

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA**

CAROLINE DOS SANTOS CARDOSO

**A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MÍDIÁTICA COMO DIFERENCIAL NO
PROCESSO DECISÓRIO: ESTUDO DE CASO NA DURATEX (AGUDOS/SP)**

**Bauru
2019**

CAROLINE DOS SANTOS CARDOSO

**A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MUDIÁTICA COMO DIFERENCIAL NO
PROCESSO DECISÓRIO: ESTUDO DE CASO NA DURATEX (AGUDOS/SP)**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Mestre em Mídia e Tecnologia sob a orientação da Prof. Dr. Regina Célia Baptista Belluzzo.

**BAURU
2019**

Cardoso, Caroline dos Santos.

A competência em informação e midiática como diferencial no processo decisório: estudo de caso na Duratex (Agudos/SP) / Caroline dos Santos Cardoso, 2019

189 f.

Orientadora: Regina Célia Baptista Belluzzo

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2019

1. Competência em informação e midiática. 2. Processo decisório. 3. Organizações industriais. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

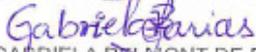
ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de CAROLINE DOS SANTOS CARDOSO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 25 dias do mês de fevereiro do ano de 2019, às 09:30 horas, no(a) Auditório da Secretaria de Pós-Graduação da FAAC, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZZO - Orientador(a) do(a) Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia / Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação - UNESP/ Campus de Bauru e Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação / Faculdade de Filosofia e Ciências - UNESP/ Campus de Marília, Prof. Dr. JULIANO MAURICIO DE CARVALHO do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Profª. Drª. GABRIELA BELMONT DE FARIAS do(a) Ciências da Informação / Universidade Federal do Ceará, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de CAROLINE DOS SANTOS CARDOSO, intitulada **A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MÍDIÁTICA, COMO DIFERENCIAL NO PROCESSO DECISÓRIO: ESTUDO DE CASO NA DURATEX (AGUDOS/SP)**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: _____

Aprovada. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Profa. Dra. REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZZO


Prof. Dr. JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO


Profª. Drª. GABRIELA BELMONT DE FARIAS

Dedico a conclusão desta etapa, aos meus
exemplos de vida, meus pais: José Antonio
Cardoso e Ezilda Cardoso.

"O coração do homem considera o seu
caminho, mas o Senhor lhe dirige os passos."
(Provérbios 16:9)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, que me capacitou e até aqui me sustentou.

Aos meus pais, pelo amor, por sempre me incentivarem a alcançar caminhos mais distantes.

Minha gratidão especial à minha orientadora Profa. Dra. Regina Célia Baptista Belluzzo, pelo aprendizado, cuidado e grandiosa dedicação. Por contribuir para meu crescimento pessoal e acadêmico, pela amizade conquistada, por confiar na minha capacidade e, sobretudo, sua paciência durante toda essa jornada.

A todos os professores, amigos e colaboradores do PPGMIT pelo grande apoio e prestatividade durante todo o período de curso.

À minha família e amigos pelo apoio incondicional que me deram, especialmente minha prima Daiane e a seu marido Marco, por todo auxílio e apoio ao longo da elaboração deste trabalho.

À Duratex (Escritório - São Paulo e unidade - Agudos/SP) por concederem a autorização para realização do meu projeto de pesquisa, além da participação e apoio de seus funcionários.

CARDOSO, Caroline dos Santos. **A competência em informação e midiática como diferencial no processo decisório**: estudo de caso na Duratex (Agudos/SP) 2019, 189f. Trabalho de Conclusão (Mestrado em Mídia e Tecnologia) - FAAC - UNESP, sob a orientação do Profa. Dra. Regina Célia Baptista Belluzzo, Bauru, 2019.

RESUMO

Apresentam-se reflexões e considerações resultantes de pesquisa exploratório-descritiva e qualitativa, estudando os a relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório, com ênfase ao ambiente industrial. Buscou-se realizar o mapeamento das variáveis essenciais que envolvem o acesso e uso inteligente da informação e sua aplicação à construção de conhecimento com a inter-relação ao processo decisório no setor industrial. A questão central de pesquisa foi estabelecida como sendo: É possível existir uma inter-relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações industriais? Para tanto, realizou-se, inicialmente, uma pesquisa/revisão bibliográfica em fontes impressas e eletrônicas junto à literatura especializada a fim de construir referencial teórico de apoio à segunda etapa que envolveu um estudo de caso tendo como universo de pesquisa a empresa Duratex S.A., organização industrial brasileira, há sessenta e sete anos no mercado, com sede na cidade de São Paulo e que possui mais de doze mil colaboradores distribuídos entre as dezessete unidades estrategicamente alocadas em todo o país, mais sete unidades florestais e três fábricas na Colômbia. Para a realização da pesquisa, optou-se pela unidade de Agudos/SP. Esse estudo compreendeu uma pesquisa documental no site da empresa e em documentos e relatórios oficiais que foram disponibilizados e permitiu a caracterização do universo e a definição dos sujeitos a serem pesquisados. Ressalte-se que foi obtida a anuência para que a pesquisa pudesse ser realizada junto ao canal de apoio à comunicação interna denominado: “Agentes da Comunicação”, grupo formado por seis colaboradores, sendo cada um responsável por uma área da fábrica, que compreende em suas rotinas desenvolver atividades de divulgação e disseminação de informações às suas respectivas áreas. Desta forma, foi possível considerar como sujeitos de pesquisa para a entrevista estruturada a gestora responsável pelo canal de comunicação. Na sequência, foi efetuada uma observação *in loco*, apoiada em roteiro

aplicado mediante a técnica de entrevista estruturada, compreendendo elementos de identificação da instituição e do sujeito pesquisado (gestora) e também foi utilizada a técnica do questionário que foi utilizada para a coleta de dados junto aos oito colaboradores. Os resultados obtidos e sua triangulação na análise permitiram obter uma visão aprofundada sobre a temática, demonstrando que a competência em informação e midiática, é fator crucial para o sucesso da gestão da organização, pois com ela é possível adotar medidas e formular objetivos com a finalidade de gerar processos decisórios mais assertivos, deste modo aumentando a capacidade produtiva e, conseqüentemente, seus resultados. Porém, notou-se que os estudos referentes a essa competência no ambiente de trabalho são ainda recentes e, embora o mundo do trabalho já tenha constatado que faltam aos colaboradores as habilidades necessárias para o uso eficaz da informação, não tem sido fácil promover essa competência nesse cenário, por motivos tais como: os executivos não têm familiaridade com a terminologia, tampouco com o conceito dessa competência e têm dificuldade em definir os objetivos de aprendizado e os currículos para treinamento; a competência em informação e midiática demanda, não somente mudança no comportamento, mas também na forma de avaliar a necessidade de acessar e usar eficazmente a informação em especial, no ambiente industrial.

Palavras-chave: Competência em informação e midiática; Processo decisório; Organizações industriais.

