XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XIII ENANCIB 2012

GT3 Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM AMBIENTES ORGANIZACIONAIS:
Abordagem de Estudo do Contexto Social

Comunicação Oral

NADI HELENA PRESSER – UFPE
EDIVANIO DUARTE DE SOUZA – UFAL
edivanioduarte@gmail.com

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM AMBIENTES ORGANIZACIONAIS:
Abordagem de Estudo do Contexto Social

"Quando não estamos à frente do tempo, estamos ultrapassados."
Javier Moreno Valle

Resumo: O comportamento informacional compreende necessidade, busca e uso de informação. Essas práticas de informação são constitutivas do contexto em que as organizações se desenvolvem. Nesse sentido, este estudo busca analisar algumas abordagens de contexto e discutir a adequação da abordagem do contexto social em estudos do comportamento informacional em ambientes organizacionais. Para tanto, realiza um levantamento das principais abordagens no campo da Ciência da Informação e no campo da Gestão Organizacional, considerando suas características gerais e específicas. Considera a abordagem do contexto social como adequada ao estudo de comportamento informacional em ambientes organizacionais, na medida em que estes se caracterizam pela dinamicidade e pelo processo de autorreferência, exigindo, na delimitação do contexto, a adoção de outros elementos extraorganizacionais.

Palavras-Chave: Ambiente Organizacional. Comportamento Informacional. Contexto Social.

1 INTRODUÇÃO

O processo de transição por que vêm passando as organizações nos últimos anos exige o estudo e o melhor desenvolvimento do ambiente organizacional, em busca de maior diferenciação, competitividade e concorrência. O provimento desse processo exige novas formas de compreender o ambiente em que as organizações operam, e, por conseguinte, compreendê-lo em sua dinâmica. Em decorrência de suas características particulares e do modelo de sociedade em que se desenvolve, o contexto tem vínculo direto com a informação e o conhecimento, uma vez que se caracteriza pelo seu constante processo de criação.

No campo específico da informação, a partir de fins dos anos de 1970, parte dos estudos passou por um processo de transformação que resultou na migração de modelos de *estudo centrado no sistema* para modelos de *estudo centrado no usuário*. Esta é uma questão que foi bastante debatida nas duas décadas seguintes a partir de diversas abordagens e perspectivas, notadamente, no que se refere aos fundamentos teóricos que os sustentam. Os estudos de comportamento informacional, em seus diversos matizes, assumem a dianteira nesse processo de transformação e, por conseguinte, vivenciam a permanente discussão entre

essas duas abordagens porque eles correlacionam de alguma forma os usuários e os sistemas de informação.

A despeito dessa mudança de perspectiva, é forçoso reconhecer que, dada a multiplicidade constitutiva desse campo de conhecimento, algumas abordagens exigem que o foco da pesquisa permaneça nos sistemas de informação ou que, pelo menos, deles se aproximem. Disso decorre a convivência de duas escolas de estudos apontada por Saracevic (1997, 1999), a saber, a escola de Estudos Centrada no Usuário de Jésse Shera e a Escola de Estudos Centrada no Sistema de Gerald Salton, originárias, respectivamente, da Biblioteconomia e da Ciência da Computação. O fato é que existem, no campo da Ciência da Informação, dificuldades de correlacionar e integrar as diveras contribuições teórico-metodológicas advindas dessas áreas do conhecimento, que decorrem, em grande medida, da pluralidade epistemológica que caracteriza a formação do campo científico. Nesse diapasão, os estudos de comportamento informacional se situam em uma das principais celeumas que acompanha a evolução do campo da Ciência da Informação. Se, por um lado, há o reconhecimento da dificuldade e, ao mesmo tempo, da necessidade de aproximação dessas duas abordagens, por outro, existe o receio dessa aproximação em decorrência da possibilidade de retorno à abordagem centrada no sistema, bastante criticada.

Com efeito, faz-se necessário encontrar um ponto de convergência que permita o estudo do fenômeno informacional, considerando as proximidades e as particularidades dessas abordagens. É oportuno considerar em Pettigrew, Fidel e Bruce (2001) que, para implantar sistemas de informação verdadeiramente centrados no usuário e que reflitam os fundamentos do comportamento informacional, é imprescindível maior diálogo e colaboração entre os teóricos do comportamento informacional e os projetistas dos sistemas de informação.

Pelo menos, no que se refere ao movimento de aproximação das abordagens centradas no usuário àquelas centradas no sistema de informação, o estudo do comportamento informacional no contexto se apresenta como bastante instigante e promissor. Ocorre que há uma diversidade de abordagens do contexto, sendo que umas aproximam e outras de distanciam mais desse ponto de convergência.

Malgrado Courtright (2007) considerar que a escolha destas decorre, em certa medida, da opção dos pequisadores e que a complexidade de determinadas abordagens pode exceder o alcance de muitos deles, não se deve perder de vista que a constituição de determinados objetos de estudo exige abordagens teórico-metodológicas mais complexas e, por conseguinte, maior esforço do pesquisador, considerando os objetivos previamente definidos. Essa questão vem ganhando cada vez mais espaço na discussão sobre o comportamento

informacional, mas, em contrapartida, apresenta-se como área de conhecimento bastante descoberta do ponto de vista teórico. Ocorre que, quando estudado, o contexto quase sempre não é colocado em primeiro plano e os estudos têm natureza empírico-descritiva, buscando ilustrar os modelos adotados, em detrimento de abordagens explicativo-interpretativas.

