



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

GT 4: Gestão da Informação e do Conhecimento nas Organizações

Modalidade de apresentação: Comunicação Oral

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM AMBIENTES EMPRESARIAIS: UMA ABORDAGEM CENTRADA EM MODELOS MENTAIS

Luciane de Fátima Beckman Cavalcante

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”¹

Marta Lígia Pomim Valentim

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Resumo: A pesquisa visou analisar, em uma empresa de fabricação de celulose, a relação entre o comportamento informacional dos indivíduos e as TICs, enfocando os aspectos cognitivos que desencadeiam tal comportamento, tais como os modelos mentais, com intuito de propor uma sistematização à gestão de comportamento informacional voltado às tecnologias de informação e comunicação aplicadas aos ambientes empresariais. A pesquisa contou com um total de vinte participantes de distintos níveis organizacionais de uma empresa de fabricação de celulose localizada no interior do Estado de São Paulo. Os procedimentos metodológicos foram apoiados pelo método de Laurence Bardin, denominado ‘Análise de Conteúdo’, mais especificamente aplicando-se a técnica ‘Análise Categorical’. Os resultados obtidos propiciaram identificar as representações mentais que os indivíduos pesquisados possuem acerca do comportamento informacional, bem como compreender de que forma a cultura organizacional/cultura informacional pode interferir nesse comportamento. Verificou-se, também, que os indivíduos participantes da pesquisa concebem as TICs como uma ferramenta que auxilia as atividades desenvolvidas na empresa, dinamizando o modo como a informação flui no ambiente organizacional. Acredita-se que as argumentações e discussões apresentadas nesta pesquisa, possam contribuir para o campo da Ciência da Informação, no que tange aos aspectos cognitivos em relação ao comportamento informacional.

Palavras-Chave: Comportamento Informacional; Cultura Informacional; Cultura Organizacional; Cognição; Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs); Modelos Mentais.

¹ O presente trabalho foi elaborado com base nos resultados obtidos com o desenvolvimento de dissertação de Mestrado, entre 2008 a 2010. A elaboração da dissertação contou com o fomento da FAPESP.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

1 Introdução

No cenário organizacional os indivíduos estabelecem relações com uma infinidade de elementos tais como a cultura organizacional, fluxos de informação, tecnologias, pessoas etc., elementos que podem influir no comportamento do indivíduo em relação ao modo como este último lida com a informação no contexto organizacional.

Desse modo, o comportamento dos indivíduos em relação à informação no contexto organizacional — ou comportamento informacional — é de extrema relevância para a estruturação de todas as atividades desenvolvidas na organização, visto que os indivíduos se constituem em um dos alicerces da organização, porquanto é por eles que direta ou indiretamente perpassam os processos organizacionais e, naturalmente, a informação.

Cabe destacar ainda, que cada indivíduo pertencente à organização possui suas próprias características, personalidade e comportamento, os quais são influenciados pela cultura organizacional e, assim, exercem influência nos processos organizacionais. Por meio dos próprios processos cognitivos, o indivíduo interpreta o contexto em que está inserido e “cria” uma representação mental do mesmo, o que por sua vez pode influir no próprio comportamento e atitude.

Nesse sentido, é relevante realizar uma análise desse ator organizacional sob o enfoque cognitivo, uma vez que o comportamento informacional desencadeado por ele pode derivar de processos e representações presentes em sua mente, o que pode influenciar também no modo como as pessoas lidam com as TICs. Denota-se também



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

que pesquisas embasadas neste enfoque podem possibilitar estudos comparados do comportamento informacional em diferentes níveis, assim como propiciam compreender a influência da cultura organizacional no comportamento informacional dos indivíduos.

Pelo exposto, pretendeu-se analisar em uma empresa de fabricação de celulose, a relação entre o comportamento informacional dos indivíduos e as TICs, enfocando os aspectos cognitivos que desencadeiam tal comportamento, como os modelos mentais, com intuito de propor uma sistematização para a gestão do comportamento informacional.

No intuito de atingir os objetivos propostos foram utilizados os seguintes instrumentos de coleta de dados: questionário estruturado com questões abertas, fechadas e interdependentes, entrevista com os sujeitos escolhidos e análise de documentos da empresa. Ressalta-se que os procedimentos metodológicos relacionados à análise de dados foram apoiados no método de Laurence Bardin, denominado 'Análise de Conteúdo', mais especificamente, aplicando-se a técnica 'Análise Categorical'.

Acredita-se que a abordagem proposta pela pesquisa, pode vir a contribuir para as discussões na Ciência da Informação acerca do comportamento informacional em ambientes empresariais, mais especificamente no que tange as pessoas e seus processos cognitivos, essenciais ao desenvolvimento do comportamento informacional.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

2 Cultura Organizacional, Cultura Informacional e Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)

Nas organizações a cultura organizacional é a base que move as ações dos indivíduos, por meio dos valores, crenças, mitos, histórias etc., os quais são compartilhados pelos membros da organização. Nesse sentido, a cultura organizacional é influenciadora do comportamento organizacional e informacional de um determinado ambiente.