CARDOSO, Caroline dos Santos. **A competência em informação e midiática como diferencial no processo decisório**: estudo de caso na Duratex (Agudos/SP) 2019, 189f. Trabalho de Conclusão (Mestrado em Mídia e Tecnologia) - FAAC - UNESP, sob a orientação do Profa. Dra. Regina Célia Baptista Belluzzo, Bauru, 2019.

ABSTRACT

Reflections and considerations resulting from exploratory-descriptive and qualitative research are presented, studying the relationship between information and media competence and the decision-making process, with emphasis on the industrial environment. The mapping of the essential variables that involve the intelligent access and use of information and its application to the construction of knowledge with the interrelationship with the decision-making process in the industrial sector was sought. The central question of research was established as: Is it possible to have an interrelationship between information and media competence and the decision-making process in industrial organizations? In order to do so, a bibliographical research / revision was carried out in printed and electronic sources along with the specialized literature in order to construct a theoretical framework to support the second stage that involved a case study having as a research universe the company Duratex SA, a Brazilian industrial organization, has been in the market for sixty-seven years, with headquarters in the city of São Paulo and has more than twelve thousand employees distributed among the seventeen strategically located units throughout the country, plus seven forest units and three factories in Colombia. In order to carry out the research, the Agudos / SP unit was chosen. This study comprised a documentary research on the company's website and official documents and reports that were made available and allowed the characterization of the universe and the definition of the subjects to be researched. It should be emphasized that the agreement was obtained so that the research could be carried out along with the internal communication support channel called "Communication Agents", a group of six employees, each of which is responsible for one area of the plant, which comprises their routines develop activities of dissemination and dissemination of information to their respective areas. In this way, it was possible to consider as research subjects for the structured interview the manager

responsible for the communication channel. Afterwards, an on-site observation was carried out, supported by a structured interview technique, comprising identification elements of the institution and the research subject (manager) and also the questionnaire technique that was used to collect data together with the eight collaborators. The results obtained and their triangulation in the analysis allowed to obtain an in-depth view on the subject, demonstrating that the information and media competence is a crucial factor for the success of the organization's management, since it is possible to adopt measures and formulate objectives for the purpose to generate more assertive decision-making processes, thus increasing the productive capacity and, consequently, its results. However, it has been noted that the studies concerning this competence in the work environment are still recent and, although the world of work has already found that the necessary skills for the effective use of information are lacking for the employees, it has not been easy to promote this competence in this scenario, for reasons such as: executives are unfamiliar with terminology, nor with the concept of competence, and have difficulty defining learning objectives and training curricula; the information and media competence demands not only a change in behavior but also in the way of assessing the need to access and use information in the industrial environment in particular.

Keywords: Information and media literacy; Decision making process; Industrial organizations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ambientes organizacionais e sua estrutura.....	26
Figura 2 - Modelo de percepção, análise e uso da informação nas organizações	31
Figura 3 - Os Sete Pilares da competência em Informação	49
Figura 4 - As cinco leis da AMI	57
Figura 5 - Matriz de Competência em Informação e Midiática.....	62
Figura 6 - Pirâmide constitutiva do conceito de competência midiática.....	64
Figura 7 - Pirâmide de desenvolvimento da competência midiática.....	76
Figura 8 - Fases do processo decisório.....	78
Figura 9 - Modelos de tomada de decisões: ambiguidade/conflicto sobre objetivos <i>versus</i> incerteza técnica	92
Figura 10 - Etapas do desenvolvimento da pesquisa	113
Figura 11 - Áreas de Negócio.....	122
Figura 12 - Estrutura de Governança Duratex.....	123
Figura 13 - Canais Internos Duratex.....	125
Figura 14 - Canais Externos Duratex	127

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese das novas condições e das novas formas organizacionais	33
Quadro 2 - Contrastes entre as formas convencionais e as novas organizações	34
Quadro 3 - Habilidades que faltam no ambiente de trabalho e suas consequências	47
Quadro 4 - Dimensões da Colnfo na perspectiva de Morales (2000).....	48
Quadro 5 - Padrões básicos /ou indicadores de Competência em Informação	51
Quadro 6 - Competência em informação e midiática: principais características.....	61
Quadro 7 - Conceitos-chave para a leitura crítica de conteúdos da mídia	63
Quadro 8 - Necessidade, busca e uso da informação no processo decisório	83
Quadro 9 - Cultura organizacional.....	86
Quadro 10 - Comparações entre criação de significado, construção do conhecimento e tomada de decisões	88
Quadro 11 - Comparação entre decisões programadas e não programadas.....	90
Quadro 12 - Inter-relação entre padrões e indicadores de Colnfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Necessidade de Informação” (CHOO, 2003)	97
Quadro 13 - Inter-relação entre padrões e indicadores de Colnfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Busca da Informação” (CHOO, 2003)	101
Quadro 14 - Inter-relação entre padrões e indicadores de Colnfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Uso da Informação” (CHOO, 2003)	106
Quadro 15 – Perfil dos colaboradores	130
Quadro 16 - Itens indicados como auxílio para acesso e uso da informação	142
Quadro 17 - Conceito de competência em informação	144
Quadro 18 - Conceito de competência midiática	144
Quadro 19 - Habilidades importantes no acesso e uso da informação	145
Quadro 20 - Habilidades importantes no acesso e uso das TIC e da mídia.....	146

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Período de atuação profissional (anos)	130
Gráfico 2 - Idade dos sujeitos pesquisados	131
Gráfico 3 - Área de atuação na empresa	132
Gráfico 4 - Grau de formação escolar	133
Gráfico 5 - Identificação de um assunto ou outra informação necessária para empresa	134
Gráfico 6 - Fontes de informações gerais e específicas para aumentar o grau de conhecimento	135
Gráfico 7 - Formula questões apropriadas baseando-se na informação necessária para empresa	136
Gráfico 8 - Fontes de informações disponibilizadas pela organização	137
Gráfico 9 - Diferencia os vários tipos de fontes de informação	138
Gráfico 10 - Determina a disponibilidade da informação necessária e toma decisões sobre estratégias	139
Gráfico 11 - Utilização de autoajuda dos sistemas de recuperação	140
Gráfico 12 - Avaliação da quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca da informação	141
Gráfico 13 - A empresa oferece algum tipo de auxílio (roteiro, profissional, tutorial ou guia de procedimentos) para o acesso e uso da informação?	142
Gráfico 14 - “ <i>Competência em Informação</i> ” ou “ <i>Information literacy</i> ” e “ <i>Competência midiática</i> ” ou “ <i>media literacy</i> ”	143
Gráfico 15 - Perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato	147
Gráfico 16 - Sistemas e representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor	148
Gráfico 17 - Interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem/conteúdo	149
Gráfico 18 - Perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato	150
Gráfico 19 - Sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa	151
Gráfico 20 - As necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural e outros	152
Gráfico 21 - Avaliar os efeitos das emoções	153
Gráfico 22 - Normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações	154
Gráfico 23 - Compartilhar e disseminar informação	155
Gráfico 24 - Novas ferramentas comunicativas	156
Gráfico 25 - Mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade	157