Em ambientes organizacionais, por exemplo, o estudo do comportamento informacional deve ser correlacionado a diversos elementos do contexto, na medida em que os sujeitos que neles atuam convivem com a constante modelagem de insumos, metodologias, tecnologias, processos, produtos e/ou serviços. Torna-se, portanto, mais complexo o estudo de elementos que constituem o contexto e interferem no comportamento informacional aí desenvolvido. Em outros termos, a abordagem de contexto adotada, em princípio, diferenciaria daquelas aplicadas a ambientes menos dinâmicos.

O presente trabalho analisa e discute, portanto, as implicações do contexto social no comportamento informacional em ambientes organizacionais. Ademais, corresponde a parte da pesquisa que busca analisar as influências do contexto socialmente construído no comportamento informacional em ambientes organizacionais, no que se refere a limites, dinâmica e elementos constitutivos. Do ponto de vista metodológico, apresenta uma discussão a partir do levantamento e da revisão de literatura na Ciência da Informação, nodatamente em Wilson (1981, 2000), Kari e Savolainen (2003), Mckenzie (2003) e Coutright (2007), entre outros, que discutem as noções de contexto e suas implicação no domínio de estudos do comportamento informacional; e no campo da gestão faz referência à cultura e ao processo autorreferente seguindo, principalmente, as concepções de Morgan (2009).

O primeiro entendimento na presente discussão é o de que o contexto social condiciona o comportamento informacional das organizações, da mesma forma que este define aquele em um processo contínuo de recursividade. Isso implica dizer que um é necessariamente constitutivo do outro. O segundo se refere ao fato de que o estudo do comportamento informacional em determinados ambientes exigiria em tese uma abordagem específica do contexto.

2 ABORDAGENS DE CONTEXTO EM ESTUDOS DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

Em que pese a discussão sobre a adequação do uso da expressão “comportamento informacional”, conforme Pettigrew, Fidel e Bruce (2001), na esfera conceitual, ela designa o conjunto de ações que são realizadas em torno de necessidade, busca, provisão e uso de

informação. Para além das questões terminológicas, interessa mais de perto a compreensão dos elementos que condicionam, constituem e/ou influenciam esse conjunto de atividades de informação. Nesse diapasão, emerge uma série de questões que já vêm sendo debatidas na literatura, mas que de longe ainda não se encontram em estágio de maturação suficiente.

Pode-se destacar nessa área o estudo do contexto, na medida em que existe uma série de modelos que procuram explicar o comportamento informacional a partir da multiplicidade de relações do contexto com as práticas informacionais. Com efeito, Courtright (2007) entende que o conceito de contexto ainda tem um papel a desempenhar na análise do comportamento informacional, tanto na perspectiva centrada no usuário, quanto na perspectiva do conhecimento como uma construção social.

De modo geral, o contexto correponde ao universo de referência em que se desenvolvem a necessidade, busca, provisão e uso de informação, que compõem o comportamento informacional. Os elementos que o constituem moldam o comportamento informacinal, incentivando ou inibindo a ação do sujeito. Dada a multiplicidade de elementos que compõem o contexto, há também várias possibilidades de delimitações e, possivelmente em decorrência destas, existe uma quantidade de expressões que, de uma forma ou de outra, buscam designar a influência do contexto no comportamento informacional, tais como *cenário*, *ambiente*, *situação*, *mundo da informação*, entre outras (COURTRIGHT, 2007)

Procurando superar esse generalismo, os estudos do contexto enfrentam uma série de dificuldades relacionadas, notadamente, aos seus limites, que se materializam em uma lista de questionamentos, como, por exemplo: Que elementos compõem este quadro de referência? Como e por que os contextos mudam? Como os sujeitos constituem e compreendem o contexto? E ainda, como os sujeitos e o contexto são mutuamente constituídos? Essas são indagações muito presentes na literatura, mas insuficientemente respondidas.

Nesse horizonte, existe na literatura um grande diversidade de modelos que busca compreender e explicar o contexto no comportamento informacional. Coutright (2007) os reuniu em cinco abordagens distintas, a saber, contexto como invólucro, contexto como significado, contexto socialmente construido, contexto relacional e contexto dinâmico.

A primeira abordagem, segundo Courtright (2007), compreende *o contexto como ambiente* ou *pano de fundo*, em que os seus componentes existem objetivamente em torno do sujeito da informação de maneira estática, podendo ser enumerados pelo pesquisador que tenha estudado a vida desse sujeito. São apontadas, pelo menos, duas críticas a essa abordagem: os resultados da pesquisa não são discutidos em relação ao contexto, na medida em que este serve somente de pano de fundo; e, em decorrência dessa prática, o

comportamento informacional é apenas descrito em termos de suas principais características. Além disso, esses estudos são basicamente realizados em locais restritos, tais como biblioteca escolar, biblioteca pública, centros educacionais e comunidades geograficamente delimitadas.

A segunda abordagem, denominada por Courtright (2007) de *contexto como significado construído*, examina o contexto do ponto de vista do ator de informações no centro de um conjunto aninhado de fatores que limitam e permitem variadas atividades de informação que, juntas, constituem um mundo de informação global para o ator. Nessa abordagem, fatores externos e internos influenciam os indivíduos à medida que eles avançam ao tentar resolver uma necessidade ou exigência de informação e construir conhecimento. Estudos nessa perspectiva foram desenvolvidos por Wilson (1981) e Sonnenwald (1999), entre outros.