Schein (2001, p.29-36) defende que a cultura organizacional serve tanto para adaptação de um grupo a um determinado ambiente, quanto para integrar e fazer com que tal grupo a adote como a forma correta de pensar e agir. Ou seja, a cultura organizacional permeia toda a organização e é a responsável pelo modo como as pessoas agem no ambiente organizacional, influenciando seus comportamentos e atitudes.

Como parte integrante à cultura organizacional tem-se a cultura informacional, a qual está vinculada ao modo como as pessoas se relacionam com a informação e o conhecimento no contexto organizacional, seja no acesso, interpretação, apropriação, compartilhamento e uso da informação e do conhecimento, seja para a geração de informação e conhecimento.

Woida e Valentim (2006, p.40) argumentam que a cultura informacional compreende um “[...] conjunto de pressupostos básicos compostos por princípios, valores, crenças, ritos e comportamentos positivos em relação à construção, socialização, compartilhamento e uso de dados, informação e conhecimento no âmbito corporativo”. Davenport e Prusak (1998, p.110) explicam que a cultura informacional refere-se ao comportamento das pessoas em relação à informação, o que implica diretamente no modo como a informação é “trabalhada” pelos membros da organização.

A cultura informacional está centrada em elementos relacionados aos comportamentos informacionais no contexto organizacional, uma vez que a mesma tem forte influência sobre o comportamento dos indivíduos, e estes a interpretam como forma de delinear suas condutas a partir do que lhes é apresentado no ambiente organizacional.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

Nesse sentido, se a cultura informacional de uma empresa estiver apoiada em crenças e valores direcionados a um melhor aproveitamento da informação, logo os indivíduos podem desenvolver comportamentos informacionais proativos com base nas interpretações e representações mentais feitas acerca dessa cultura, bem como no grau de influência que ela exerce sobre esses indivíduos, uma vez que os mesmos interpretam a cultura de modo distinto.

A cultura informacional pode também propiciar o uso mais assertivo das tecnologias de informação e comunicação, e estas por outro lado dinamizam a informação no contexto organizacional atuando como ferramentas importantes para que os gestores lidem com os intensos fluxos informacionais nos quais a organização está envolta. Desse modo, a cultura informacional também atua no modo como os indivíduos concebem as TICs no sentido de busca, acesso, compartilhamento disseminação e uso da informação.

Considera-se que no contexto organizacional, mais especificamente às questões relacionadas ao comportamento informacional, as TICs são importantes para o indivíduo, visto que ampliam as possibilidades informacionais bem como, propiciam que a informação seja compartilhada e disseminada de forma rápida e ágil. Entretanto é oportuno destacar que a funcionalidade das tecnologias está relacionada ao modo como os indivíduos se adaptam, bem como as utilizam com o intuito de buscar, acessar e compartilhar informações.

3 Comportamento Informacional e Modelos Mentais

Sabemos que o comportamento informacional está vinculado às relações que os indivíduos estabelecem com a informação em determinados contextos, abordando elementos que englobam o contexto das necessidades, busca e uso da informação.

De acordo com Davenport e Prusak (1998, p.110) e Spink e Cole (2006, p.25), o comportamento informacional está relacionado às atitudes em relação à informação, ou seja, sua busca, recuperação, filtragem, uso e disseminação. Já Wilson (2000, p.49) define comportamento informacional como sendo “[...] a totalidade do comportamento



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo a busca de informação ativa e passiva, além do uso da informação”.

Em relação ao contexto organizacional Woida e Valentim (2008, p.95-96) argumentam que o comportamento informacional resulta da “[...] incorporação e da prática de elementos da cultura informacional existentes na organização que valoriza a informação, bem como propicia que esse valor seja transformado em ações de busca, captura, aquisição, compartilhamento e uso para a tomada de decisão”, nos levando ao entendimento de que o comportamento informacional é algo intrínseco a cada organização.

Como abordado anteriormente, o comportamento informacional engloba elementos tais como: necessidade, busca e uso da informação. Desse modo, a seguir, será feito um breve destaque de três elementos fundamentais ao processo informacional.

Calva González (2004, p.68) argumenta que as necessidades de informação relacionam-se “[...] a carência que um indivíduo tem de conhecimentos e informação causados por fatores externos e internos que provocam um estado de insatisfação” neste indivíduo. De acordo com esta autora, as necessidades de informação surgem por inquietações, tanto internas quanto externas ao usuário, revelando que essas necessidades podem surgir da relação do indivíduo com o meio.

O comportamento de busca da informação está relacionado ao modo e aos meios pelos quais os indivíduos visam alterar o seu estado inicial de conhecimento. Já o comportamento de uso da informação relaciona-se a seleção e ao processamento da informação, de modo a responder a uma pergunta, resolver um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou entender uma situação. No contexto organizacional, usar a informação está relacionado aos processos de tomada de decisão da organização.

Choo (2003, p.60) afirma que as organizações usam a informação em três arenas, para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. Ainda segundo Choo (2003), a criação de significados estaria ligada ao modo como os indivíduos “percebem” o ambiente no qual estão inseridos, a construção de conhecimento estaria relacionada ao preenchimento de lacunas de conhecimento existentes nos indivíduos, e a tomada de decisão estaria vinculada aos cursos de ação.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

Wilson (2000) relaciona o uso da informação a atos físicos e mentais em relação à informação, ou seja, a informação advinda da busca pode ser utilizada por diversos meios, gerando novos conhecimentos.