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO: UM PANORAMA SOBRE NOVAS DEMANDAS E COMPETÊNCIAS	23
2.1 Contextualização das organizações industriais	23
2.2 Competências nas organizações industriais	35
3 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA: DIFERENCIAIS NAS ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS	42
3.1 Competência em Informação	42
3.2 Competência midiática	55
4 O PROCESSO DECISÓRIO NAS ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS SOB O ENFOQUE DA COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA	78
4.1 O processo decisório e suas dimensões	78
4.1.1 Estrutura e cultura das organizações industriais	84
4.2 Modelos de processo decisório	87
4.3 O processo decisório e sua inter-relação com a Competência em informação e midiática	94
5 METODOLOGIA DO TRABALHO	113
5.1 Pesquisa/revisão bibliográfica	114
5.2 Estudo de caso	115
5.2.1 Definição do universo e da população	115
5.2.2 Pesquisa documental	116
5.2.3 Observação <i>in loco</i>	117
6 RESULTADOS E INTERPRETAÇÃO	121
6.1 Etapa 1 – pesquisa bibliográfica	121
6.2 Etapa 2 - Estudo de caso	121
6.2.1 Pesquisa documental	121
6.2.2 Entrevista (gestora)	127
6.2.3 Questionário (colaboradores)	129

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	159
REFERÊNCIAS.....	162
APÊNDICES	172
ANEXOS	187

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, devido ao avanço tecnológico, presenciamos um grande aumento da produção industrial, e crescimento contínuo das indústrias, sendo que nesse contexto, o uso das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) se faz necessário, visando estabelecer medidas para garantir excelência ao fortalecimento da instituição, visto que hoje o uso eficaz da informação promove elevados níveis de competitividade.

Nonaka e Takeuchi (1997, p. 59) mencionam que “[...] a organização que deseja lidar de forma dinâmica com as mudanças no ambiente precisa criar informação e conhecimento, não apenas processá-los de forma eficiente”.

Os diferentes níveis de competitividade exigem um conhecimento para o planejamento estratégico que necessita do auxílio de ferramentas externas, por isso a inteligência em informação e a cognição têm adquirido espaço no mundo tecnológico, possibilitando o desenvolvimento de mais projetos que assumam papéis fundamentais no engajamento de profissionais e organizações.

Apesar de existirem inúmeros enfoques de pesquisa, os campos que compõem a ciência cognitiva adquirem um interesse básico acerca da compreensão dos processos cognitivos, sua realização no cérebro, a estrutura da mente e as suas diversas manifestações como inteligência (JOHNSON-LAIRD, 1988).

É imprescindível que os significativos desenvolvimentos das indústrias caminhem junto com a eficiência em informação, reconhecendo seu real aproveitamento. Para que essas organizações sobrevivam e sobressaiam neste ambiente, tantos os dados, como informações e conhecimento oriundos do contexto empresarial, precisam ser utilizados e produzidos de modo a levar cada organização a desempenhar suas atividades com melhor aproveitamento aplicado no desempenho e qualidade de seus produtos.

Vale lembrar que é possível evidenciar também no setor industrial que os dados, informação e conhecimento são indissociáveis, sendo elementos capazes de proporcionar às organizações que os utilizam de maneira inteligente, estruturada, dinâmica, os diferenciais frente à concorrência e, desta maneira, asseguram uma conduta capaz de influir e modificar completamente o desempenho organizacional,

abrindo fronteiras e derrubando obstáculos no que concerne às barreiras de consolidação, instituindo-se o gerenciamento eficiente e inteligente dessa tríade organizacional (DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

Então, por conhecimento pode-se entender um saber acumulado ao longo da vida, desenvolvido por diversas informações recebidas, e que o mesmo está implícito na competência. Assim, é possível afirmar que a competência pode ser aprendida e construída, mas depende diretamente do esforço do agente, que pode ser um esforço natural ou repetitivo até que se alcance a excelência (FARIAS, 2017).

Para que a informação contemple todas as áreas organizacionais, a alta gerência necessita compreender profundamente quais são suas fontes de informação, como ocorre o fluxo de informação e quais são as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) utilizadas na produção de informação e conhecimento, é um relacionamento íntimo e fundamental para o crescimento organizacional. Conforme observa Choo (2003, p.27):

A informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz. Sem uma compreensão dos processos organizacionais pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, as empresas não são capazes de perceber a importância de suas fontes e tecnologias de informação.

Ressaltando essa afirmação, Nonaka e Takeuchi (1997, p.56) contribuem afirmando que “[...] assim, a informação é um fluxo de mensagens, enquanto o conhecimento é criado pelo mesmo fluxo de informação, ancorando as crenças e no compromisso de seu portador”. A informação surge de um fluxo de mensagens na qual há um emissor e um receptor que interagem e trocam informações, oriundos das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), da comunicação interna, registros e manuais; o conhecimento também surge pelo mesmo caminho, porém, ele é consolidado nas experiências e crenças enraizadas dos indivíduos cognitivos.

É preciso atentar para seis etapas que envolvem a informação e, Choo (2008) as aborda, em síntese:

- 1ª etapa - identificação das necessidades de informação: as interações sociais promovem o conhecimento de informações de cunho estratégico, derivados de problemas, incertezas e ambiguidades emergentes das vivências e experiências dos indivíduos;

- 2ª etapa - aquisição da informação: exige um profundo sistema investigativo e sistemático, monitorando e avaliando as fontes (humanas, textuais, impressas e on-line) do ambiente interno e externo da organização;
- 3ª etapa - organizar e armazenar a informação: os sistemas de informação servem como aporte para organizar, recuperar dados e informações, facilitando o compartilhamento de informações valiosas e estratégica por meio das fontes de informações organizacionais;
- 4ª etapa - criação de produtos e serviços de informação: consistem na capacidade de busca, uso e compartilhamento das informações pelos membros organizacionais;
- 5ª etapa - distribuição da informação: a disseminação/distribuição da informação se dá por meio de canais e meios de comunicação, tanto os formais quanto os informais, resultando em um fluxo contínuo de informação no ambiente interno e externo organizacional;
- 6ª etapa - uso da informação: as informações tornam-se significativas à medida que os sujeitos organizacionais executam ações estratégicas que contemplem a construção de conhecimento e resolução de problemas.

Neste âmbito, Choo (2003), apresenta três arenas para a utilização da informação de maneira estratégica, almejando novos conhecimentos e desenvolvimento da capacidade em tomada de decisão assertiva pela organização, conforme síntese de suas afirmações:

- Primeiro, a organização usa a informação para dar sentido às mudanças do ambiente externo. A empresa vive num mundo dinâmico e incerto. Precisa garantir um suprimento confiável de materiais, recursos e energia. [...] A segunda arena do uso estratégico da informação é aquela em que a organização cria, organiza e processa a informação de modo a gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado. Novos conhecimentos permitem à organização desenvolver novas capacidades e melhorar os processos organizacionais. [...] A terceira arena do uso estratégico da informação é

aquela em que as organizações buscam e avaliam informações de modo a tomar decisões importantes (CHOO, 2003, p. 27-29).

