalhar com recursos além da fala, como músicas, efeitos sonoros e vinhetas”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.
- l) “possibilita a empatia do locutor, seu programa com o ouvinte ou seja, a interatividade”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- m) “pode ser portátil”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- n) “pouco esforço para receber as mensagens pelo rádio”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- o) “pode-se fazer outra coisa ao mesmo tempo”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)

Os aspectos negativos desta mídia também são detectados como:

- a) “devido a sua baixa cobertura por mensagem, é necessário uma frequência maior do comercial no ar”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- b) “a concorrência com outras emissoras de Rádio e TV aumentam cada vez mais”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- c) “os bons programas que irradia, não têm garantia de estoque por muito tempo, para reprise ou consultas, como no caso de Jornal e fitas de TV. Por ser imediatista, e não se preocupar com o estoque”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)

- d) “sua programação via de regra, não é duradoura para ser publicada e acompanhada por muito tempo pelo ouvinte. Pode variar demais, não trazendo confiabilidade ou fidelidade do programa ao ouvinte”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- e) “falta de percepção visual entre o emissor e o receptor”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- f) “condicionamento temporal da decodificação da mensagem radiofônica”; (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)
- g) “perigo do cansaço, distração, dependência e fugacidade”. (<http://www.radiojornalismo.com.br> , acesso em 15 de maio de 2002.)

Serviços de informação tais como:

- a) Serviços voltados para este setor, com respostas curtas, diretas e rápidas, onde destacam-se : consulta rápida e resposta técnica;
- b) Serviços interativos;
- c) Mídias oral / visual / auditiva;
- d) Acesso a base de dados, programa de promoção ao patenteamento e disseminação seletiva da informação.

5.2 Sugestões

Neste subtópico relatam-se algumas sugestões, para subsidiar os produtos e serviços de informação para negócios que atendam às necessidades informacionais das comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura de Santa Catarina.

1 Implementar Núcleo Setorial ou Centro Referencial de Informação para Mitilicultura e Ostreicultura, a este respeito é esclarecedor transcrever a proposta do Núcleo ou Centro.

Ficou aparente a necessidade de implementar Núcleo Setorial ou Centro Referencial de Informação para Mitilicultura e Ostreicultura porque a partir da entrevista informal e muita conversa os pescadores artesanais levantaram a questão de criar um espaço no qual eles pudessem ir para tirar dúvidas, pesquisar sobre mexilhões e ostras. Os pescadores comentam que sentem-se constrangidos ao ir à Universidade e/ou Laboratório de Cultivo de Moluscos Marinhos da UFSC, buscar informações, pelo fato de não saber qual a linguagem adequada, as barreiras por parte do pessoal, o grau de necessidade de informação. Outro aspecto levantado é que o universo dele é outro como: a cultura, o ambiente, o horário de trabalho, disponibilidade de recursos, enfim, são aspectos que devem ser considerados para que suas reais necessidades sejam atendidas.

Em vista disto, não é surpreendente que baseada na formação biblioteconômica e área de atuação técnica que a pesquisadora exerce fica evidente que a um caminho a implementação do Núcleo ou Centro Referencial de Informação de Mitilicultura e Ostreicultura com toda a informação na área existente no país organizada e recursos tecnológicos disponíveis sem valor agregado para que o pescador artesanal sintasse realmente motivado para buscar informação e tocar seu negócio.

Objetivos do Núcleo ou Centro:

- Reunir, organizar e disseminar a informação às comunidades pesqueiras de mitilicultura e ostreicultura;
- Prestar serviços à comunidade pesqueira de mitilicultura e ostreicultura, fornecendo orientações e proporcionando acesso a seu acervo bibliográfico e acesso remoto.

Missão do Núcleo ou Centro:

- Satisfação da comunidade pesqueira de mitilicultura e ostreicultura.