As críticas direcionadas a essa abordagem se devem ao entendimento de que são consideradas nos estudos as influências do contexto no comportamento informacional dos sujeitos, mas a informação é vista como produto individual da pessoa-no-contexto, desconsiderando as interações sociais. Em outros termos, o contexto afeta aquilo que corresponde à unidade de análise: o comportamento individual do sujeito da informação (COURTRIGHT, 2007).

Nesse horizonte, emerge outra abordagem denominada de *contexto socialmente construído pelo ator social*, que descreve o uso de informação e a construção do conhecimento por meio de uma ativa interação dentro de uma comunidade social. Essa abordagem tem, portanto, dois grande fundamentos que definem a interação social como unidade de análise. Nessa perspectiva, Courtright (2007) aponta a análise do discurso dos atores como uma maneira de entender o contexto do ponto de vista do comportamento informacional, pois a linguagem revela suas construções sociais da realidade.

Aqui se destaca Talja (1997) que, conceituando o conhecimento como inerentemente social, parte do pressuposto de que os potenciais e os limites para a produção do conhecimento são definidos pelos discursos. Segundo ela, o contexto sociocultural de processos de informação está localizado nos discursos, os quais fornecem diferentes perspectivas e posições de assuntos para a construção e sistematização do conhecimento. Se as fronteiras do conhecimento social são definidas por discursos que categorizam o mundo social e trazem fenômenos em vista, segue-se que a informação, os sistemas de informação e as necessidades de informação são todos construídos dentro de discursos existentes. O discurso, para a autora, é uma forma de representar e tornar possível construir um tópico de certa maneira, ao mesmo tempo em que limita outras maneiras pelas quais um tópico poderia

ser construído. Assim, os discursos consistem em determinados tipos de conceituações que permitem que a realidade seja conhecida a partir de certo ângulo.

Seguindo essa mesma linha, Hjørland e Albrechtsen (1995), defensores de uma perspectiva conhecida como abordagem sociocognitiva, apresentam uma proposta teórico-metodológica que eles denominam de análise de domínio. O domínio se refere à designação dada a uma comunidade de discurso vinculada a uma esfera de ação em que se desenvolve uma atividade. Pode compreender um grupo de atores que compartilham algo em comum, assim como as relações que se estabelecem entre eles.

Com base na teoria de comunidade discursiva de Swales (1990 *apud* HJØRLAND; ALBRECHTSEN, 1995), que trata a linguagem como um processo social de ação entre sujeitos, eles propõem estudar a informação a partir da análise dos domínios de conhecimento relacionados à suas comunidades discursivas, que, por sua vez, representam um conjunto de indivíduos que atuam comunicativamente a partir de uma temática de referência, mediante propósitos compartilhados em uma linguagem comum, estruturada para uma determinada atividade.

Hjørland (2004) diz que, em sociedades humanas, os mecanismos de processamento de informação são desenvolvidos socialmente, por exemplo, em diferentes profissões, que, por sua vez, descrevem objetos informativos de diferentes formas, e organizam suas descrições de acordo com critérios de um domínio específico. A informação é, portanto, sempre relativa a certos mecanismos, assuntos ou critérios coletivos de uma comunidade.

Na abordagem do *contexto relacional*, os estudos do comportamento informacional consideram o contexto como um conjunto de elementos dinâmicos e complexos, em que os sujeitos e as atividades de informação se situam. Com efeito, o contexto é resultado das relações estabelecidas entre os sujeitos da informação e entre estes e os demais componentes não humanos (COURTRIGHT, 2007).

A autora considera que, para o conceito de contexto desempenhar papel significativo nos estudos de comportamento informacional, os elementos que o compõem devem ser claramente ligados a práticas informacionais específicas, e as comparações entre os sujeitos e os contextos devem servir de explicação e fundamento de construções teóricas mais consistentes.

Em uma perspectiva mais ampla, Talja (1999 *apud* COURTRIGHT, 2007) considera ainda que o contexto é criado pela intersecção entre as construções dos sujeitos do contexto como significados e a análise do pesquisador. É oportuno observar, contudo, uma diferença necessária entre o que é da ordem dos fatos, que corresponde às condições amplas e restritas

em que se constitui o comportamento informacional, e o que corresponde às definições teórico-metodológicas do pesquisador que, conforme Pêcheux (2009), se constitui na definição do lugar da interpretação.

E, por fim, a quinta abordagem de estudo do comportamento informacional, que se centra na *mudança do contexto*. Segundo Courtright (2007), trata-se de uma concepção do contexto que procura romper com a estabilidade do *contexto como invólucro*, ao considerar que este concerne a uma construção dinâmica em que os sujeitos são formados pelo contexto, sendo este, por sua vez, formado por aqueles. A centralidade desta abordagem se encontra no aspecto constitutivo existente entre sujeitos da informação e contexto, que são definidos de forma mútua.

3 O CONTEXTO COMO FENÔMENO SOCIAL E CULTURAL

Preliminarmente, é oportuno considerar que os estudos sobre comportamento informacional são realizados em diversos espaços sociais, desde o ambiente familiar dos sujeitos de informação a complexas organizações em que estes desenvolvem suas atividades. Em decorrência da abertura e da dinamicidade desses contextos, os ambientes organizacionais são caracterizados essencialmente pela correlação com outros elementos extraorganizacionais, tais como marcos regulatórios, infraestruturas, entidades de classe do setor da empresa, fornecedores, clientes, concorrências, entre outros *stakeholders*.