Saber utilizar a informação, assegurando o aprendizado, as mudanças organizacionais, e proporcionando novos conhecimentos que resultem em decisões coerentes, claras e seguras é o grande desafio deste século. Para De Sordi (2008, p.12) “[...] conhecimento é o novo saber, resultante de análise e reflexões de informações segundo valores e modelo mental daquele que o desenvolve, proporcionando a este melhor capacidade adaptativa às circunstâncias do mundo real”. Dessa forma, o conhecimento proporciona uso da informação e infere mudanças reflexivas ao indivíduo pensante, o que requer novas competências.

Destaca-se que para Fleury e Fleury (2004, p.30) a competência pode ser definida como “[...] um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, que agreguem valor econômico à organização e valor social ao indivíduo”.

Rossatto; Cavalcante (2002) contribuem com a compreensão dessa temática ao explicar que as competências são ativos intangíveis, nos quais os sujeitos organizacionais são proprietários desse bem valioso responsável pelo sucesso das organizações; emergindo assim, a responsabilidade da organização em identificar, analisando as carências e suprimindo as necessidades da aquisição e desenvolvimento de competências fomentadora e propulsora dos processos efetivos e estratégicos. Surge neste contexto, o domínio de habilidades, conhecimento e ações que possibilitem aos usuários identificar quais são suas necessidades informacionais, como acessar e usar a informação disponibilizadas em fontes e bases de informação, fornecendo aos gestores a possibilidade de tomar decisões coerentes, assertivas, criteriosas e inteligentes, o que a competência em informação e midiática proporciona.

Assim, a partir dessas considerações sobre a utilização das TIC no ambiente industrial em articulação com a competência em informação e midiática no tocante ao processo decisório, pode-se dizer que se tornam um excelente apoio para: aprendizagem, conhecimento, capacidade e competitividade individual e organizacional.

Esta pesquisa busca estudar, desde o acesso e uso da informação até sua transformação em conhecimento e aplicabilidade, estabelecendo ações para

aperfeiçoar a gestão do processo decisório no setor industrial, que permita conhecer todos os caminhos e suas consequências, para maximizar resultados e efeitos nas organizações empresariais, dotando-as deste diferencial competitivo humano.

Entendendo que respostas poderão trazer contribuições à compreensão das temáticas envolvidas, propõe-se a presente dissertação, orientada sinteticamente pela pergunta central: É possível existir uma inter-relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações industriais?

Como pressupostos apoiadores da pesquisa foram considerados os seguintes:

- As organizações industriais necessitam do acesso e uso da informação e das TIC para atuarem e fazerem frente aos desafios do mercado de negócio na sociedade contemporânea.
- Os gestores organizacionais precisam desenvolver uma cultura da informação e do conhecimento para atender às demandas relativas à gestão de processos decisórios com assertividade.
- Há a necessidade de os gestores possuírem competência em informação e midiática para a tomada de decisão, enquanto fator crítico de sucesso no que tange ao acesso e uso da informação de forma inteligente para a construção de conhecimento individual, coletivo e organizacional.

Acredita-se que a importância deste projeto, será contribuir para a melhor compreensão da inter-relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações do setor industrial, uma vez que na sociedade contemporânea, a exemplo de outras áreas de negócios caracterizadas por economia informacional e paradigma tecnológico inovador, há necessidade do desenvolvimento de novas competências que possibilitem o acesso e uso da informação para tomar decisões assertivas e criar vantagem competitiva.

Assim, estabeleceu-se como objetivo geral desta pesquisa, identificar a situação da competência em informação e midiática no contexto das organizações industriais e estabelecer inter-relação com o processo decisório.

Como objetivos específicos, por sua vez, foram definidos:

- a) Identificar e sistematizar a literatura especializada envolvendo as temáticas: organizações industriais, competência em informação e midiática e processo decisório, para a construção de referencial teórico de apoio.
- b) Desenvolver estudo de caso junto à empresa Duratex S.A. (Agudos-SP) para identificar a situação da competência em informação e midiática e sua inter-relação com os processos decisórios.
- c) Oferecer subsídios à maior assertividade no desenvolvimento dos processos decisórios sob o enfoque da competência em informação e midiática em ambiente industrial.

Para melhorar a compreensão das temáticas em estudo e das situações que envolvem esta dissertação, optou-se por organizá-la em seções, desenvolvendo-se a sequência descrita a seguir:

Seção 1 – Introdução: compreendendo a parte introdutiva que abrange a apresentação com pressupostos e delimitação do tema, envolvendo questão contida da pesquisa, justificativa, objetivos e estruturação.

Seção 2 - Organizações industriais no cenário contemporâneo: um panorama sobre novas demandas e competências: apresenta as organizações e sua inserção na sociedade contemporânea, aponta definições e conceitos a sobre a situação das indústrias em todo o mundo, pelo fato de estarem se deparando com novos desafios, grande parte destes derivados da economia global, frente a competitividade e a necessidade das nações tirarem proveito das oportunidades oferecidas pelo mega mercado.

Seção 3 – Competência em informação e midiática: diferenciais nas organizações industriais: discorre sobre a importância das habilidades no acesso e uso inteligente da informação, para que todos os processos sejam no contexto das organizações industriais.

Seção 4 - O processo decisório nas organizações industriais sob o enfoque da competência em informação e midiática: descreve a atividade de tomar decisões em um processo organizacional, apresentando a relevância que possui o gerenciamento eficaz das organizações, em especial as industriais, sendo crucial em todos os seus níveis para essas organizações.

Seção 5 - Metodologia do trabalho: relata a metodologia de trabalho que basicamente se dá na construção do referencial teórico, estudo de caso (observação *in loco*, entrevistas e questionário) e apresentação de resultados.

Seção 6 - Análise e interpretação de resultados – Expõe os resultados das diferentes etapas da pesquisa realizada, salientando-se a pesquisa/revisão bibliográfica, a pesquisa documental, a observação *in loco* desenvolvida com a entrevista com a gestora da empresa e os resultados obtidos com a aplicação de um questionário aos colaboradores, finalizando com a demonstração da apresentação e a análise dos dados mediante a categorização, interpretação e triangulação dos resultados.

Seção 7 - Considerações finais – Relata ter sido possível apresentar uma visão aprofundada sobre a temática envolvida, além de se demonstrar que embora exista a necessidade de inter-relação entre a competência em informação e midiática, esse tema ainda é emergente e desconhecido como um elemento indispensável à consecução de processos decisórios assertivos nas organizações industriais no contexto brasileiro.

Finalizando são apresentadas as Referências, Apêndices e Anexos, que ainda compõem a estrutura da dissertação.

2 ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO: UM PANORAMA SOBRE NOVAS DEMANDAS E COMPETÊNCIAS

2.1 Contextualização das organizações industriais

Com a crescente evolução das tecnologias de informação e com os impactos causados pela globalização, a sociedade atual tem por dever se estruturar num mundo tecnológico de informações e comunicações e suas influências se estendem muito além dos limites organizacionais tradicionais o que inclui: economia, política, cultura, tecnologia e os recursos naturais.

