



XIX ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO (EREBD/PB)

GT1 - Gestão, Organização e Representação da Informação

Comunicação oral

A IMPORTÂNCIA DO SIGNIFICADO DA INFORMAÇÃO NOS PROCESSOS ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DA CIDADE DE RECIFE – PERNAMBUCO

Diego Felipe Lourenço da Silva¹
diego1995_@hotmail.com.br

Fábio Alexandre de Mesquita Pequeno²
phabbio@outlook.com.br

Michel Garcia de Araújo³
mic.contato@gmail.com

Resumo: A criação de significado é ininterrupta: não existe início ou término, sendo ela um processo contínuo de atividades e concepções que compõem a vida da organização. Neste processo contínuo, as pessoas selecionam pacotes de conhecimento e experiência para rotulação e ponderação, e a maneira como elas fazem esta seleção fundamenta-se na ênfase levada por determinadas atividades ou projetos em que elas estão realizando no momento. Uma rede de significados e interpretações comuns gera um clima de ordem social, sequência temporal e nitidez contextual que dá aos participantes da organização clareza para coordenar e relacionar suas ações, pois ela é um método social contínuo em que os indivíduos analisam fatos passados, selecionam partes da experiência e optam por determinados pontos de referência para tecer redes de significados. Sendo um arcabouço cognitivo, a rede apresenta critérios para escolher, avaliar e processar a informação. Para harmonizar diversidade e organização, as organizações desenvolvem procedimentos de comunicação que permitem aos membros de um grupo expandir suas ideias para acomodar múltiplas interpretações.

Palavras-chave: Criação de significado. Eliminação de ambiguidade. Fluxo de informações. Rede de significados. Cognição.

¹ Graduando do curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

² Graduando do curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

³ Graduando do curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

Abstract: *The creation of meaning is unbroken: there is no beginning or end, as an ongoing process of activities and ideas that make up the life of the organization. In this ongoing process, people select packages of knowledge and experience to labeling and weighting, and the way they make this selection is based on the emphasis carried by certain activities or projects in which they are performing at the moment. A network of meanings and common interpretations generates a climate of social order, temporal sequence and context which gives sharpness to the participants of the Organization to coordinate and relate their actions, because it is a continuous social method in which individuals analyze past facts, select parts of the experience and opt for certain benchmarks to weave networks of meanings. Being a cognitive framework, the network presents criteria to choose, evaluate and process the information. To harmonize diversity and organization, organizations develop communication procedures that allow members of a group expand their ideas to accommodate multiple interpretations.*

Keywords: *Creating meaning. Ambiguity elimination. Information flow. Meaning network. Cognition.*

1 INTRODUÇÃO

A criação do significado está ligada inteiramente a criação do conhecimento, é ininterrupta: nunca começa ou termina, mas é um curso contínuo de atividades e concepções que constituem a história da organização, a informação passa a agregar valor quando o indivíduo passa a distinguir nela o insumo do vazio existente que necessita ser preenchido. O valor da informação é agregado a significação dela para a sociedade e todos os que estão inseridos nela também de modo individual.

Identificar as preferências da informação talvez seja uma das tarefas mais difíceis de realizar em um ambiente organizacional, classificação de necessidades, análises de usuários, estruturar a arquitetura da informação de um ambiente organizacional, não é tão simples e tão pouco fácil, quando estamos nos referindo de pessoas que criam a informação, acrescentam valor conforme seus interesses estamos ponderando de que a informação dispõe de tipologias conforme seus criadores e usuários.

Com relação à informação nas organizações nem sempre existem requisitos para serem criadas, gerenciadas e tornar disponíveis as informações por serem as pessoas que vão estabelecendo as mesmas de acordo suas características para um ambiente organizacional. Diferenciar e classificar um ambiente informacional são atividades sacrificantes quando não se tem um ambiente informacional organizado.

Compreender o processo de criação da informação até a mudança para o conhecimento é conveniente para que se tenha uma percepção do que é importante para os usuários, o que realmente vai ter significado para a organização, mas pode auxiliar a definir a partir de onde vai ou pelo menos como se dá o procedimento de criação de

significado, o que usuário está tentando abranger com a informação que ele detém ou pesquisa.

A estabilidade de um ambiente informacional depende, de certa forma do que foi exposto acima, Choo afirma que criar significado nas organizações é um problema: “É problemático criar significado a partir do que foi percebido no ambiente, porque as informações sobre o ambiente são ambivalentes e, portanto, sujeitas a múltiplas interpretações.”(Choo,C. W., 2003, Pag. 121).