Pelo exposto observa-se que as ações dos indivíduos estão vinculadas às percepções que os mesmos trazem em suas mentes. Percepções estas que podem interferir no comportamento dos mesmos e, por conseguinte, no comportamento informacional existente no contexto organizacional. Desse modo, o comportamento informacional dos indivíduos pode estar sujeito às interpretações e assimilações que os mesmos trazem em suas mentes, fator que fornece parâmetros para que tal comportamento também seja estudado sob a ótica dos modelos mentais.

De acordo com Senge (1995, p.221) modelos mentais são “[...] imagens, pressupostos e/ou histórias que trazemos, em nossas mentes acerca de nós mesmos, sobre outras pessoas, instituições e todos os aspectos do mundo”. Portanto, os modelos mentais correspondem a todas as relações, interpretações, percepções, crenças, valores e imagens arraigados na mente humana, constituindo-se no que se traz na mente em relação ao mundo vivenciado, podendo influenciar em comportamentos e atitudes.

Nesse sentido, as imagens, crenças e valores que constituem o modelo mental podem corresponder a arquétipos, visto que esses arquétipos remetem a uma realidade coletiva, construídos socialmente e sob influência da cultura. No entanto, muitas vezes, os arquétipos não correspondem ao modelo mental construído, denotando assim a necessidade de adaptação e/ou mudança do modelo mental.

Mesmo estando arraigados na mente humana, os modelos mentais são passíveis de mudança, visto que o indivíduo pode vir a “construir” uma nova representação de determinado elemento, em substituição a uma que ele tenha tomado como certa para si.

Denota-se assim, a necessidade de socialização dos modelos mentais por parte do indivíduo, tendo em vista que quando são compartilhados evidenciam-se os elementos presentes nesses modelos que determinam à conduta humana bem como, são reconhecidos modelos mentais em comum, o que possibilita um entendimento de determinadas ações dos indivíduos – no caso dos indivíduos no contexto organizacional – em relação à informação.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

Senge (1995, p.222) explica que o fato de um mesmo fenômeno ser interpretado de forma diferente pelas pessoas, reside na existência de modelos mentais distintos. Reportando essa afirmação para o âmbito do comportamento informacional, denota-se que os modelos mentais que determinada pessoa possui acerca da informação e do que seja um comportamento em relação a esta informação diferem da representação mental que outra pessoa possua acerca de tais elementos, implicando em comportamentos informacionais distintos.

Portanto é importante identificar os modelos mentais dos membros de uma organização, contudo, essa é uma tarefa extremamente delicada e complexa, ao passo que abarca não só os modelos mentais construídos junto ao contexto organizacional em si, mas também engloba o contexto cultural e social dos indivíduos, bem como a cultura organizacional e informacional da organização.

4 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa caracterizou-se como estudo de caso de natureza qualitativa e quantitativa, cujo universo compreendeu uma empresa de fabricação de celulose localizada no interior do Estado de São Paulo, atuante no mercado a mais de vinte anos. Os sujeitos participantes da pesquisa foram os funcionários de diferentes níveis organizacionais da referida empresa. Utilizou-se para a de coleta de dados, um questionário estruturado contendo questões abertas, fechadas e interdependentes e uma entrevista semi-estruturada. Ressalta-se que os dados apresentados neste trabalho referem-se aos dados obtidos e analisados com as entrevistas.

As entrevistas foram analisadas utilizando-se o método 'Análise de Conteúdo' de Laurence Bardin, mais especificamente a técnica 'Análise Categorial' a qual implica em analisar o discurso em categorias. Explica-se que a análise de conteúdo é um "[...] conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens" (BARDIN, c1977, p.42).



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

A análise de conteúdo é realizada em três fases, a *pré-análise*: que consiste de modo geral na organização do material a ser analisado; a *exploração do material*: começa na etapa anterior, de modo a aprofundar mais a análise utilizando-se de procedimentos, como a classificação, codificação e a categorização; o *tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação*: etapa em que os dados brutos são interpretados. Pode-se afirmar que as fases da análise de conteúdo são interligadas.

Nesse sentido, a análise de conteúdo do presente estudo centrou-se nas seguintes categorias: comportamento informacional, cultura organizacional/cultura informacional e tecnologias de informação e comunicação. Ressalta-se que a literatura abordada contribuiu ao delineamento destas categorias. Desse modo, após a gravação e posterior transcrição, as entrevistas foram analisadas visando verificar a presença ou ausência de elementos relacionados às categorias propostas.

A análise proporcionou conhecer alguns conceitos atribuídos ao comportamento informacional pelos entrevistados, bem como os aspectos considerados importantes a este comportamento, fornecendo subsídio à compreensão da percepção dos sujeitos acerca do comportamento informacional.