Serviços oferecidos pelo Núcleo ou Centro:

- Consulta rápida;
- Resposta técnica;
- Comutação bibliográfica;
- Acesso a base de dados;
- Consultoria;
- Pesquisa bibliográfica;
- Prospecção tecnológica;
- Extensão tecnológica;
- Programa de promoção ao patenteamento;
- Programa de descentralização de patentes;
- Disseminação seletiva da informação. (SOUZA E BORGES, 1996)

Produtos oferecidos pelo Núcleo ou Centro:

- Boletins informativos;
- Promoção de cursos;
- Promoção de eventos;
- Base de dados;
- Guias de informação;
- Manuais técnicos;
- Vídeos;
- Diagnóstico setoriais;
- Publicações diversas; (SOUZA E BORGES, 1996)

Provisão de recursos para o Núcleo ou Centro:

- Recursos humanos:
 - Contratação de pessoal especializado e auxiliares, tais como: bibliotecários, especialistas da área de mitilicultura e ostreicultura e estagiários, entre outros.
- Recursos materiais:
 - Espaço físico;
 - Equipamentos;
 - *Softwares* adequados às necessidades do Núcleo ou Centro.
- Recursos financeiros:
 - Adequados a implementação do Núcleo ou Centro e que dêem suporte e/ou estrutura aos recursos humanos e materiais.

2 Treinar o profissional da informação para atender a Comunidade Pesqueira de Mitilicultura e Ostreicultura.

O profissional da informação é o profissional que exerce sua atividade profissional como Bibliotecário, Documentalista, Cientista da Informação, Analista da Informação, enfim, o profissional da informação.

(<http://www.ufscar.br/~dci/profiss.htm>, acesso em 15 de maio de 2002)

Deve-se ter em mente que o profissional da informação precisa estar constantemente se aprimorando, seja através da educação continuada, programas de treinamentos, buscando fontes de informação eletrônica e sua disponibilização, participando de grupos de estudos.

(<http://www.usp.br/sibi/nov-tecn.html>, acesso em 09 de maio de 2002)

É oportuno lembrar que “assim, foi possível identificar um novo perfil do profissional da informação, atuando como agente e mais voltado a interação com o pesquisador, em suas demandas para os trabalhos docentes e de pesquisa com os demais integrantes da comunidade acadêmica, para atender aos desafios da era da informação”.

(<http://www.usp.br/sibi/nov-tecn.html>, acesso em 09 de maio de 2002)

Ponjuan (1995) citado por Guimarães (1997) “Aponta o profissionalismo como ponto básico e, em um acróstico da palavra espanhola PROFESSIONAL sugere, como qualificativos: Profundo, Rápido, Orientado para o cliente, Flexível, Especializado, Simples, Investigador, Organizado, Novo (inovador), Ativo e Laborioso.

É preciso reconhecer que o profissional da informação que prestará serviços a esta Comunidade Pesqueira de Mitilicultura e Ostreicultura precisa além de tudo do que já foi citado acima ser muito especial.

3 Implementar serviços de informação tradicionais voltado ao setor de Mitilicultura e Ostreicultura, tais como:

- Empréstimo: O empréstimo do material bibliográfico será facultado aos pescadores artesanais desde que tenham cadastro no Núcleo ou Centro Referencial de Informação de Mitilicultura e Ostreicultura;
- Consulta local: É o uso do material bibliográfico no recinto do Núcleo ou Centro Referencial de Informação de Mitilicultura e Ostreicultura;
- Empréstimo entre bibliotecas: Serviço de solicitação de empréstimo de materiais bibliográficos, entre outras instituições;
- Atendimento personalizado: Consiste no atendimento individual do pescador artesanal, feito pelo profissional da informação e/ou especialista da área de Mitilicultura e Ostreicultura;
- Visita orientada: É um serviço que o Núcleo ou Centro Referencial de Informação em Mitilicultura e Ostreicultura oferecerá a comunidade pesqueira para que conheça o material bibliográfico e os recursos tecnológicos.

4 Criar produtos de informação alternativos voltados ao setor, como por exemplo:

- Programa interativo pelo rádio, conforme p.89 ;
- Programa interativo pela TV, conforme p.88 ;
- Documentários em vídeo com relatos de experiências, conforme p.86;
- Disponibilizar na Internet relatos de experiências, aplicando serviços de informação, conforme p.87;

5. Desenvolver produtos e serviços de informação dentro desta linha proposta.

5.3 Considerações Finais

Para a pesquisadora foi uma surpresa o grau de instrução dos produtores porquê imaginava justamente o contrário em relação à comunidade pesqueira de Mitilicultura e Ostreicultura. Já em relação às fontes os profissionais da área e bibliotecários precisam conscientizar-se que há muito por ser feito desde a publicação, a organização e o acesso às fontes de informação, além da necessidade de segmentar os assuntos para atingirmos a nossa missão que é a satisfação do usuário.