A globalização é um fenômeno pervasivo que está delineando os acordos cooperativos regionais nos países em desenvolvimento para a criação de produtos de padrão mundial e seus impactos. Em muitos aspectos da sociedade existe consenso no fato de que todas as formas organizacionais e nações serão diretamente afetadas pela globalização, independentemente de suas localizações geográficas. Segundo Bauman (1999) a “Globalização” está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros.

Movidas pela exigência globalística embasada na competitividade e a necessidade das nações tirarem proveito das oportunidades oferecidas pelo mega mercado, existem organizações que não irão apenas ser modeladas pela globalização, as atividades conjuntas de todos os tipos de organizações em todo o mundo já estão e irão continuar a estimular, facilitar e estender essa condição global (KWASNICKA, 2004).

Assim, no contexto atual da economia globalizada:

Em que o mundo perde fronteiras sob o ponto de vista macroeconômico, emerge uma preocupação com a questão da informação e sua circulação de forma livre e dinâmica. De maneira geral, esta nova realidade é representada por amplas e efetivas interações de informações entre os diversos países, setores de atuação e empresas. Estar atento a este processo seguramente consolidará vantagem competitiva interessante às organizações que se inserem nesse cenário social (BASSETTO, 2012, p.20).

Um conceito ampliado e atualizado de organização e que apoia esta dissertação é apresentado por Child (2012, p.9) ao afirmar que:

A organização visa oferecer um conjunto de estruturas, a partir das quais os processos necessários para o desenvolvimento efetivo de uma atividade coletiva podem ser realizados. Um pressuposto compartilhado pelos que defendem a adoção de novas formas organizacionais é que, no futuro, teremos que nos basear menos na “organização” como uma referência, e mais no “ato de organizar” como um processo. O argumento é que as estruturas se concentram em regras e papéis formais articulando conhecimento adquirido no passado, enquanto que hoje precisamos de processos inovadores e adaptáveis, baseados em comunicação intensa e no compartilhamento do conhecimento entre as pessoas. Nas condições modernas, de grande mudança e turbulência, as estruturas podem se tornar obsoletas antes mesmo de sua implementação e inibir a flexibilidade da qual a sobrevivência das empresas depende cada vez mais. Em vez disso, processos espontâneos que permitem ajustes rápidos e inovadores às novas circunstâncias são considerados mais apropriados (CHILD, 2012, p.9)

Destacando-se, em particular, as indústrias em todo o mundo estão se deparando com novos desafios, grande parte destes derivados da economia global. Se há uma década as principais responsabilidades das indústrias era com a automação dos processos de produção, pelo qual mecanismos verificam seu próprio funcionamento, hoje a disputa global tem forçado as empresas e seus parceiros a interoperarem como se estes fossem parte de uma única organização (HARDWICK; BOLTON, 1997). Entretanto, ressalta-se que a forma de organização industrial que passou a dominar a produção manufatureira no século XX, contribuindo para a obtenção de elevados índices de produtividade e de progresso econômico, teve seu formato determinado pelo desenvolvimento de um conjunto de inovações industriais que surgiu a partir da metade do século anterior nos Estados Unidos. Na estrutura industrial que se consolidou ao longo dos tempos, a produção quase sempre é feita em altos volumes padronizados em organizações industriais de grande porte, verticalmente integradas, burocratizadas e com o emprego de mão-de-obra de baixa qualificação na execução de tarefas fragmentadas, repetitivas e especializadas.

Mas, até chegar a essa situação, foram necessárias profundas mudanças econômicas e sociais, pois, por volta de 1850, a manufatura, vinculada principalmente ao beneficiamento de produtos agrícolas, era realizada por organizações de dimensões pequenas, utilizando técnicas artesanais e atuando em mercados locais (CHILD, 2012).

Não há dúvida de que uma das principais transformações na organização do trabalho no século XX provém dos "princípios de administração científica", que Frederick Winslow Taylor (1856-1915) vinha desenvolvendo na indústria manufatureira,

nos Estados Unidos, desde fins do século anterior. Taylor (1987) acreditava que a lógica da mecanização, em que determinados movimentos padronizados de fabricação são incorporados a uma máquina especializada e, assim, repetidos de maneira mecânica, poderia igualmente ser estendida à área do trabalho, alcançando o rendimento em níveis nunca antes alcançados. A revolução na organização do trabalho daí decorrente, ao separar a concepção da execução das tarefas, bem como a sua simplificação, fez com que as atividades a serem realizadas pelos trabalhadores passassem a não lhes exigir qualificações sofisticadas (CHILD, 2012).

Nos anos de 1990, Child (2012, p. 34) mencionou que se evidenciou a “[...] transição de uma economia baseada na transformação de materiais para uma outra baseada nos fluxos de informação” e também que “[...] a crescente intensidade da informação é hoje o principal fator a que devem responder os novos *designs* organizacionais, porque desafia a premissa sobre a qual se baseia a demanda por desempenho econômico da organização burocrática”, ou seja, a maximização de utilização de recursos através de combinações eficientes em dada economia.

Para Chandler (1990 apud COSTA, 2000), no entanto, o fator dominante na aparição da organização industrial de grande porte na economia americana vinculou-se a razões de eficiência. O imperativo de aumentar o volume de material transformado em um dado tempo levou a que as organizações fizessem investimentos em máquinas e equipamentos, criassem canais de distribuição e marketing para dar vazão à produção e também um sistema articulado na gestão de suas atividades através de uma estrutura organizacional burocratizada, sob o comando de uma equipe gerencial na administração e no planejamento dos recursos. Esses são os elementos que para Chandler (1990 apud COSTA, 2000) irão moldar a grande organização industrial.

Assim, no início do século XX, a produção manufatureira ingressava em uma nova era, onde as organizações já não eram somente de dimensões pequenas, com suas técnicas produtivas artesanais e ligadas a mercados locais. Ao contrário, desde então, consolidou-se a grande organização industrial com o domínio das diferentes fases da produção em uma única estrutura organizacional, indo desde a produção de matérias-primas até a venda do produto final. Essa organização industrial trouxe consigo novas formas de competição e de ajustes às mudanças econômicas, trazendo

consigo a configuração de novo ambiente produtivo e concorrencial resultante da ação das próprias organizações em sua busca de novos produtos, processos e práticas organizacionais, que lhes garantam vantagens competitivas. Os alicerces dessa mudança encontram-se no surgimento de um novo paradigma tecnológico resultante dos progressos ocorridos nas áreas da microeletrônica, da biotecnologia e dos novos materiais e de técnicas organizacionais (COSTA, 2000).

Atualmente, ocorrem novas transformações de ordem organizacional que são sentidas em diversos níveis, tanto no nível estrutural como operacional. Em nível estrutural as organizações industriais precisam se tornar mais flexíveis e ágeis para poderem competir no mercado, exercendo influência de variáveis externas que atuam sobre as mesmas e que se acham articuladas com os fluxos informacionais (Figura 1).