5 Resultados

5.1 Análise da Categoria Comportamento Informacional

Foi percebido pelas entrevistas realizadas junto aos colaboradores da empresa, que os indivíduos não compreendem claramente o que seja 'comportamento informacional'. Entretanto, os entrevistados apresentam posturas relacionadas a tal comportamento, como o compartilhamento de informações, a busca de informações e a utilização de fontes de informação. Ressalta-se que sem conhecer o que é comportamento informacional a empresa não consegue realizar a gestão da informação eficiente junto aos próprios colaboradores e, por consequência, aspectos importantes desse comportamento acabam ficando de lado, além é claro da informação não ser trabalhada de forma mais assertiva nesse ambiente.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

O compartilhamento de informações tanto no âmbito interno quanto no âmbito externo, foi destacado de um modo geral pelos entrevistados. No entanto, infere-se que mesmo mencionando a importância do compartilhamento de informações no ambiente interno, verificou-se a partir da fala dos entrevistados que o compartilhamento, segundo eles, é relacionado ao relato de informações.

Davenport e Prusak (1998, p.115) argumentam que o compartilhamento de informações deve ser concebido como um ato voluntário de colocar informações à disposição de outros, uma vez que “[...] compartilhar não deve ser confundido com relatar, que é uma troca involuntária de informações de maneira estruturada e rotineira”.

Outro aspecto importante mencionado por pessoas do nível estratégico da empresa refere-se à questão da qualidade e precisão das informações, assim como o fato de que o indivíduo não pode ser apenas um receptor passivo de informações, conforme explicou um dos entrevistados ao argumentar que: “[...] *existe um grau de informação que chega até as pessoas, e um grau de informação que elas têm que buscar*”.

Infere-se em relação a essa situação que a empresa deve se preocupar com a questão da competência informacional² de seus colaboradores, uma vez que para ser competente em informação a pessoa deve ser capaz de reconhecer quando precisa de uma informação e possuir a habilidade para localizar, avaliar e usar efetivamente a informação (ALA³, 1989).

Dessa forma, no “[...] contexto do trabalho a competência informacional é aquela que habilita os indivíduos, para lidar com todas as fontes de informação, no sentido de organizar, filtrar e selecionar o que realmente é importante para a tomada de decisão [...]” como argumentam Santos, Duarte e Prata (2008, p.218). Miranda (2004, p.121) explica que o “[...] desenvolvimento de competências informacionais pode tornar mais efetivo o trabalho de qualquer profissional no tocante às tarefas ligadas à informação, principalmente em atividades intensivas em informação”.

² Tendo em vista o amplo contexto da competência informacional, optou-se por utilizar apenas um dos conceitos sobre esta temática, como uma breve forma de elucidar um dos pontos que podem ser trabalhados em organizações empresariais, visto que uma discussão mais profunda sobre este tema demandaria mais tempo.

³ American Library Association.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

Os argumentos citados são válidos ao contexto organizacional, tendo em vista que as empresas estão envoltas em fluxos informacionais tanto internos quanto externos. Nesse sentido, identificar as competências informacionais dos atores organizacionais é importante para o desenvolvimento do comportamento informacional.

Em relação às fontes de informação utilizadas, os entrevistados destacaram algumas como: intranet, jornal da empresa, mural, arquivos técnicos, internet, banco de dados, sistema ERP, entre outras. É importante ressaltar que a maioria dos entrevistados destacou as pessoas como uma importante fonte de informação. Ou seja, os indivíduos que atuam em uma organização trazem consigo informações e conhecimentos, que por sua vez ao serem socializados podem contribuir para o desenvolvimento das atividades organizacionais, bem como propiciar a construção de novos conhecimentos como abordado por Nonaka e Takeushi (1997, p.80).

Uma das intenções da presente categoria foi verificar quais os conceitos que os entrevistados concebiam em relação ao comportamento informacional, no intuito de estabelecer parâmetros sobre a representação mental que os indivíduos possuíam acerca do que seja comportamento informacional.

Desse modo, infere-se a partir dos conceitos abrangidos pelos entrevistados, que a visão compartilhada do que seja comportamento informacional é relacionada ao modo como as pessoas buscam, trocam e disseminam informação na empresa, com a finalidade de agilizar o fluxo informacional, e ao ato de comunicar a informação.

O argumento exposto talvez explique o fato de muitos entrevistados relacionarem o comportamento informacional à comunicação. No entanto, a comunicação é apenas um dos elementos que pode propiciar o desenvolvimento do comportamento informacional, uma vez que a informação advinda de um canal de comunicação somente é útil de fato a partir do momento em que o indivíduo atribui significado a informação e a apropria para uso ou construção de novo conhecimento.

É importante ressaltar que os entrevistados – inclusive aqueles ligados aos níveis estratégicos –, não abordaram como elemento constituinte do comportamento informacional, a identificação das necessidades informacionais. Este um aspecto preocupante, pois é a partir do reconhecimento das necessidades informacionais



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
 Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
 informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

existentes em uma empresa, que os gestores empresariais podem desenvolver mecanismos para a gestão do comportamento informacional dos indivíduos, bem como levantar fontes de informação que possam ser utilizadas no âmbito organizacional.

A Figura 1 engloba os conceitos percebidos sobre comportamento informacional expressos pelos entrevistados, bem como os aspectos que eles consideram importantes para esse tipo de comportamento.