São encontradas na literatura apresentada por Weick sete propriedades que fazem da criação de significado um método organizacional. Nesse sentido, a criação de significado é vista como um processo: Constituído na construção de uma identidade, Retrospectivo, Interpretativo de ambientes perceptíveis, social, ininterrupto, baseado em e por pistas extraídas, tendo sua direção mais pela plausibilidade do que pela precisão. Ainda que seja contínua, a criação de significado pode ser obstruída.

As obstruções provocam reações emocionais, que influenciam o processo de criação de significado. O seu resultado é um ambiente interpretado ou significativo, que é uma tradução possível e socialmente aceitável do que está acontecendo. Sendo o seu principal problema amortizar ou eliminar a ambiguidade e criar significados comuns para que a organização possa atuar coletivamente, os quais tendem a ser mais de descoberta do que de definição, também são mal estruturados e exige informações de como interpretar ou prosseguir envolvendo muitas variáveis conectadas, gerando uma estrutura de significados e entendimentos dentro da organização, com base nos quais pode ocorrer uma ação pactuada.

Uma rede de significados e interpretações comuns gera um clima de ordem social, continuidade temporal e nitidez contextual que dá aos seus membros clareza para administrar e relacionar suas ações. Sendo uma estrutura cognitiva, a rede expõe critérios para escolher, avaliar e processar a informação. Onde houver ausência de informações ou as informações forem ambíguas, crenças e princípios comuns podem prover a falta ou reduzir de maneira satisfatória a ambiguidade, que quando em excesso, falta aos membros da organização uma rede de referências nítida e estável, dentro da qual poderão trabalhar e se comportar com sentido e finalidade.

Quando a ambiguidade é desnecessariamente suprimida, os componentes da organização sentem-se injustificadamente complacentes e sem estímulo para instruir-se ou inovar, para que a organização possa atuar.

A atenção da organização se aplica apenas nos dados considerados relevantes pela lógica dominante. Outros dados são ignorados, pois as informações que levam à descoberta de significado concentram-se num pequeno conjunto de dados considerados importantes.

Dados relevantes são selecionados pelos métodos analíticos utilizados pelos executivos para desenvolver uma estratégia. São ricas em informações e pobres em interpretações, e precisam canalizar e transformar todos os dados brutos em inteligência organizacional. Para harmonizar diversidade e coordenação, as organizações desenvolvem condutas de comunicação que permitem aos membros de um grupo expandir suas ideias para acolher múltiplas interpretações.

Todo o conjunto de criação de significado, de conduta e todo o processo de procura pela informação logicamente reconhecemos que está ligado na perspectiva do usuário, do que o usuário necessita para preencher seu vazio, mas a busca pela informação começa com as dúvidas e com as condições de acesso para a busca de acordo com o texto de Silveira e Oddone baseadas no modelo de Kuhlthau, que existem para o usuário as percepções de vazio podem condicionar a pessoa à busca pela informação e para optar aquilo que de certa forma é relevante para transformação de conhecimento, à medida que a busca pela informação progride a mesma começa ter sentido e o usuário reduz as incertezas e a insegurança, para o usuário às dimensões emocionais, situacionais começam a se transformar porque a cognição começa a compreender e o ator humano começa a ter mais confiança pois a noção de direção da informação começa a ser definida dentro do interesse do indivíduo que também começa a compreender o sistema de informação, ferramentas ou mecanismos, os quais ela está utilizando para coletar as informações com isso a informação recebe significado que conseqüentemente passa pelo processo de construção do conhecimento tirando o indivíduo do vazio existente, destacando que além do sistema como já foi citado tempo e espaço ou ambiente são ao mesmo tempo fatores que podem também prejudicar ou beneficiar todo o processo de adquirir, produzir e utilizar a informação.

As particularidades das necessidades de informação, como pessoas e organizações utilizam a informação para construção do significado, estão ligadas ao contexto que está conectado as práticas organizacionais e sociais que distinguir-se a cultura de comunicação, que por sua vez altera o estado humano na variadas dimensões sejam cognitivas, situacionais, emocionais, etc, onde fontes e conhecimento da

informação estão sujeitos aos interesses humanos na busca e na produção da informação.