Figura 1 - Ambientes organizacionais e sua estrutura



Fonte: Marta Valentim (2002, p.10)

As organizações industriais, em geral são formadas por três ambientes representados por meio de organograma, relacionados às diferentes unidades de trabalho como primeira divisão. Para segunda divisão, relacionam-se à estrutura de recursos humanos e às relações entre pessoas das diferentes unidades de trabalho compondo elementos que envolvem a necessidade de dados, além de traçarem estratégias de atuação uma vez que a informação e conhecimento são insumos básicos para que essas atividades obtenham resultados satisfatórios ou excelentes. Finalizando, o terceiro ambiente, sendo composto pela estrutura informacional, na qual

as organizações irão produzir, utilizar dados, informações e conhecimento de diferentes naturezas e, em decorrência, possibilitar um melhor desempenho no mercado em que atuam.

Como uma configuração organizacional relativamente nova, as organizações industriais têm resistido a qualquer definição para gerenciar esses fluxos informacionais, quer formal ou informalmente, sendo necessário realizar algumas ações integradas objetivando prospectar, selecionar, filtrar, tratar e disseminar todo o ativo informacional e intelectual da organização. É importante salientar que os fluxos informacionais formais e informais ocorrem tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo à organização, tal como uma aliança estratégica.

A aliança estratégica mais avançada da organização industrial, em todos os seus níveis hierárquicos, envolve pessoas que estão efetivamente resolvendo problemas ou tomando decisões. Em cada um desses processos eles enfrentam dificuldades. Mapear estas dificuldades e, na continuidade, conceber, desenvolver e testar tecnologicamente é o que necessita a organização industrial contemporânea, o que requer um planejamento estratégico.

O planejamento estratégico é uma parte do processo de gestão que tem por objetivo estabelecer métodos a fim de desenvolver um conjunto coordenado de ações, tencionando a obtenção de suas finalidades na tratativa do processo de tomada de decisão, determinando os resultados futuros e específicos a serem atingidos. Visando à definição outorgada e técnica, de forma prévia e sucinta, do que deve ser feito, as razões de como deve ser feito e analisado, quem deve fazer, onde e quando com a obtenção dos resultados (RIZZO; FALSARELLA, 2006). Além disso, também contribui de maneira significativa para o processo de tomada de decisão, diminuindo assim o risco de despesas desnecessárias, levando em consideração o senso de urgência, pois, ele norteia as atitudes e as atividades para os objetivos da organização, (KWASNICKA, 2004).

Desta maneira, argumenta-se a importância da organização definir em seu organograma uma unidade de trabalho especificamente voltada a desenvolver ações e

atividades de gestão da informação¹ e do conhecimento² para criar a competitividade³ da organização.

Beal (2004) e Felix (2003) concordam em dizer que a informação possibilita a incerteza na tomada de decisão, quando ela é trabalhada de forma sistemática e quando uma organização industrial dá valor à gestão das informações que possui para disponibilizar novos produtos e serviços, aprimorar os existentes e até a mudança de comportamentos no contexto das organizações industriais para atingirem objetivos corporativos. As tecnologias de informação nas empresas auxiliam todo processo de gestão, pois XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação – Florianópolis, SC, Brasil, 07 a 10 de julho de 2013 2 conforme afirma Felix (2003, p.22) “objetiva a integração das empresas e entre as empresas, com ganhos de agilidade e redução dos custos operacionais”.

A Gestão do Conhecimento nas organizações passa, por sua vez, obrigatoriamente, pela compreensão das características e demandas do ambiente competitivo. É notório que estamos vivendo em um ambiente cada vez mais turbulento, em que vantagens competitivas precisam ser permanentemente, reinventadas e setores de baixa intensidade em tecnologia e conhecimento perdem, rigorosamente, participação econômica (TERRA, 1999). Nesse contexto o desafio de produzir mais e melhor vai sendo superado pelo desafio, permanente, de criar novos produtos, serviços, processos e sistemas gerenciais. Já a velocidade das transformações e a complexidade crescente dos desafios não permitem mais concentrar esses esforços em alguns poucos indivíduos ou áreas das organizações, aderindo a adoção de práticas gerenciais compatíveis com as conclusões citadas sobre os processos de criação e aprendizado individual e, também, na coordenação sistêmica de esforços em vários planos: organizacional e individual; estratégico e operacional; normas formais e informais. (FLEURY; OLIVEIRA, 2008).

¹ Conjunto de ações para identificar as necessidades de informação, mapeamento de fluxos formais nas organizações, compreendendo a coleta, filtragem, análise, organização, armazenagem e disseminação, objetivando apoiar o desenvolvimento das atividades cotidianas e a tomada de decisão em ambientes corporativos.

² Conjunto de tecnologias e processos cujo objetivo é apoiar a criação, a transferência e a aplicação do conhecimento nas organizações.

³ Relacionada à capacidade da organização de produzir produtos e serviços de qualidade superior e custos mais reduzidos que a concorrência.

Competitividade é um dos termos mais em renome entre empresários, consultores e representantes do governo. Existem razões para essa popularidade, a primeira é a preocupação dos Estados Unidos com o declínio do seu poderio comercial no mundo, que se manifesta principalmente na participação decrescente dos produtos americanos no mercado mundial, até mesmo no próprio mercado americano, mas também na desaceleração do crescimento da produtividade, na estagnação dos salários reais e nos enormes déficits comerciais daquele país. O termo "competitividade" é aplicado tanto para nações como para organizações industriais. Os estudiosos de estratégia industrial tradicionalmente supõem a indústria atuando num oligopólio diferenciado, embora não explicitem essa suposição. Dentro desse quadro, a concorrência aproxima-se do modelo de acordo com Schumpeteriano (1947): as empresas competem através da inovação. O autor mundialmente mais respeitado em estratégia empresarial é, provavelmente, Ansoff (1985). De acordo com ele, "vantagem competitiva" é um dos cinco componentes de uma estratégia empresarial", Portanto, Ansoff (1985) atribui à análise da concorrência um papel parcial na formulação da estratégia da empresa. A quase totalidade dos demais autores nessa área faz o mesmo. Nesse sentido, Porter (1985) rompe com o padrão, passando a considerar a concorrência como o aspecto fundamental da estratégia industrial. Nos seus três livros mais conhecidos, *Competitive Strategy*, *Competitive Advantage* e *The Competitive Advantage of Nations*", Porter (1985) considera o meio ambiente onde a empresa opera como uma arena de competição, onde a empresa está sujeita às forças da concorrência e tem que lidar com elas para sobreviver. Ele analisa os efeitos que a concorrência tem sobre as empresas e as formas como estas podem enfrentá-la.