Conceitos Relacionados ao Comportamento Informacional na Visão dos Entrevistados	Aspectos Considerados Importantes ao Comportamento Informacional
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Troca de informações. ▪ Receber e compartilhar a informação. ▪ Conversar e relatar as experiências sobre problemas já vivenciados na empresa. ▪ Buscar e disseminar a informação, com a finalidade de ajudar a equipe de trabalho. ▪ Manter as pessoas informadas. ▪ Passar a informação de modo que a mesma flua rapidamente. ▪ Troca de experiências, a busca e a troca de informação e comunicação. ▪ Modo como as informações fluem no ambiente de trabalho. ▪ Agilizar o trabalho. ▪ Disseminar a informação. ▪ Propiciar a disseminação das informações. ▪ Modo como as pessoas informam as outras pessoas no ambiente de trabalho. ▪ Disponibilidade para disseminar a informação. ▪ Grau de informação que chega até o indivíduo, e grau que este indivíduo tem que buscar a informação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber falar e também saber ouvir. ▪ Vontade das pessoas em aprender, e em buscar informação e conhecimento. ▪ Não haver resistência das pessoas em disseminar e compartilhar informações. ▪ Sinceridade em compartilhar informações. ▪ <i>Feedback</i> informacional dos colegas de trabalho. ▪ Registro correto das informações. ▪ Incitativa das pessoas em buscar informações de forma autônoma. ▪ Senso de responsabilidade e compromisso com a informação, fazer uma análise crítica da informação antes de repassá-la. ▪ Como as informações serão utilizadas a partir do momento do acesso às mesmas (uso das informações). ▪ Uso da informação, dos computadores e bancos de dados da empresa. ▪ Vontade de compartilhar informação, interatividade na comunicação, bem como não reter informação. ▪ Atenção das pessoas ao que está sendo comunicado. ▪ Veracidade das informações compartilhadas. ▪ Disponibilidade em compartilhar a informação.

Figura 1: Conceitos sobre Comportamento Informacional.

Fonte: Cavalcante – 2010.

Pelo exposto em relação à categoria comportamento informacional, foi possível inferir que os indivíduos pertencentes à empresa pesquisada possuem determinados comportamentos informacionais, apesar de desconhecerem o que seja o comportamento



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

em relação à informação. Também foi possível identificar através do levantamento de alguns conceitos acerca do comportamento informacional presentes na fala dos entrevistados, a representação mental que os indivíduos possuíam acerca do comportamento informacional.

Um ponto muito importante e que se destacou nesta categoria foi à constatação da valorização das pessoas como fonte de informação no contexto organizacional. Infere-se que esse valor disseminado no espaço organizacional possibilita entre outros fatores, a troca e o compartilhamento de informações entre as pessoas, bem como contribui para criação do conhecimento organizacional.

5.2 Análise da Categoria Cultura Organizacional/Cultura informacional

Em relação a esta categoria infere-se que os entrevistados têm conhecimento da importância da informação para o ambiente organizacional. A empresa possui uma rotina de reuniões diárias em cada um dos setores que a compõe. Essas reuniões são fundamentais para a difusão da cultura informacional porque possibilitam a troca e o compartilhamento de informações entre os colaboradores, fato que pode influir na resolução de problemas, bem como na percepção de riscos e ameaças futuras além de propiciar a tomada de decisão mais assertiva.

Observa-se que existe uma valorização da alta administração da empresa em relação ao colaborador, não como peça condutora das atividades da empresa mas, sobretudo como indivíduo responsável por conhecimentos valiosos, assumindo o *status* de colaborador nas resoluções de problemas e no processo decisório. Infere-se que a valorização das pessoas é um elemento importante da cultura organizacional da empresa pesquisada, pois tal valorização também age como um fator motivacional ao comportamento que o indivíduo desenvolve.

Observou-se entre os entrevistados que a relevância da comunicação interna é fundamental. Fauat (2007, p.46) explica que tal comunicação “[...] é aquela voltada para o segmento interno da organização buscando informar e integrar os vários segmentos deste público aos objetivos e interesses organizacionais [...]”. Sobre esse aspecto, a empresa disponibiliza os mais diversos canais de comunicação aos seus colaboradores, desde a



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

tradicional caixa de sugestão e o mural, até intranet, internet e os recursos disponibilizados como, por exemplo, o uso do *e-mail*.

Além disso, mais recentemente foi implantada uma seção de comunicação (reunião com a liderança da empresa), recurso importante para que haja o compartilhamento de informação entre as áreas e setores da empresa, bem como para manter os colaboradores informados do andamento da fábrica tanto no que tange às questões de cunho interno, quanto às questões de cunho externo.

Denota-se que apesar do grupo ao qual a empresa participante faz parte, ter criado recentemente um Código de Conduta que estabelece alguns critérios em relação à divulgação de informações, ainda existe a necessidade da sistematização de normas voltadas ao incentivo de um comportamento informacional proativo.

Ressalta-se que a sistematização de tais normas só obterá resultados se estiver imbricada à cultura organizacional e cultura informacional, uma vez que essas repousam e estão alicerçadas sobre um conjunto de significados e simbologias que são compartilhados coletivamente, sendo esses vinculados ao modo como as pessoas 'tratam' a informação e o conhecimento no contexto organizacional.

Infere-se que a partir da compreensão sobre o que seja comportamento informacional, é possível que a gestão seja trabalhada de modo assertivo no contexto da empresa pesquisada, aperfeiçoando assim os processos e serviços desenvolvidos internamente, bem como gerando mais conhecimento. Tal compreensão também possibilita identificar as necessidades de informação dos colaboradores, as fontes de informação mais utilizadas pelos indivíduos para buscar informações e resolver problemas no contexto da empresa, e também identificar como as TICs existentes na empresa podem auxiliar o comportamento informacional dos colaboradores.