Nas redes sociais, por exemplo, as pessoas procuram preencher o seu estado indiferente com outras que possuem a mesma linha de pensamento ou um tipo semelhante de informação para ganhar sentido no que elas postam. Ao postar imagens, textos, notícias e até sentimentos, isso também faz parte do que o indivíduo está sentindo emocionalmente, ainda que venha de uma situação boa ou ruim, na maior parte das vezes boas, é um movimento da dimensão cognitiva ou refletido, originado por algum sentimento dentro de uma determinada situação, almejando uma resposta de alguém ou uma curtida em um certo intervalo de tempo e espaço, isso faz parte também da construção do conhecimento humano na procura de um significado da informação no meio social, distinguir-se de forma direta ou não o comportamento informacional mesmo que não esteja voltado a uma organização especificamente.

As necessidades informacionais geralmente tem origem com situações relacionadas à atividade profissional de cada indivíduo, mas, recebem influência, acima de tudo através de elementos pessoais, podem indicar certos padrões quando são ponderadas por grupos de usuários. Wilson classifica as necessidades informacionais em três tipos: Cognitivas, afetivas e fisiológicas, e sugere que existem “motivos” no início dos comportamentos informacionais “por qualquer razão a necessidade de informação deve ter um motivo que ocasiona esse comportamento [information behavior]” (WILSON, 1981, p. 6). Cooper acompanhando a linha de pensamento de Wilson assegura que a necessidade de informação é um estado psicológico: “uma necessidade informacional é algo não observável diretamente. Não podemos, por exemplo, ver suas ‘estruturas’, no entanto a necessidade informacional existe, pelo menos, na mente do usuário (COOPER, 1971, p. 22)”.

Não obstante na análise de um grupo de usuários seja aceito criar certos modelos alusivas aos tipos de necessidade de informação de determinado grupo, a busca de informação, todavia sofre influência por uma soma de outros fatores. De acordo com Wilson a busca informacional consiste na tentativa intencional de encontrar informação como consequência da necessidade de satisfazer um objetivo. Nesta busca, o indivíduo pode interagir com vários tipos de sistema de informação (WILSON, 2000).

Sobre os fatores exercem influência na busca informacional Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996), afirmam que existem dois fatores que influenciam de maneira decisiva a busca informacional que seriam: Fontes de informação e Conhecimento da Informação

enquanto Wilson e Walsh (1996) consideram que são oito os fatores que intervêm no processo de busca informacional: (1) pessoais; (2) emocionais; (3) educacionais; (4) demográficas; (5) sociais ou interpessoais; (6) de meio ambiente; (7) econômicas; (8) relativas às fontes (acesso, credibilidade, canais de comunicação).

Kuhlthau observou padrões comuns na experiência dos usuários. Ela dividiu o método de busca de informação em seis estágios: iniciação, seleção, exploração, formulação, coleta e apresentação. Cada estágio desse processo de busca distingue-se pelo comportamento do usuário em três campos de experiência: o emocional (sentimentos), o cognitivo (pensamento) e o físico (ação).

2 PROCESSOS E ETAPAS DA CRIAÇÃO DE SIGNIFICADO

Segundo Choo (2006, p. 33), uma organização dará sentido para o ambiente que está inserida a partir de quatro processos: Mudança ecológica, interpretação, seleção e retenção, tais processos funcionam de forma interligada que foram desenvolvidos por Karl Weick.

Mudança ecológica: A transformação ecológica na organização acontece no momento que há alguma corrupção no ambiente, quando há algum tipo de transtorno ou alteração nos processos organizacionais como também aos componentes da empresa. Estas variações fazem com que os indivíduos das organizações passem a buscar entender o objetivo das mudanças e determinar um significado para elas.

Interpretação: Segundo Choo, “é o processo pelo qual os indivíduos de uma organização criam e observam o ambiente que os cerca” (CHOO, 2006, p. 133). A interpretação tem início quando os indivíduos ou a organização no qual estão inseridos reconhecem algum tipo de modificação ou disparidade no fluxo de experiência da organização. Após esta análise são selecionados alguns fatores que podem ter motivado esta disparidade ou variação, tais fatores são representados por dados brutos que são a origem desse processo. Depois é feito algum tipo de rotulagem e atribuído valor a esses elementos, a partir desse instante se tornam passíveis de receber uma ação para ajudar a criar significado para essa alteração no fluxo. Consiste em um processo de desconstrução do entendimento para determinar a sua construção final, carregada de significados;

Seleção: “O processo de seleção extrai história do passado e seleciona um esquema razoável de interpretação” (CHOO, 2006, p. 34). Compreende a aplicação de

diferentes estruturas de associação possíveis sobre os dados brutos interpretados, numa tentativa de redução de sua ambiguidade.