Portanto:

A construção do conhecimento é conseguida quando se reconhece o relacionamento sinérgico entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito dentro de uma organização, e quando são elaborados processos sociais capazes de criar novos conhecimentos por meio da conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito [...] As organizações precisam aprender a converter o conhecimento tácito, pessoal, em conhecimento explícito, capaz de promover a inovação e o desenvolvimento de novos produtos. Enquanto as organizações ocidentais tendem a se concentrar no conhecimento explícito, as empresas japonesas fazem a diferenciação entre o conhecimento tácito e explícito e reconhecem que o conhecimento tácito é uma fonte de vantagem competitiva" (CHOO, 2006, p.37)

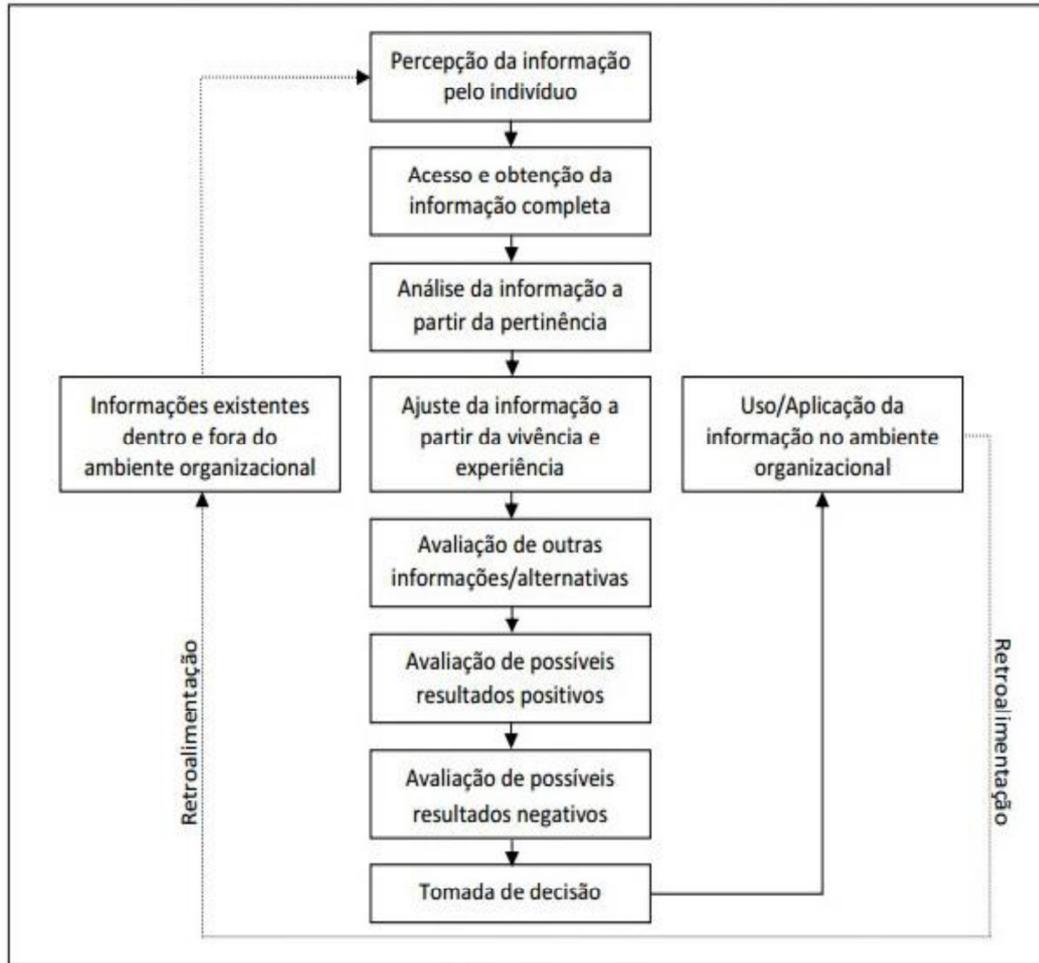
De acordo com Lyles (1997) a gestão organizacional deve estar embasada na indicação apontada por suas medidas de desempenho e a característica essencial para uma organização é a capacidade de aplicar com sucesso seus indicadores, permitindo uma avaliação contínua da eficiência de seus processos e pessoal para a medição de seu desempenho, possibilitando um maior conhecimento de seus processos, relacionados com os pontos críticos de sucesso. Nesse contexto, há também a necessidade de se observar a importância de uma gestão da informação porque ela depende do fator humano, tanto nas políticas, tecnologias, processos e comunicação, dentre outros; necessita de pessoas capacitadas para extrair o máximo de recurso e de rendimentos possíveis (PONJUÁN DANTE, 2007).

Para Valentim (2008, p. 21) os fenômenos informacionais em ambientes organizacionais podem existir sob diferentes perspectivas, ou seja, podem atender a diferentes necessidades ou demandas:

Funcionalista (informação como objeto – prova), estruturalista (informação como poder – subjugação), humanista (informação como emancipação – decisão) e interpretativista (informação como significado – criação de novo conhecimento).
Portando, dependendo do contexto há uma forma de apropriação e uso.

Ainda, na concepção de Valentim (2010, p. 18), existe um modelo de percepção, análise e uso da informação utilizado pelas organizações que se demonstra melhor na Figura 2.

Figura 2 - Modelo de percepção, análise e uso da informação nas organizações



Fonte: Valentim (2010, p.18).

Neste modelo evidencia-se a avaliação de possíveis resultados positivos e negativos de acordo com a percepção da informação pelo indivíduo.

As organizações industriais, a exemplo de outros tipos de organizações, não irão apenas ser moldadas pela globalização, as atividades conjuntas de todos os tipos organizacionais em todo o mundo já estão e irão continuar a incentivar, propiciar e estender a globalização, trazendo consigo grandes e rápidas transformações (PARKER, 1996). Entretanto, essas transformações exigem dos gestores qualificações como diferencial estratégico e êxito nas transições das empresas, para obtenção da administração adequada e sobrevivência no mercado competitivo (PORTER, 2004). O grande desafio reside em atentar para o reflexo da grande velocidade das mudanças e

da necessidade urgente de tomada de decisões estratégicas, que segundo Child (2012), é o fato de as organizações precisarem se estruturar para possibilitar aos tomadores de decisões proverem facilidades de acesso a mais informações e com mais capacidade para desenvolver diferentes alternativas provocando a integração e solução de conflitos entre esses indivíduos.

Aplica-se também no contexto organizacional industrial o que para Miranda (1993, p. 229) consiste em um modelo de organização baseada em informação e conhecimento, que demonstra o novo perfil do profissional que não precisa receber ordens de superiores. Deve apenas conhecer as estratégias comuns para execução do trabalho e apresentar maior responsabilidade individual e autodisciplina nas relações interpessoais e hierárquicas. Assim, esse modelo de organização deve ser estruturado em torno de metas e objetivos claros para que cada colaborador possa exercer autocontrole e autocrítica, fazendo com que entendam quais são as necessidades de informação para melhor desempenho de suas funções e ampliação dos seus próprios conhecimentos. Esse autor destaca, ainda, que o colaborador deve ser capaz de identificar suas necessidades de informação para: a) saber o que está fazendo; b) capacitar-se para decidir sobre o que deveria estar fazendo e c) avaliar o que ele vem fazendo até então. Tal procedimento faz com que a informação esteja a serviço dos resultados e não dos procedimentos e ainda que cada profissional seja responsável pela informação que administra.

Encontramos em Bassetto (2012) uma síntese das novas condições e de novas formas organizacionais que são aplicáveis às organizações industriais, conforme se apresenta no Quadro 1.