5.3 Análise da Categoria TICs

As tecnologias de informação existentes na empresa segundo os entrevistados propiciam agilidade e rapidez dos processos e serviços desenvolvidos. A maioria destacou algumas TICs como sendo fontes de informação como, por exemplo, as bases de dados, os relatórios eletrônicos e a intranet, sendo esse um fator importante, pois



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

demonstra que a maioria dos entrevistados compreende a importância da tecnologia como um recurso que dinamiza a informação no sentido de busca, acesso e disseminação.

No entanto, os entrevistados ressaltaram que mesmo com toda a agilidade e rapidez proporcionada pelas tecnologias, a maioria das pessoas não perdeu a essência do contato, do face a face, da valorização das pessoas mais experientes como fonte importante de informação para a resolução de problemas, visto que argumentaram que o *feedback* informacional relacionado ao contato pessoal é maior do que o proporcionado pelas tecnologias.

Dessa forma, observou-se que as informações obtidas na entrevista proporcionaram compreender a visão que os indivíduos pertencentes à empresa possuem em relação às TICs, bem como o entendimento dos colaboradores acerca da funcionalidade dessas ferramentas no que diz respeito à informação. Infere-se que os entrevistados compreendem a relevância das TICs para o contexto organizacional, as tendo como ferramentas para o desenvolvimento de processos, atividades e tarefas. Contudo, acreditam que as pessoas são os elementos mais importantes do contexto organizacional.

7 Sistematização da Gestão do Comportamento Informacional voltado às TICs

Após análise das categorias propostas, bem como com base na literatura concernente ao escopo da pesquisa, optou-se por uma sistematização de modo simplificado dos principais elementos abordados na pesquisa, considerando que o enfoque em tais elementos seja um dos meios que podem auxiliar a gestão do comportamento informacional em organizações empresariais servindo ainda como um guia para determinadas ações ou contextos.

Nesse sentido, a sistematização apresentada na Figura 2 propõe que a gestão do o comportamento informacional voltadas às TICs nas organizações empresariais seja alicerçada nos seguintes elementos:

Cultura organizacional e cultura informacional: ambas centram-se em valores e crenças que podem delinear comportamentos e atitudes, desse modo é por tais culturas



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

que os gestores podem inculcar nos colaboradores as crenças sobre a relevância da informação para o contexto organizacional. Ressalta-se que o enfoque de tais culturas deve voltar-se a propiciar o desenvolvimento de uma representação mental compartilhada entre os atores organizacionais acerca de comportamentos informacionais proativos. A cultura organizacional também deve propiciar que sejam desenvolvidas competências voltadas ao uso das tecnologias de informação e comunicação pelos colaboradores da organização.

Comunicação: A comunicação atua como o elemento difusor da cultura, através dos fluxos informacionais e dos canais de comunicação da empresa. A comunicação atua ainda como elemento de interação social. Desse modo, no que tange ao comportamento informacional, a comunicação pode contribuir de forma a difundir a importância de comportamentos proativos em relação à informação no contexto organizacional e também do uso das TICs.

Arenas de uso da informação: Apóiam-se na criação de significado de modo a propiciar a construção de conhecimento voltada à tomada de decisão. Propostas por Choo (2003) compreendem o modo como os indivíduos interpretam os sinais do ambiente como forma de construir conhecimento que propicie o melhor uso das informações.

Tecnologias de Informação e Comunicação: As TICs atuam como ferramentas aplicadas ao comportamento informacional, pois a partir delas os indivíduos podem disseminar e compartilhar informações de forma mais rápida, e também utilizá-las como fontes de informação. Ressalta-se, no entanto, que é preciso capacitar os indivíduos para que estes saibam utilizar as TICs em sua totalidade, utilizando-as de forma a dinamizar os comportamentos em relação à informação.

Elementos Cognitivos: Os elementos cognitivos correspondem aos modelos mentais, isto é, são as representações mentais acerca de comportamentos em relação à informação e acerca da cultura informacional. Desse modo, tais modelos no âmbito organizacional podem estabelecer relações com a cultura organizacional e informacional desse ambiente. Os modelos mentais perpassam por todos os elementos anteriormente citados. Também no âmbito dos elementos cognitivos existem os mapas cognitivos, que correspondem à estruturação dos modelos mentais.