Para os mitilicultores e ostreicultores obter informação por canais informais é de grande valia também, pois, podem manter-se informados no próprio ambiente de trabalho através de rádio, TV e vídeos não havendo a necessidade de ir em busca da informação pois ela vem até ele informalmente.

É preciso ressaltar que o profissional da informação e/ou bibliotecário precisa aperfeiçoar-se continuamente, com vistas ao seu aprimoramento objetivando qualidade de seu trabalho e dos produtos e serviços que irá oferecer.

6 BIBLIOGRAFIA

AGUIAR, Afrânio Carvalho. Informação e atividade de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia com base em análise funcional. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 7-15, jan./jun. 1991.

AQUINI, Eduardo do Nascimento. **A influência da origem da semente no cultivo de mexilhões Perna perna (L.)**. 1999. 49p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Florianópolis.

ARANA, Luis Alejandro Vinatea. **Agricultura e desenvolvimento sustentável: subsídios para a formulação de políticas de desenvolvimento da agricultura brasileira**. Florianópolis : Ed. Da UFSC, 1999. 310p.

_____. **Modos de apropriação e gestão patrimonial de recursos costeiros: estudo de caso sobre o potencial e os riscos do cultivo de moluscos marinhos na Baía de Florianópolis, Santa Catarina**. 2000. 245 f. Tese (Doutorado) – Universidade federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Florianópolis.

ARAÚJO, Vania M. R. Hermes de ; FREIRE, Isa Maria ; MENDES, Teresa Cristina M. Demanda de informação pelo setor industrial: dois estudos no intervalo de 25 anos. **Ciência da Informação**, v. 26, n. 3, p. 283-289, set./dez. 1997.

ARAÚJO, Vania Maria Rodrigues de. Informação: instrumento de dominação e de submissão. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 37-44, jan./jun. 1991.

BARRETO, Auta Rojas. A informação eficaz na empresa. **Ciência da Informação**, v. 20, n.1, p. 78-81, jan./jun. 1991.

BAX, Marcello Peixoto. As bibliotecas na web e vice-versa. **Perspectiva da Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 1, p. 5-20, jan./jun. 1998.

BORGES, Mônica Erichsen Nassif ; CAMPELLO, Bernadete Santos. A organização da informação para negócios no Brasil. **Perspectiva da Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 1, p. 26-35, jan./abr. 1996.

BORGES, Mônica Erichsens Nassif ; CARVALHO, Natália Geiné Mello. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. **Ciência da Informação**, v. 27, n. 1, p. 76-81, jan./abr. 1998.

BRIGHENTI, Neide Caciatori. Texto resumo da disciplina fontes de informação tecnológica. Florianópolis, 1990. 29f.

CAMPELLO, Bernadete Santos ; CENDÓN, Beatriz Valadares ; KREMER, Janette Marguerite. **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte : Ed. UFMG, 2000. 319p.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 3. ed. São Paulo : Cortez, 1998. 163 p.

Conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento (1992 : Rio de Janeiro). **Conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento : a agenda 21**. 2. ed. Brasília : Senado Federal , Subsecretaria de edições Técnicas, 1997. 598p.

COSTA, Marília Damiani ; ABREU, Aline França de. **Uma avaliação para a indústria no Brasil, em função da relação informação X inovação**. Trabalho selecionado para o VIII Seminário Latino-Iberoamericano de Gestão Tecnológica – ALTEC 99.

COSTA, Sérgio Winckler da ; GRUMANN, Astor ; OLIVEIRA NETO, Francisco Manoel de ; ROCKZANSK, Mauro. **Cadeias produtivas do Estado de Santa Catarina: agricultura e pesca**. Florianópolis : EPAGRI, 1998. 62 p.

CYSNE, Fátima Protela. Transferência de tecnologia e desenvolvimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 1, p.26-35, jan./abr. 1996.

Disponível em : <<http://www.uem.mz>>. Acesso em 7 de março de 2002.

Disponível em : <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.acaojr.ufsc.br/clientes/servicos.htm>>. Acesso em 12 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.an.com.br>>. Acesso em 22 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cecae.usp.br/disque>>. Acesso em 12 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cetemo.com.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cetiqt.senai.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cimm.com.br/cimm.shtml>>. Acesso em 12 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cinetec.rs.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.cni.org.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

Disponível em : <<http://www.coficpolo.com.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.