Retenção: É o resultado final do processo de criação de significados é o ambiente interpretado, A definição de Choo para retenção: “uma interpretação adequada de acontecimentos prévios armazenados na forma de afirmações casuais, que decorrem da ligação de algumas atuais interpretações e ou seleções” (CHOO, 2006, p. 34, apud Weick2, 1973).

3 PROCESSO DE CRIAÇÃO DE SIGNIFICADO: ESTUDO DE CASO NUMA INDÚSTRIA DA CIDADE DO RECIFE – PERNAMBUCO

Figura 1 – Criação de Significado de acordo com as necessidade Setor de recebimento de matéria-prima de uma indústria do Recife – Pernambuco



Fonte: Autoria própria

O ponto inicial que estudamos, intitulamos como criação da informação por necessidade, onde conseguimos examinar e identificar um surgimento da informação por necessidade, onde conseguimos examinar e identificar um surgimento da informação através da necessidade humana e como ela agrega valor ao longo do processo, seu significado através dos setores que ela passa é de acordo com a necessidade de cada indivíduo e de cada setor ainda que esse fenômeno não ocorra muitas vezes de forma voluntária. A informação altera rotinas e transforma o estado físico da empresa. Daí sua importância a medida que vai agregando valor corporativo.

No fluxo reconhecemos a criação da informação a partir do momento em que o almoxarifado cria uma ordem de compra por conta da necessidade de repor o estoque,

isso faz com que a informação gerada apresente um significado para o almoxarifado, é a partir desta informação que o setor de compras vai reconhecer a necessidade de compra de um produto, e com a ordem de compras em mãos vai processar em seu sistema, transformando a informação em valor de pedido para o fornecedor que automaticamente torna disponível no sistema para que o usuário que realizou a solicitação possa ver a informação lançando, agregando valor e repassando aos demais setores envolvidos que a mesma foi processada e compreendida.

A partir deste momento para o almoxarifado a informação torna-se tão importante quanto o produto, pois a informação está agregada ao produto e ao seu valor por este motivo é tão importante que proporcionar ao seu gerador uma condição de comodidade pelos outros usuários terem agregado a ele a condição esperada, ou seja, quando setor de compras realiza o pedido, o solicitante do almoxarifado verifica que solicitação foi atendida, ele fica sabendo através do sistema que indica que o produto foi comprado.

Na fase de conferência de informação o setor de recebimento fiscal checa a nota fiscal com o pedido do almoxarifado e verifica ambos para ver se estão de acordo, levamos em consideração em termos simples que seria uma comprovação de valor da informação, ou seja, o significado da informação para outro setor, a informação de um setor anda outros setores com a mesma função focada no produto, mas com significados diferentes apesar do mesmo objetivo de suprir uma necessidade material da empresa.

Podemos constatar o significado da informação para empresa verificamos também o significado particular para cada usuário, foi possível verificar através das entrevistas e das análises e estudo de usuário, que cada um dos indivíduos retira muitas vezes de uma informação mais do que o valor organizacional, agregam nela a maioria das vezes valores pessoais que vão auxiliar no seu trabalho individual, nas atividades que são desenvolvidas utilizando do conhecimento tácito, por exemplo, o usuário absorve essa informação, reconhece o produto agregado a ela, a partir deste momento ele sabe de algum problema que o fornecedor já apresentou, se o produto está irregular, para que local ele é aplicado, situações estas que muitas vezes a própria diretoria não consegue resolver, mas o significado da informação para cada usuário pode ser distinto, ainda que a informação traga o mesmo objetivo para todos os usuários.

Na fase de necessidade de validação qualitativa da informação nós estabelecemos como uma fase em que a informação ela é avaliada quando o setor da qualidade recebe um amostra física do material para analisar e confronta como laudo

técnico (documento obrigatório) que o fornecedor envia e juntamente com os seus pré requisitos (documento interno) ele válida o físico através das análises físico-químicas e documentais, ou seja, a informação de fato neste momento está validada e agora ganha um significado para o setor da qualidade pois o mesmo sabe qual será o comportamento do produto do processo produtivo, e todas características do material estão registradas.