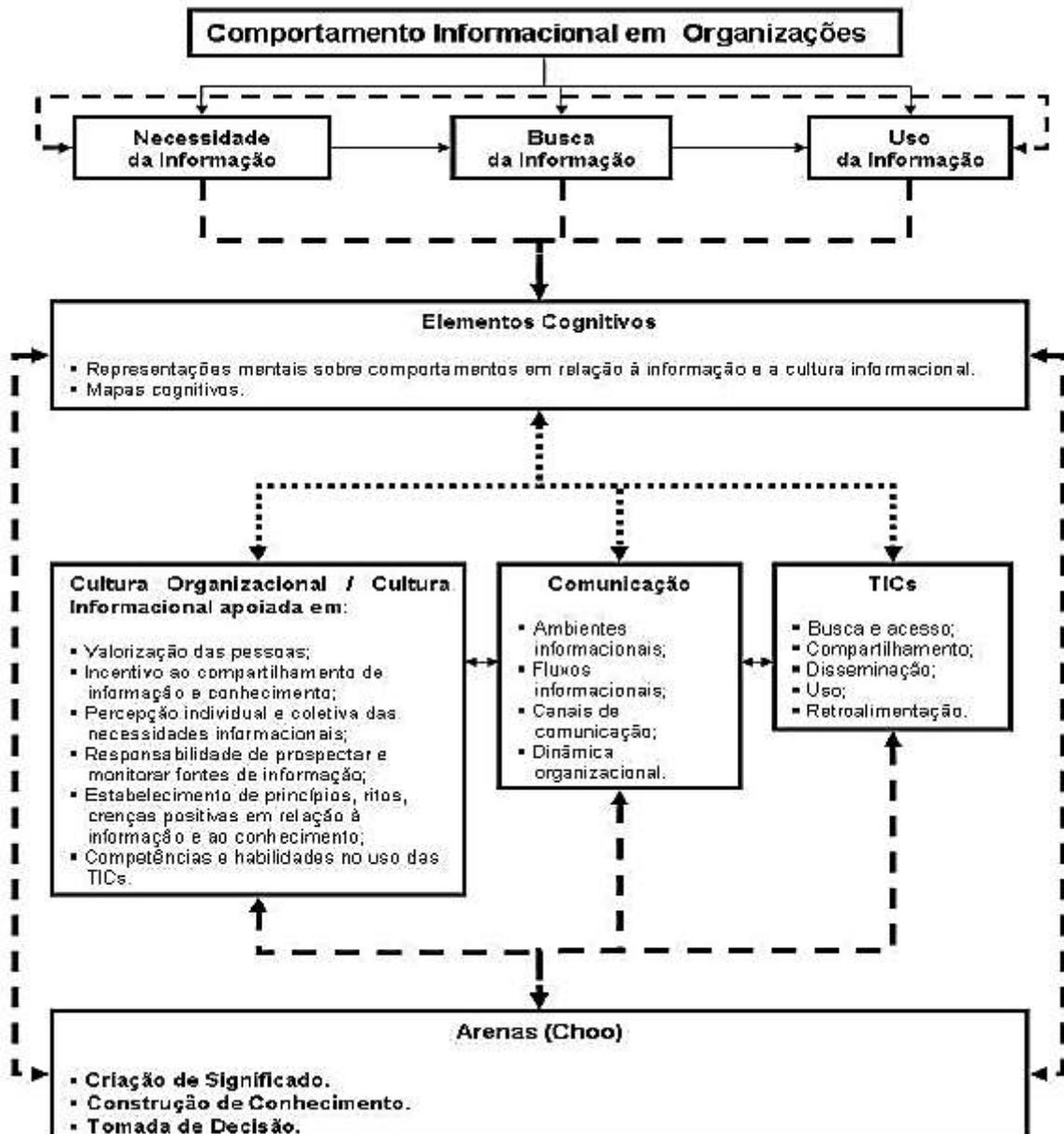


Figura 2: Sistematização de Comportamento Informacional voltado às TICs.

Fonte: Cavalcanti – 2010.

Em suma, a sistematização apresentada propõe que o comportamento informacional nas organizações empresariais seja alicerçado em uma cultura organizacional e informacional, cujo enfoque propicie o desenvolvimento de uma representação mental compartilhada entre os atores organizacionais acerca de



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

comportamentos informacionais. A comunicação deve ser compreendida como o elemento difusor da cultura, de modo que seja possível inculcar nas pessoas a importância do uso das TICs, como recursos complementares ao comportamento informacional.

Pelo exposto defende-se que a sistematização proposta engloba os principais elementos abordados na presente pesquisa em relação ao comportamento informacional. Além disso, espera-se que a sistematização possa contribuir para estudos futuros no campo da Ciência da Informação, no que tange à compreensão do comportamento informacional em ambientes empresariais, desde que o enfoque seja realizado nos aspectos cognitivos de tal comportamento. Por fim, ressalta-se que a presente sistematização está aberta para complementações, uma vez que a realidade organizacional e o comportamento informacional estão envoltos em constantes discussões teóricas as quais podem fornecer novos elementos que a complementem.

Considerações Finais

A partir da afirmativa de que a informação e conhecimento são insumos ao desenvolvimento organizacional, defende-se que esses elementos sejam mais bem trabalhados em tal contexto. É necessário compreender o comportamento informacional das pessoas que atuam em uma determinada organização, sob o enfoque da cultura organizacional e dos modelos mentais, porquanto os mesmos podem influenciar no modo como os indivíduos concebem a informação no ambiente organizacional, bem como no uso das TICs.

A literatura analisada proporcionou uma melhor compreensão sobre cultura organizacional, cultura informacional, comportamento informacional, modelos mentais e tecnologias de informação e comunicação como ferramentas essenciais para o desenvolvimento de processos e atividades organizacionais. Com base na literatura denota-se que os modelos mentais dos indivíduos estão ligados ao modo com que as pessoas interpretam determinadas realidades, contextos ou situações, baseando o próprio comportamento na interpretação estabelecida. Desse modo, o comportamento informacional dos indivíduos em uma determinada organização pode decorrer da



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

representação mental elaborada por eles, cuja base é a interpretação do que lhes é apresentado no âmbito da cultura organizacional/cultura informacional.