- Disponível em : <<http://www.comciencia.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.df.sebrae.com.br>>. acesso em 7 de março de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ee.usp.br>>. Acesso em 7 de março de 2002.
- Disponível em : <<http://www.emcjunior.ufsc.br>>. Acesso em 12 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.fascisc.com.br>>. Acesso em 13 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.globalmvo.com>>. Acesso em 13 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.guiafloripa.com.br>>. Acesso em 22 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.guiaph.com.br>>. Acesso em 22 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.inmetro.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ipt.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ital.org.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.lcmm.ufsc.br>>. Acesso em 15 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.mct.gov.br>>. Acesso em 15 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.nutec.ce.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.radiojornalismo.com.br>>. Acesso em 15 de maio de 2002.
- Disponível em : <http://www.redeglobo5.globo.com/home_pegn>. Acesso em 13 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.redeglogo.com/globorural>>. Acesso em 13 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.sit.com.br>>. Acesso em 8 de março de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ufes.br>>. Acesso em 30 de abril de 2002.
- Disponível em : <http://www.ufrj.br/cgi_bin/htsearch>. Acesso em 12 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ufsc.br>>. Acesso em 12 de abril de 2002.
- Disponível em : <<http://www.ufscar.br/~dci/profiss.htm>>. Acesso em 15 de maio de 2002.
- Disponível em : <<http://www.usp.br/sibi/nov-tec.html>>. Acesso em 9 de maio de 2002.
- Disponível em: <<http://www.grupompe.com.br/valehist.htm>>. Acesso em: 23 Novembro 2000.
- EDITORIAL, Ações do IBICT para a integração das atividades de informação tecnológica. **Ciência Informação**, v. 20, n. 1, p. 5-6, jan./jun. 1991.
- ENTREVISTA. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 85-93, jan./jun. 1991.

FARNHAN, Neale. **A study of the potential contribution of the british Libary in the information needs of engineers.** London, BLRD, 1982.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio da língua portuguesa.** Rio de Janeiro : Mova Fronteira, 1999. 2128p.

FONSECA, Sérgio de Mattos. **O gerencialmente de populações como instrumento de manejo para a maricultura: estudo de caso em Itaipu, Niterói, RJ.** [mensagem pessoal] Mensagem recebida por <simones@unidavi.edu.br>. Acesso em 24 de nov. 2000.

FURNIVAL, Adriane Chloe. **Redes para cooperação internacional: uma janela de oportunidades para os países recém industrializadas? Ciência da Informação, v. 3, n. 2, p. 115-123, jul./dez. 1998.**

FURTADO, João Salvador. **Informação técnico-econômico: mais importante do que nunca. Ciência da Informação, v. 20, n. 1, p. 20-22, jan./jun. 1991.**

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3. ed. São Paulo : Atlas, 1994. 159 p.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo : Atlas, 1999. 206 p.

GUEDES, Olga. **As novas tecnologias de comunicação e informação: novos mecanismos de exclusão social. Perspectiva da Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 3, n. 1, p. 21-26, jan./jun. 1998.**

GUIMARÃES, José Augusto Chaves. **Moderno profissional da informação : elementos para a formação no Brasil. Transinformação, Campinas, v.9, n.1, jan./abr., 1997.** Disponível em <<http://www.puccamp.br/~biblio/guimarães91.html>>. Acesso em 09 de maio de 2002.

GUINCHAT, Claire ; MENOU, Michel. **Introdução às ciências e técnicas da informação e documentação.** Tradução de Miriam Vieira da Cunha. Brasília : IBICT, 1994. 539p.

IBGE. **Censo demográfico.** 1991. Rio de Janeiro, 1991.

KLINTOE, Kjeld. **Interação entre empresas com necessidades de informação (conhecimento) e a estrutura nacional de centros com previsão de conhecimento acumulado: referência especial à estrutura nacional de serviços de informação, documentação e de biblioteca. Ciência da Informação, v. 20, n. 1, p. 55-57, jan./jun. 1991.**

LAKATOS, Eva Maria ; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo : Atlas, 1991. 270p.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Management information systems : organization and technology**. 4. ed. Upper Saddle River : Prentice Hall, c1996.

MACHADO, Marcia. **Avaliação das perdas econômicas e sociais em áreas críticas catarinenses sob a ética do desenvolvimento sustentável : a experiência de Rancho Queimado**. 1998. 66f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Florianópolis.

_____. **Maricultura como base produtiva de emprego e renda : estudo de caso, para o Distrito de Ribeirão da Ilha no município de Florianópolis – SC – Brasil**. 2002. 175f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Florianópolis.