Buscando caminhos em direção a um núcleo teórico no campo dos ambientes organizacionais, da sua administração estratégica e mudança organizacional, Morgan (2009) chama a atenção sobre um ponto muito específico do desenvolvimento social que tem considerável relevância para o entendimento do contexto, ao discutir como padrões de cultura são criados e mantidos e como as realidades são socialmente construídas. Assim como os indivíduos em uma cultura têm diferentes personalidades enquanto compartilham e usam informações, isso também acontece com as organizações. Seu pressuposto é que a cultura delineia o caráter de uma organização, fenômeno reconhecido por ele como *cultura organizacional*. A rigor, as organizações são minissociedades que têm os seus próprios padrões distintos de cultura.

Nessa perspectiva, as características distintas dos comportamentos informacionais identificados por pesquisadores como Jarvelin e Ingwersen (2004), Pettigrew, Fidel e Bruce (2001) e Wilson (1981) estariam ligadas a contextos culturais nos quais evoluíram. Compreendendo os fatores culturais que configuram os indivíduos e as suas necessidades de

informação, tem-se meios para compreender importantes diferenças no comportamento informacional.

> As características de uma cultura que estão sendo observadas se tornarão evidentes à medida que se conheçam os padrões de interação entre os indivíduos, a linguagem que é utilizada, as imagens e temas explorados na conversa, bem como os vários rituais da rotina diária (MORGAN, 2009, p. 125).

Nas organizações, as atitudes e as maneiras de ver o *staff* corporativo têm significativo impacto nos costumes e sistemas de significado que nelas permeiam. Podem existir, entretanto, sistemas de valores diferentes que competem entre si e que criam um mosaico de realidades organizacionais em lugar de uma cultura corporativa uniforme. Contadores, por exemplo, podem concordar com um tipo de filosofia, e os profissionais de *marketing*, com outra. Cada grupo pode desenvolver sua própria linguagem especializada e estabeler um conjunto de conceitos, como foi também observado pelos defensores da análise de domínio (HJØRLAND; ALBRECHTSEN, 1995; HJØRLAND, 2004), resultando em um conjunto de subculturas profissionais que têm grande dificuldade de se comunicar umas com as outras.

Por outro lado, não se pode perder de vista que esse comportamento informacional, além de ser condicionado por essas estruturas organizacionais imediatas, é também condicionado por estruturas socioculturais mais amplas, compreendendo os aspectos políticos, econômicos e ideológicos, conforme o modelo de sociedade vigente.

Em certo sentido, então, o significado socialmente construído, como definiu Courtright (2007), é uma forma de descrever a cultura, como concebido por Morgan (2009). O significado socialmente construído faz referência ao processo de construção da realidade, isto é, como as pessoas percebem e compreendem eventos, ações, linguagens e situações particulares. Do ponto de vista deste estudo, esses padrões de compreensão oferecem as bases que tornam o comportamento informacional do usuário de informação significativo.

A questão se encontra na forma como essa realidade social é construída. Com efeito, "a cultura não é algo imposto sobre uma situação social. Ao contrário, ela se desenvolve durante o curso da interação social" (MORGAN, 2009, p. 131). O ponto, segundo esse autor, é que as normas que funcionam em diferentes situações têm que ser evocadas e definidas à luz da nossa compreensão sobre o contexto, sendo isso feito, muitas vezes, de forma bastante espontânea e inconsciente. Na maioria das circunstâncias, o processo de fazer sentido para a ação ocorrerá somente se o comportamento for desafiado.

Weick (1979) também descreveu o processo por intermédio do qual os sujeitos configuram a sua realidade como um processo de *representação*. É um conceito que enfatiza o papel proativo que espontaneamente eles desempenham ao criar o seu mundo, embora

frequentemente se vejam como vivendo em uma realidade com características objetivas. O caso é que as solicitações da vida requerem que se assuma um papel ativo em trazer a realidade à tona, por meio de vários esquemas representativos. Nesse mesmo sentido, Schopenhauer afirmava que o "[...] o mundo efetivo ou realidade só existe para quem o representa [...]" (BARBOSA, 2008, p. 112).

Com base no modelo teórico de Weick (1979), Morgan (2009) concebe a cultura como um processo contínuo, proativo, da construção da realidade, que, em última instância, dá vida ao fenômeno em sua totalidade. Quando compreendida dessa forma, a cultura não pode mais ser vista como uma variável do comportamento informacional, como propõe Wilson (1981). Em lugar disso, ela deve ser compreendida como um fenômeno vivo e ativo, por meio do qual as pessoas criam e recriam os mundos dentro dos quais vivem.

Quando, por exemplo, os resultados financeiros ganham maior sustentação sobre a definição da realidade da organização, passam a delinear essa realidade, e as informações geradas pelos sistemas de informação frequentemente exercerão influência primordial sobre as decisões que serão tomadas. Sob sua influência, as pessoas, quer sejam alunos em uma escola ou pacientes em um hospital, por exemplo, poderão ser vistas como centros de lucro. Tal cultura organizacional voltada para resultados financeiros é formada, nas abordagens de Weick (1979) e Morgan (2009), por meio de esquemas interpretativos que direcionam os sistemas de informação para essa finalidade. Nesse exemplo, os contadores e os gerentes financeiros desempenham um papel decisivo como "construtores de realidade", exercendo influência na cultura de uma organização.