A pesquisa possibilitou a compreensão de que é necessária a adoção de meios que elucidem a questão do comportamento informacional e sua importância ao desenvolvimento dos processos e atividades organizacionais, uma vez que como verificado na empresa pesquisada as pessoas desconhecem o que seja comportamento informacional, mesmo adotando algumas posturas imbricadas a ele.

Foi possível compreender que a cultura organizacional da empresa pesquisada valoriza as pessoas no contexto organizacional, e a cultura informacional propicia o compartilhamento de informações internamente e externamente.

Através da pesquisa elucidou-se que os indivíduos consideram as TICs ferramentas importantes ao contexto organizacional, entretanto, mesmo se valendo delas para acessar, buscar e compartilhar informações, as pessoas são compreendidas como as principais fontes de informação da empresa pesquisada.

Além disso, foi possível apresentar uma proposta inicial aplicada à gestão do comportamento informacional em organizações empresariais, sendo que a gestão pode ser realizada apoiada nos elementos presentes na sistematização, quais sejam: a cultura organizacional/cultura informacional, os modelos mentais (aspectos cognitivos) e a comunicação.

Espera-se que as argumentações e discussões apresentadas neste trabalho possam contribuir com as discussões no campo da Ciência da Informação, mais especificamente no que tange aos aspectos cognitivos em relação ao comportamento informacional, visto que seu comportamento informacional está relacionado aos aspectos contextuais, culturais e cognitivos.

Abstract: The research aimed to analyze at an enterprise of cellulose fabrication the relation between the informational behavior of individuals and the ICTs focusing cognitive aspects that unleash this behavior as mental models. The objective was proposing systematization to the informational behavior management turned to information and communication technologies applied to entrepreneurial environment. The research was composed by twenty subjects from different organizational levels of an enterprise of cellulose fabrication located on the suburb of Sao Paulo state. The methodological



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

proceedings were supported by Laurence Bardin method denominated 'Content Analysis' more especially applying the 'Categorical Analysis' technique. The results propitiated identifying of mental representations possessed by the research subjects about informational behavior and also it became possible to comprehend how the organizational culture/ informational culture can interfere in this behavior. It verifies also that the research subjects conceive the ICTs as a tool to help activities developed in the enterprise giving dynamism to the way as information flows in the organizational environment. It is believed that argumentations and discussions presented by this research can contribute for the Information Science field on what is related to cognitive aspects in relation to informational behavior.

Key-words: Informational Behavior; Informational Culture; Organizational Culture; Cognition; Information and Communication Technologies (ICTs); Mental Models.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, c1977. 226p.

BERGAMINI, C. W. **Psicologia aplicada à administração de empresas**: psicologia do comportamento humano na empresa. São Paulo: Atlas, 1973.

CALVA GONZÁLEZ, J. J. **Las necesidades de información**: fundamentos teóricos y métodos. México: UNAM/CUIB, 2004.

CAVALCANTE, L. de F. B. **Gestão do comportamento informacional apoiada na cultura organizacional e em modelos mentais**. Marília: UNESP, 2010. 240f.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – Faculdade de Filosofia e Ciências – Universidade Estadual Paulista (UNESP).

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora SENAC, 2003. 425p.

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. 316p.

FAUAT, A. M. **Comunicação organizacional e padrões de comportamento informacional de gestores e analistas de risco de crédito em instituições financeiras**



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

governamentais. Brasília: UnB, 2007. 169f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - Universidade de Brasília (UnB).

MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. **Ciência da Informação**, Brasília, v.33, n.2, ago. 2004 . Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000200012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 5 fev. 2010.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 358p.

SANTOS, E. M. dos; DUARTE, E. A. Cidadania e trabalho na sociedade da informação: uma abordagem baseada na competência informacional. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.13, n.3, p.208-222, set./dez.2008.

SENGE, P. et al. **A quinta disciplina**: caderno de campo. São Paulo: Qualitymark, 1995.

SCHEIN, E. H. **Guia de sobrevivência da cultura corporativa**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001. 191p.

SPINK, A.; COLE, C. Human information behavior: integrating diverse approaches and information use. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v.57, n.1, p.25-35, 2006.

VALENTIM, M. L. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações.

DataGramZero, Rio de Janeiro, v.4, n.3, p.1-23, jun. 2003. Disponível em:

<http://www.dgz.org.br/jun03/Art_03.htm>. Acesso em: 03 de jul. 2008.

_____. **Gestão da informação e gestão do conhecimento no âmbito da ciência da informação**. São Paulo: Polis; Cultura Acadêmica, 2008.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science Research**, Colorado, v.3, n.2, 2000.

WOIDA, L.M.; VALENTIM, M. L. P. Cultura organizacional/cultura informacional: a base do processo de inteligência competitiva organizacional. In: VALENTIM, M. L. P. (Org.).



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da
informação

Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

Informação, conhecimento e inteligência organizacional. Marília: FUNDEPE Editora,
2006. p.25-44; 282p.