MANUAL de Gestão de serviços de informação. Curitiba: TECPAR; Brasília : IBICT, 1997. 257p.

MANZONI, Gilberto Caetano. **Cresce o cultivo de moluscos em Santa Catarina**. Disponível em : http://www.cttmar.univali.br/~aoceano/boletim_3/cultivo_moluscos.htm. Acesso em: 23 Novembro 2000.

MELLO, Luís Gustavo Miranda. **Taxas de biodeposição e clareamento do mexilhão. Perna perna em ambiente de cultivo**. 1999. 33f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Florianópolis.

MEXILHÕES. 1 videocassete : VHS, son., color. Port.

MONTALLI, Kátia Maria Lemos et all. **Informação para tecnologia no Brasil: relatório de pesquisa financiada pelo CNPq**. Campinas, UFSCAR/UFMG, 1996.

MONTALLI, Kátia Maria Lemos. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, v. 26, n. 3, p. 321-326, set./dez. 1987.

_____. Informação na indústria de bens de capital no Brasil. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 45-50, jan./jun. 1991.

_____. **Information in the capital goods industry in Brazil**. 1987. 2v. Tese (Doutorado) – Loughborough University of Technology, Loughborough.

NORTON, Bob. Sources and uses of business information. **Aslib Proceedings**, v. 44, n. 4, p. 165-172, 1992.

NOVELLINO, Maria Salete Ferreira. A linguagem como meio de representação ou de comunicação da informação. **Perspectiva da Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 137-155, jul./dez. 1998.

PACHECO, Fernando Flávio. Diretrizes à determinação de perfis tecnológicos industriais como subsídios ao planejamento de centros de informação. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 23-33, jan./jun. 1991.

PAIM, Isis ; NEHMY, Rosa Maria Quadros. Questões sobre a avaliação da informação; uma abordagem inspirada em Giddens. **Perspectiva da Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 81-95, jul./dez. 1998.

PAULINO, Ruth Simão. Serviços de informação para negócios: a experiência da Gazeta Mercantil. **Ciência da Informação**, v. 23, n. 2, p. 217-225, maio/ago. 1994.

PEREIRA, A. ; TEIXEIRA, A. L. ; POLI, C. R. ; BROGNOLI, F. F. ; SILVA, F. C. da ; RUPP, G. S. ; SILVEIRAJR, N. ; ARAÚJO, S. C. **Biologia e Cultivo de Ostras**. Florianópolis : UFSC, 1998. 70p.

PINHEIRO, Marisa Gurjão. Informação para a indústria. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, p. 16-19, jan./jun. 1991.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. 2. ed. São Paulo : Summus, 1989. 101p.

QUEIROZ, Claudia ; SILVEIRA JUNIOR, Nelson. **Cultivo de Ostras**. Florianópolis: ACARESC, 1999. 24p.

RAMOS, Paulo Antônio Baltazar. A indústria no papel de usuário: um projeto de informação que abre espaços. **Ciência da Informação**, v. 16, n. 1, p. 91-95, jan./jun. 1987.

RAMOS, Renata de Souza [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <simones@unidavi.edu.br>. Acesso em 24 de abril de 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social : métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 334 p.

ROBREDO, Jaime ; BOTELHO, Tânia Mara ; CUNHA, Murilo Bastos. Problemas de implantação de serviços de informação em desenvolvimento. **Trans-in-formação**, v.2, n. 2/3, p. 15-32, maio/dez. 1990.

ROSA, Rita de Cássia Cordini. Impacto do Cultivo de Mexilhões nas Comunidades Pesqueiras de Santa Catarina. Florianópolis : UFSC, 1997. 183f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Agrárias , Florianópolis.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 20. ed. Petrópolis : Vozes, 1996. 120 p.

SACHS, Ignacys. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 2. ed. Rio de Janeiro : Garamond, 2002. 95p.

SILBERGER, Kathryn Kemp ; SOUZA, Claudia Gonçalves ; BRIGNHENTI, Neide Caciatori ; BOHN, Maria del Carmem Rivera. Obras de referência : subsídios para uma avaliação criteriosa. Florianópolis : UFSC, 1990. 250p.

SILVA, Edna Lúcia ; MENEZES, Estera. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 2. ed. rev. Florianópolis : Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. 120p.

SOUZA, Marcia Isabel Fugisawa ; PONTES, Cecília Carmem Cunha. Centros referenciais para a pesquisa agropecuária: subsídios para a EMBRAPA. **Trans-informação**, v. 8, n. 2, p.83-98, maio/ago, 1996.