Não obstante, a visão da cultura em bases de representação tem implicações em relação ao modo pelo qual se compreende o comportamento informacional formado e moldado pelo contexto. Isso porque essa visão enfatiza que se deve basear a compreensão do comportamento informacional em contextos que produzem significados comuns. Em razão disso, uma pergunta central sobre quais são os esquemas interpretativos comuns que formam o comportamento informacional deve ser formulada. A visão representativa da cultura leva a ver que os contextos são, em essência, realidades socialmente construídas, e, para chegar à compreensão do comportamento informacional nessa perspectiva, é necessário desvendar os aspectos do processo de construção da realidade.

Efetivamente, a estrutura organizacional, regras, políticas, normas, objetivos organizacionais e procedimentos operacionais padronizados desempenham uma função interpretativa, na medida em que atuam como pontos primários de referência para o modo como os sujeitos dão sentido aos contextos nos quais atuam. Embora tipicamente vistos como

características objetivas de uma organização, a visão com base em representações de Weick (1979) enfatiza que são artefatos culturais que ajudam a esboçar a realidade.

Assim, ao se considerarem os relacionamentos diários entre as pessoas em uma organização do ponto de vista da construção da realidade (MORGAN, 2009; COURTRIGHT, 2007), novas descobertas sobre o comportamento informacional também emergem. Quando se explora como a cultura forma o comportamento informacional de identificação de necessidades e uso de informação, cada aspecto da organização pode manifestar significados, isso porque aspectos rotineiros definem o estágio socialmente construído em relação ao qual os atores dão vida à sua cultura. Como notou Morgan (2009, p. 137), "[...] as organizações terminam sendo aquilo que pensam e dizem, à medida que suas ideias e suas visões se realizem".

Assim, por exemplo, os sistemas de informação, ao tempo que permitem análises quantitativas, emprestam aos tomadores de decisão a aparência de racionalidade. A legitimidade desses sistemas depende da habilidade das organizações de se mostrarem racionais e objetivas, preservando e mantendo, em última instância, um sistema de crenças que enfatiza a importância da racionalidade.

> O mito da racionalidade ajuda a ver certos padrões de ação como legitimados, confiáveis e normais, ajudando, portanto, a evitar a disputa e o debate que surgiriam caso fosse necessário reconhecer a incerteza básica e a ambiguidade subjacente a muitos dos valores e ações das pessoas (MORGAN, 2009, p. 139).

A análise da cultura permite compreender como as organizações agem em relação aos seus domínios de atuação por meio das definições que constroem ou lhes são impostas. Referenciando Wagner e Wittrock (1991), Hjørland (2002) enfatiza que essa comunicação é estruturada em um arcabouço conceitual, por um invólucro institucional e pela mudança de fóruns de discussão. Essa visão muda o foco da análise de um fenômeno a partir de indivíduos isolados para o do mundo social e cultural das organizações.

As organizações, por exemplo, desenvolvem uma linguagem que faz sentido ao seu mercado e à relação que estabelecem com outros segmentos da economia. As empresas organizam seus ambientes e as suas operações internas, representando as realidades com as quais devem lidar, ou modelando suas ações de acordo com seus esquemas interpretativos preferenciais, sendo influenciadas e influenciando o contexto no qual estão inseridas.

Hjørland (2002) evidencia que uma análise de domínio deve considerar não somente uma empresa, mas um campo que desenvolve e compartilha conceitos comuns e conhecimentos, além de investigar a natureza e a estrutura do conhecimento, bem como a

comunicação no nível desejado de especialização. Dessa forma, abordagens sociocognitivas estão interessadas na cognição individual, mas aproximam suas análises na perspectiva do contexto social. Acontece que as necessidades de informação se desenvolvem no indivíduo, mas são causadas por fatores sociais e culturais. Decorre disso que as necessidades de informação têm uma relação direta com os problemas a serem resolvidos, com a natureza do conhecimento disponível e com as qualificações dos usuários, mas tendem a ser socializadas e influenciadas por vários paradigmas e são formadas por diferentes visões teóricas sobre uma problemática específica produzida por um sujeito social.

Nessa mesma lógica, “os ambientes são desenvolvidos por grupos de indivíduos e organizações, cada um deles agindo com base em suas interpretações a respeito de um mundo que é, com efeito, mutuamente definido” (MORGAN, 2009, p. 141). Esse entendimento tem, portanto, considerável relevância em relação à maneira pela qual as organizações podem analisar o comportamento informacional e tem implicação sobre como entender a natureza e o significado das relações entre contexto e comportamento informacional. Ao se ressaltar a interconexão entre tais fenômenos, pode-se reconhecer que os ambientes em que atuam os sujeitos são deles extensões. De outra forma, os contextos são constitutivos do sujeitos de informação.

Um aspecto da análise da cultura e do contexto social é reconhecer a representação como um processo voluntário dos atores envolvidos se adaptando ou influenciando o ambiente. É um ponto de vista importante no sentido de o sujeito assumir maior responsabilidade pelo seu mundo, reconhecendo que ele próprio desempenha uma parte importante na construção de sua realidade. Mas, isso ainda pode ser ilusório, segundo Morgan (2009, p. 144), “[...] à medida em que ignora o estágio em que a representação ocorre”. Em outos termos, os sujeitos constroem e representam realidades, mas não necessariamente sob circunstâncias de suas escolhas. O desafio, portanto, é compreender como o sistema cultural é criado e mantido.