Para o almoxarifado a informação agrega valor a partir do momento que obtém aprovação, pois está apta a ser recebida e encaminhada aos setores produtivos. O que queremos dizer é que a informação está sendo abordada neste momento com significado corporativo, o significado individual é inerente a cada usuário de acordo com sua função.

Na fase do processamento cognitivo por requisito, está ligado ao valor da informação, o que é processado é o mais importante para decisões dos métodos organizacionais, ponderamos sobre requisitos porque estamos discorrendo logicamente de características que estão ligadas inteiramente ao que é relevante para o setor, o significado da informação para organização está implantado sem dúvidas nesses requisitos, importante é destacarmos o valor da informação e seu significado para a organização e para os usuários, para ambos podem conter requisitos semelhantes para uso da informação ou criação de um sistema, mas podem distinguir-se em seus interesses, pois a cognição humana ela é particular a cada ser humano, uma informação pode ser alterado em sentido de acordo com a capacidade cognitiva de cada usuário da organização.

Na fase de análise quantitativa o almoxarifado após receber do setor da qualidade a aprovação do produto, enfim receberá o material, adicionando ao sistema nesta etapa o quantitativo, esta informação vai ser encaminhada ao demais setores para que programem a condição de produção da fábrica e solicitem ao almoxarifado o quantitativo ideal para fabricação dos produtos finais.

Nesta etapa a informação que o almoxarifado disponibilizará a nível organizacional irá atender a necessidade de diversos setores administrativos e produtivos, o significado da informação do produto que está sendo recebido vai ter significado distinto para cada setor desenvolver suas atividades dentro do processo.

A fase de confronto de informações de quantitativo por requisito do processo é quando o recebimento fiscal irá conferir tudo o que os setores participantes do processo de recebimento realizaram, através dos requisitos que o recebimento fiscal utiliza para conferir nota fiscal, pedido e a ficha de contagem, faz a checagem de quantitativos entre

pedido para o Fornecedor, nota fiscal e o quantitativo preenchido pelo almoxarifado na ficha de contagem, logo em seguida eles analisam a aceitação do setor da qualidade e se a ficha de contagem está carimbada pela qualidade que é responsável pela autorização do descarregamento de todo material.

Essa etapa é o final por isso todas as informações precisam estar de acordo com os requisitos para finalização do processo e liberação do fornecedor, essa a informação final credita mais valor que é quando de fato o produto está validado e liberado para uso dentro do estoque. Assim o significado dessa informação se consolida para cada setor, cada um vai usa-la de acordo com seus interesses, e por fim complementando temos a etapa final que é quando o sistema registra as informações, a organização assimila a informação, ressaltando sempre que depois essa informação vai possuir significados diferentes para cada setor seja almoxarifado, qualidade, fiscal, compras, contas a pagar, auditoria etc.

4 CONCLUSÃO

Ainda que a informação seja um agente indispensável que coopera diretamente para transformação do estado de vazio humano de conhecimento, não consiste em uma caracterização própria, mas é diretamente dependente do ponderação humana para receber significado e da cognição para que haja percepção, pois, possui várias dimensões que precisam estar em sintonia com a necessidade humana para compreender, mensurar e direcionar a informação de acordo a ocasião que poderá estar estruturada ou não, e de acordo com o ambiente e sistema que o indivíduo está buscando a informação para a necessidade de conversão do conhecimento, que também pode ser favorecido pelo esforço provocado pela curiosidade humana na busca do conhecimento para orientar as suas decisões.

REFERÊNCIAS

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

COOPER, W. S. A definition of relevance for information retrieval. **Information Storage and Retrieval**, v. 7, n. 1, p. 21-29, 1971.

DAVENPORT, Thomas. **Ecologia da Informação.** São Paulo: Ed. Futura, 2001.

KULTHAU, C. C. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 42, n. 5, p. 361- 371, 1991.

LECKIE, G. J.; PETTIGREW, K. E.; SYLVAIN, C. Modeling the information seeking of professional: a general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. **Library Quarterly**, v. 66, n. 2, p. 161-193, 1996.

WEICK, K. E. **The Social Psychology of Organizing**, 2. ed. Nova York: Random House, 1979

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 49-53, 2000

WILSON, T. D; WALSH, C. **Information behaviour: an inter-disciplinary perspective**. British Library Research and Innovation Report, n. 10, 1996. Disponível em <<http://www.informationr.net/tdw/publ/infbehav/cont.html>> Acesso em: 06-de Jul de 2015.