SOUZA, Terezinha de Fátima Carvalho de ; BORGES, Mônica Erichsen Nassif. Instituições provedoras de informação tecnológicas no Brasil : análise do potencial para atuação com informação para negócios. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 1, p. 52-50, jan./abr. 1996.

TARSO, Paulo de. Mexilhões [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <simones@unidavi.edu.br>. Acesso em 24 de nov. 2000.

VALS, Valquiria Martin ; VERGUEIRO, Waldomiro C. S. A gestão da qualidade em serviços de informação no Brasil: uma revisão de literatura. **Perspectiva da Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 1, p. 47-59, jan./jun. 1998.

VIEIRA, Ana da Soledade. Informação tecnológica no Brasil, Pós – PADCT. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 1, p. 59-75, jan./abr. 1996.

7 ANEXOS

7.1 Roteiro da Entrevista

I – CARACTERIZAÇÃO DOS MITILICULTORES E OSTREICULTORES

1 Que tipo de profissional da pesca você é:

- Pescador artesanal
- Microempresário da pesca
- Outros

2 Qual a sua faixa etária?

- 15 a 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- 51 a 60 anos
- acima de 60 anos

3 Qual seu grau de instrução?

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1º grau | 2º grau |
| <input type="checkbox"/> completo | <input type="checkbox"/> completo |
| <input type="checkbox"/> incompleto | <input type="checkbox"/> incompleto |

nível superior

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> completo | <input type="checkbox"/> não frequentou a escola |
| <input type="checkbox"/> incompleto | |

4 Sexo:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> masculino | <input type="checkbox"/> feminino |
|------------------------------------|-----------------------------------|

II – CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

5 Qual é o seu negócio?

III – NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

6 Quais as informações que você precisa para tocar o seu negócio?

- dados estatísticos
- informação tecnológica
- informação sobre mercado
- informação sobre companhias
- informação sobre finanças
- informação sobre legislação
- informação sobre fornecedores
- informação sobre comercialização de produtos
- outros. Quais?

7 Indique quais os assuntos que melhor atende os interesses do seu negócio?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> cultivo de mexilhões | <input type="checkbox"/> técnicas de manejo |
| <input type="checkbox"/> cultivo de ostras | <input type="checkbox"/> aquisição de materiais |
| <input type="checkbox"/> comercialização | <input type="checkbox"/> assistência técnica |
| <input type="checkbox"/> gestão de negócios | <input type="checkbox"/> outros. Quais? |
-
-
-
-
-

IV – PRODUTOS E SERVIÇOS

8 Indique os tipos de serviços que você utiliza ou utilizaria?

SERVIÇOS	UTILIZA	UTILIZARIA
Consulta rápida		
Resposta técnica		
Localização e recuperação de documentos		
Comutação bibliográfica		
Acesso à base de dados		
Consultoria		
Pesquisa bibliográfica		
Prospecção tecnológica		
Extensão tecnológica		
Programa de descentralização do banco de patentes		
Programa de promoção ao patenteamento		
DSI – Disseminação seletiva da informação		

9 Indique o tipo de produtos que você utiliza ou utilizaria?

PRODUTOS	UTILIZA	UTILIZARIA
Boletins informativos		
Promoção de cursos		
Promoção de eventos		
Base de dados		
Guias de informação		
Manuais técnicos		
Vídeos		
Diagnósticos setoriais		
Publicação diversas		
Programa interativo pelo rádio		
Programa interativo pela TV		
Documentários em vídeos		
Outros. Quais?		

V – FONTES DE INFORMAÇÃO

10 Através de que canais e com que frequência você busca informações para seu negócio?

CANAIS	FREQUÊNCIA		
	SEMPRE	ÀS VEZES	NUNCA
Contato com especialista			
Contato com outros maricultores			
Feiras/Eventos			
Jornais			
Livros			
Palestras			
Rádio			
Revistas			
TV			
Outros. Quais?			

11 Indique quais as instituições que você procura ou já procurou para tirar dúvidas/trocar informações /adquirir novos contatos?

- UFSC SEBRAE EPAGRI
 UNIVALI SENAC SENAI
 Núcleo setorial de informação e alimentos/ITAL – Campinas
 Outros. Quais?

12 Se já procurou alguma das instituições acima citadas, qual foi a sua opinião quanto ao atendimento?