4 O CONTEXTO SOCIAL E O PROCESSO AUTORREFERENTE DE ORGANIZAÇÃO

Tomando o trabalho de Maturana e Varela (1980) como ponto de partida, pode-se refletir sobre a dinâmica básica que origina e mantém as organizações e seus respectivos ambientes como formas sociais concretas. Para explicar como a realidade social é formada e transformada por processos subjacentes, cada um com sua lógica particular, a atenção volta-se

novamente aos processos que originam os padrões de significado e à ação simbólica que cria e muda as organizações como fenômenos culturais.

No campo da gestão, as abordagens tradicionais da teoria das organizações têm sido dominadas pela ideia de que a mudança se origina no ambiente, consideradas como desafios aos quais a organização deve responder. Essa ideia básica é, todavia, posta em questão pelas implicações de uma nova abordagem para a teoria dos sistemas desenvolvida pelos cientistas chilenos Humberto Maturana e Francisco Varela, que colocam novas questões para o estudo das organizações ao afirmarem que os ambientes são fechados e autônomos.

Maturana e Varela (1980) baseiam os seus argumentos na ideia de que os sistemas vivos são caracterizados por três aspectos principais, a saber, a autonomia, a circularidade e a autorreferência. Ademais, cunharam o termo *autopoiesis* para se referirem a essa sua capacidade de autorreprodução por meio de um sistema fechado de relações. Nessa abordagem, o sistema interage com seu ambiente em favor de sua própria autorreprodução, e o ambiente é, na verdade, uma parte de do próprio sistema.

Ao afirmarem que os ambientes são fechados e autônomos, Maturana e Varela (1980) obervam que as organizações se fecham nelas mesmas para manterem padrões e é esse processo de autorreferência que distingue um sistema como tal. Assim, a fim de descobrir a natureza do sistema total, é necessário com ele interagir e estabelecer o padrão circular de interação por meio do qual o mesmo é definido. Nesse aspecto, emerge a questão sobre a definição do início e do fim do sistema. A esse respeito, Morgan (2009, p. 243) entende que "não há começo nem fim do sistema pelo fato de este ser um ciclo fechado de interação". E mais, uma compreensão da natureza *autopoiética* das organizações como sistemas requer, dentro dessa perspectiva, o reconhecimento do ambiente organizacional como parte do sistema e, ainda, uma compreensão de como cada elemento, simultaneamente, combina a própria manutenção com a manutenção dos outros sistemas. Portanto, para representar o ambiente, como aponta Weick (1979), o cérebro cria imagens da realidade como expressões ou descrições da sua própria organização e interage com essas imagens, modificando-as à luz das experiências vivenciadas socialmente pelos atores.

Presume-se, assim, conforme observa Morgan (2009), que o cérebro não vê e compreende o mundo a partir de um ponto de referência fora de si mesmo. Portanto, não faz sentido dizer que uma organização interage com seu ambiente externo uma vez que as transações de um sistema com seu ambiente são transações dentro de si mesmo. As mudanças podem advir das variações aleatórias que ocorrem dentro do sistema total que, em última instância, podem ser introduzidas por meio de processos de reprodução ou da combinação de

interações casuais e conexões que dão origem ao desenvolvimento de novas relações no sistema. Se esses comportamentos aleatórios atraírem um nível crítico de suporte, tornam-se então incorporados na organização rotineira do sistema, definindo um novo padrão cultural. Conforme aponta Morgan (2009, p. 246), "do ponto de vista *autopoiético*, a variação aleatória representa o embrião da possibilidade que permite a emergência e a evolução de novas identidades para o sistema".

Do ponto de vista ontológico do contexto, Courtright (2007) reconhece que uma visão relacional do contexto, especialmente quando baseada na atividade humana, implica um conceito de mudança. Essa autora relaciona vários pesquisadores em Ciência da Informação que desenvolveram modelos teóricos e estudos empíricos centrados no contexto estabelecendo a mudança como uma característica básica, compreendida como uma forma de modelagem mútua entre os atores e seus contextos. Os estudos e modelos, segundo ela, apontam que o contexto é uma construção dinâmica e que os atores informacionais não são apenas formados pelo contexto, mas também o formam.

Na concepção da teoria da *autopoiésis*, as mudanças nas organizações são geradas internamente, sugerindo que o sistema global de interações molda seu futuro. Como autorreferentes, as organizações interpretam seus ambientes como projeções das suas próprias identidades ou imagens, e os problemas que encontram ao lidarem com os seus ambientes estão relacionados ao tipo de identidade que procuram manter. Um exemplo de autorreferência em contextos de inovação corresponde àquilo que a OECD (2005) demonstra ao refletir sobre o posicionamento competitivo de uma organização. De fato, as empresas inovam para se defender ou para buscar posições competitivas e, nesse processo, podem assumir uma abordagem reativa e inovar para evitar perder participação de mercado. Podem, por outro lado, também assumir uma abordagem preventiva e buscar uma posição estratégica no mercado em relação a seus competidores, desenvolvendo e tentando impor, por exemplo, padrões técnicos mais altos para os seus produtos.

Se as organizações interpretam os seus ambientes, as ideias dentro da teoria da *autopoiésis* aumentam a compreensão deste tipo de interpretação, considerando essas interpretações como parte do processo autorreferente por meio do qual uma organização concretiza e reproduz a sua identidade. Decorre disso que, ao interpretar um ambiente, uma organização está buscando atingir o tipo de confinamento que é necessário para se reproduzir dentro da sua própria imagem (MORGAN, 2009).

Questões dessa natureza fornecem subsídios para o estudo do contexto informacional: os gráficos que os sistemas de informação produzem em termos de tendências de mercado,

previsões de vendas, disponibilidade de estoques, e assim por diante, são, na verdade, projeções dos seus próprios interesses e preocupações, e permitem aos membros da organização enxergar-se dentro do contexto das atividades que estão executando. Essa interpretação que fazem reflete a compreensão que a organização faz de si própria. Além disso, como evidencia Morgan (2009, p. 249), "é através desse processo de autorreferência que os membros da organização podem intervir no seu próprio funcionamento e, assim, participar da criação e manutenção de sua identidade".

Quando se concebe o processo de interpretação como uma tentativa de projetar-se no seu ambiente e então organizar esse contexto para se reproduzir, o ambiente não pode ser compreendido como externo ao indivídio, como se tivesse uma existência própria. Nessa abordagem, as organizações são uma parte dos seus respectivos ambientes. Determinar a natureza do contexto informacional é, dessa forma, compreender a si mesmo e às suas relações com o mundo exterior, dentro de um contexto mais amplo.

Estas ideias possuem importantes implicações em relação ao modo pelo qual se concebe o processo de estudo de necessidades, busca e uso de informações. A abordagem do contexto como um *invólucro* e a abordagem conhecida como *pessoa-no-contexto* apresentadas por Courtriht (2007) subestimam o significado do sistema de relações mais amplo no qual o processo informacional se desenvolve. É como olhar no espelho e criar uma relação entre a pessoa, e o fundo – o contexto no qual a pessoa se acha localizada. Quando se focaliza a pessoa, o contexto fica praticamente eliminado da visão.

Os estudos do comportamento informacional na perspectiva dessas abordagens frequentemente apresentam um desequilíbrio semelhante. Assim como uma pessoa no espelho depende de uma grande quantidade de condições para existir, os traços que caracterizam o comportamento informacional nas organizações dependem de uma grande quantidade de relações contextuais, construídas por meio da interação social e cultural, e não somente da análise do indivíduo isoladamente. A pessoa e o seu fundo projetados no espelho são parte do mesmo sistema de relações e não existem senão uma em relação ao outro.

Ao interpretar e lidar com o contexto somente do ponto da vista da pessoa, o pesquisador não compreende a sua complexidade e distorce o seu entendimento do contexto maior, ou de como são produzidos os sitemas de significado comuns. Ou seja, a pesquisa fornece *insights* sobre como o contexto ajuda a explicar a variabilidade das práticas de informação. Ou, como observa Courtright (2007), atores somente trarão à tona as ações mais susceptíveis para responder a um ou mais elementos nominalmente verificáveis de seus contextos. Esse é um tipo de pensamento fragmentado por meio do qual as pessoas são

separadas de seus contextos. Quando se reconhece que o contexto não é uma extensão das pessoas, uma nova abordagem de seu estudo se torna possível.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conjunto de práticas que compõe o comportamento informacional pode variar de acordo com uma série de elementos micro e macro que o condicionam, tais como situações problema, conhecimento prévio, estado cognitivo, estrutura de informação disponível, interação social, entre outros. Em ambientes organizacionais, essa dinâmica é, em grande medida, redimensionada, exigindo dos sujeitos de informação maiores esforços nos processo de produção. Efetivamente, o universo de referência é outro e, por conseguinte, pode representar uma multiplicidade de contextos. Dessa forma, torna-se imperativa a compreensão desse contínuo processo de mudança porque perpassa o contexto em que se constitui o comportamento informacional.

Estudar o contexto do ponto de vista da teoria da autopoiésis é compreender como os contextos mudam e se transformam dentro do sistema ao qual pertencem, por meio de padrões circulares de interação e de processos que produzem sistemas de significado comuns. O estudo da cultura organizacional deve sempre ser feito tendo-se em mente essa abordagem na identificação dos esquemas interpretativos comuns que formam o contexto e na análise de como são socialmente construídos.

Se o contexto é dinâmico e relacional, então, estudos de atores de informação podem, em primeiro plano, contextualizar o ambiente informacional, sem perder de vista o ator no centro de interesse de pesquisa. O fato é que nos estudos realizados a partir da abordagem centrada no usuário, além de focar o comportamento informacional do ponto de vista do sujeito, busca-se compreendê-lo em contextos bem específicos, mais apropriadamente denomidados de situações, tais como comportamento de usuários em ambientes eletrônicos e a interação entre usuário e sistema, ou o comportamento informacional em uma determinada situação problema. Há, portanto, a adoção de uma abordagem micro do contexto.

É fato que o contexto é mais facilmente descrito e, até certo ponto, identificável e compreensível, quando corresponde aos limites organizacionais. Em ambientes organizacionais, contudo, essa correspondência pode limitar em excesso a delimitação do contexto, em decorrência da exclusão de elementos extraorganizacionais, e comprometer a compreensão de suas implicações no comportamento informacional. Ocorre que o estudo de contexto em ambientes organizacionais exige contemplar outros elementos que se situam na

esfera mais ampla da sociedade e que influenciam e são influenciados pelas organizações. Há, portanto, ampliação dos critérios delimitadores do contexto. Ademais, não se pode perder de vista que, mesmo nas organizações que desenvolvem atividades mais simples, as mesmas estão inseridas em contextos mais complexos e, consequentemente, mais difíceis de serem delimitados e compreendidos.

As discussões aqui realizadas encorajam, portanto, uma abordagem mais ampla no estudo do comportamento informacional dentro do contexto e requerem um entendimento dos esquemas representativos comuns que o formam, ou seja, como o comportamento informacional é resultado das representações dos atores que interpretam informações do ambiente, e, ainda, como é socialmente afetado dentro de ambientes dinâmicos nos quais os processos interpretativos se manifestam. Isso exige que os pesquisadores adquiram uma nova maneira de raciocionar a respeito do contexto e das relações que lhe pertencem, e que compreendam como essas relações são formadas e transformadas por meio de processos de interação social que são mutuamente determinantes e determinados, para que se possa, em última instância, compreender essa lógica e explicar a sua dinâmica básica.

INFORMATION BEHAVIOR IN ORGANIZATIONAL ENVIRONMENTS: Approach to Study of Social Context

Abstract: The Information Behavior involves information need, research and use. Those information practices are parts of the context in which organizations evolve. In this matter, this study seeks to analyze some context approaches and discuss the approach accuracy of the social context for information behavior studies in organizational environment. In order to achieve this goal, the survey accomplishes an inquiry of the main approaches in Information Science and in Organizational Management, regarding its specific and general features. The study considers the social context as accurate to the Information Behavior study in organizational environments, as long as the dynamicity and self-reference process feature those environments, requiring in the context frame the acquisition of other extra-organizational elements.

Key-Words: Organizational Environment. Information Behavior. Social Context.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, J. Schopenhauer. In: PECORARO, L. (org.). **Os filósofos:** clássicos da filosofia, v. II de Kant a Popper. Petrópolis, R. J.: Vozes; Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2008.

COURTRIGHT, C. Context in information behavior research. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 41, p. 273-306, 2007.

FURTADO, A. T.; CARVALHO, R. Q. Padrões de intensidade tecnológica da indústria brasileira: um estudo comparativo com os países centrais**. Perspectiva**, São Paulo, v. 19, n. 1, mar. 2005.

HJØRLAND, B. Epistemology and the socio-cognitive perspective in information science. **Journal of the American Society for Information Science and Technology,** New York, v. 53, n. 4, p. 257-270, 2002.

_____. Arguments for philosophical realism in library and information science. **Library Trends**, v. 52, n. 3, p. 488-506, 2004.

_____.; ALBRECHTSEN, H. Toward a new horizon in Information Science: domain-analysis. **Journal of the American Society for Information Science**,Washington, v. 46, n. 6, p. 400-425, jul. 1995. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/(SICI)1097-571(199507)46:6%3C400::AID-ASI2%3E3.0.CO;2-Y/pdf>. Acesso em: 16 jun. 2011.

JÄRVELIN, K.; INGWERSEN, P. Information seeking research needs extension towards tasks and technology. **Information Research:** an international electronic journal, v.10, n.1. 2004.

KARI, J.; SAVOLAINEN, R. Towards a contextual model of information seeking on the Web. **New review of information behaviour research**, v, 4, n. 1, p. 155-175, 2003.

MACKENZIE, M. L. An exploratory study investigating the information behaviour of line managers within a business environment. **New review of information behaviour research**, v. 4, n. 1, p. 63-78, 2003**.**

MATURANA, H. ; VARELA, F. **Autopoiesis and cognition:** the realization of the living. London: Reidl, 1980.

MORGAN, G. **Imagem da organização**. São Paulo: Atlas, 2009.

OECD. **Manual de Oslo:** diretrizes para coleta e interpretação dos dados sobre inovação. 3. ed. São Paulo: Finep, 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/imprensa/sala_imprensa/manual_de_oslo.pdf>. Acesso em: 22 maio 2012.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso:** uma crítica a afirmação do óbvio**.** 4. ed. Campinas, SP: Ed Unicamp, 2009. 287p.

PETTIGREW, K. E.; FIDEL, R.; BRUCE, H. Conceptual frameworks in information behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 35, p. 43-78, 2001.

SARACEVIC, T. Information Science. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 50, n. 12, p. 1051-1063, 1999.

_____. Users lost: reflections on the past, future, and limits of Information Science. **SIGIR forum**, v. 31, n. 2, p. 16-27, 1997. Disponível em: <http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/articles.htm>. Acesso em: 19 maio 2012.

SONNENWALD, D. H. Evolving perspectives of human information behavior: contexts, situations, social networks and information horizons. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON RESEARCH IN INFORMATION NEEDS, SEEKING AND USE IN DIFFERENT CONTEXTS, 1998, Sheffield, UK. **Proceeding…** London, UK: Taylor Graham, 1999. p. 176-190.

TALJA, S. Constituting "information" and "user" as research objects: a theory of knowledge formations as an alternative to the information man-theory. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON RESEARCH IN INFORMATION NEEDS, SEEKING AND USE IN DIFFERENT CONTEXTS, 1996, London. **Proceeding…** London, UK: Taylor Graham, 1997. p. 67-80,

WEICK, K. E. **The Social Psychology of organizing**. Menlo Park: Addison-Wesley Publishing, 1979.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 49-55, 2000.

_____. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, v. 37, p. 3-15, 1981.