Quadro 1 - Síntese das novas condições e das novas formas organizacionais

Novas Condições	Novas formas organizacionais
Globalização	<ul style="list-style-type: none"> • Adequação à necessidade de integração global através de padronização, aliada à necessidade de percepção local através da flexibilidade. • Lidar com a complexidade através da estratégia de redução preservando rotinas existentes, ou estratégia de absorção conquistada com descentralização e parcerias estratégicas.
Novas tecnologias	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturas administrativas enxutas (menos níveis hierárquicos e mais horizontalizadas) • Maior interdependência entre as unidades (dentro e fora da organização) • Redes e fronteiras indefinidas • Controle de ativos separados de seu uso • Uso de procedimentos de controle remoto • Sistemas de informações para decisões em situações que mudam rapidamente • Apoio da gestão do conhecimento para a inovação e o aprendizado organizacional
Sociedade baseada na informação e no conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa descentralizada para equipes e redes visando promover a colaboração criativa para a exploração de novas possibilidades ("inovação")
Competitividade	<ul style="list-style-type: none"> • "Empresa Flexível" • Organizar para maximizar o aprendizado organizacional, com forte ênfase em inovação

Fonte: Adaptado de Child (2012, p.62)

As novas condições e formas organizacionais sintetizadas no quadro 1 podem ser perfeitamente adotadas pelas organizações industriais, considerando-se que à necessidade de lidar com a complexidade através da estratégia de redução, preservando rotina existentes e organizando para maximizar o aprendizado organizacional "Empresa Flexível", com ênfase em inovação.

Além disso, também Bassetto (2012) nos apresenta um quadro conceitual dos principais contrastes entre as formas organizacionais tradicionais e o novo formato das organizações e que podem ser considerados para a área industrial no nosso contexto. Assim, uma descrição desses elementos é apresentada no Quadro 2.

Quadro 2 - Contrastes entre as formas convencionais e as novas organizações

Componentes organizacionais e atividade	Formas convencionais de organização	Novas formas de organização
Hierarquia	Iniciativa e autoridade centralizadas Lideranças por meio da autoridade formal Uso de canais hierárquicos	Iniciativa e autoridade distribuídas Liderança por meio da orientação Uso de equipes, com menos níveis hierárquicos
Regras e planos	Mandatário: orientação com base em regras	Discrecionário: orientação com base no relacionamento
Controle	Centralizado: pessoal ou com base em regras	Descentralizado: baseado nas metas e/ou na cultura
Recompensa	Com base no nível hierárquico do indivíduo	Com base no desempenho do grupo
Especialização	Funções especializadas, claramente definidas Preferências por funções restritas	Funções generalizadas, indistintas Preferências por funções mais amplas
Grau de integração	Mais ênfase na diferenciação que na integração	Forte ênfase na integração
Sistemas	Orientados para reduzir a incerteza	Orientados para indicar a necessidade de mudança
Modo de integração	Por meio de procedimentos e regras	Por meio de contato diferente e da TIC
Redes	Apenas com os principais <i>stakeholders</i>	Com todos os integrantes da cadeia de valor
Organização transfronteiras	Conglomerado coordenado vagamente do ponto de vista financeiro ou por meio de uma divisão internacional; integração primordialmente verticalizada.	Complexa organização multidimensional que busca obter simultaneamente os benefícios da coordenação global e da iniciativa local; integração vertical e horizontal.

Fonte: Adaptado de Child (2012, p. 64)

Os contrastes observados no quadro 2, mostram que as formas convencionais possuem funções especializadas, claramente definidas, sempre por meio de procedimentos e regras. Já nas novas formas de organização nota-se que as funções são generalizadas, preferencialmente mais amplas, com controle descentralizado, baseado nas metas ou na cultura da organização.

Nesse cenário de transformações de toda a ordem: econômicas, sociais, culturais, políticas e tecnológicas, também as organizações industriais precisam mudar de forma ágil. Essas mudanças contribuem para que as organizações comecem a se preocupar com os seus recursos humanos agregando valor ao seu capital humano e percebendo que só assim poderão motivar seus colaboradores de tal sorte que possam atingir os objetivos organizacionais. Toda essa preocupação se relaciona com um

ambiente de trabalho adequado, segurança e higiene no trabalho e o crescimento pessoal e profissional do colaborador e seus impactos no desenvolvimento organizacional.

As organizações de âmbito industrial são hoje mais sensíveis às demandas dessa natureza, procurando atender ao aumento das exigências dos consumidores e obter maior competitividade como consequência. Essas transformações também exigiram e exigem das organizações industriais mudanças de paradigmas e uma reflexão sobre os modelos e técnicas administrativas a serem adotadas devido à complexidade do ambiente organizacional que faz surgir diversificadas demandas de competências, aumentando a distância entre o que as pessoas sabem e o que elas precisam aprender (POZO, 2002). Autores como Richardson (1972) já mencionava que a produção se apoia na multiplicidade das atividades industriais e das competências necessárias à sua execução em etapas solidárias entre si.

2.2 Competências nas organizações industriais

Face ao exposto, tem importância a melhor compreensão das competências no cenário organizacional contemporâneo, considerando-se que o desenvolvimento das competências individuais aplica-se às organizações industriais porque permite que toda e qualquer organização seja mais apta a atingir seus objetivos e essa articulação resulta nas competências organizacionais, que segundo Dutra (2004) favorece as intenções estratégicas da organização e determinam as competências organizacionais que desejam ter a partir de sua estratégia, de modo que a soma das um conjunto de competências que traduz a visão da organização são essenciais para o seu sucesso. Traduz ainda sob o mesmo padrão de competência nas organizações que elas se associam às responsabilidades de cada indivíduo no ambiente organizacional.

Esse entendimento conduz ao alinhamento entre as competências individuais e organizacionais, indicando conhecimentos, recursos e habilidades a serem mobilizados pelos colaboradores.

Inicia-se, portanto, pelo esclarecimento do significado de competência, expressão originada da linguagem jurídica, que remete à noção de poder ou de

autoridade para se realizar ações. O entendimento natural trata competência como a capacidade para realizar algo, esperando-se alcançar um objetivo. Como não se pretende esgotar esse tema, buscar-se-á apresentar as principais abordagens e conceituações devidamente consolidadas como um referencial de caráter seletivo.

Uma análise crítica interessante enfatizando as questões que envolvem a competência no ambiente de trabalho e o seu desenvolvimento nas organizações mediante ações estratégicas de aprendizagem é apresentada por Brandão (2008), afirmando que há predominância de estudos que buscam avaliar resultados de ações formais de aprendizagem, em termos de desenvolvimento de competências, bem como daqueles que procuram diagnosticar necessidades de aprendizagem com base em competências. Entretanto, ressalta que “tanto a aprendizagem quanto a competência são temas sobre os quais parece haver crescente interesse por parte de pesquisadores e organizações, talvez por causa da emergência e difusão, nos últimos anos, de modelos de gestão baseados na noção de competência”(p.322).

Mas, como conceituar a competência nas organizações contemporâneas?

Le Boterf (1995) descreve que a competência é o conjunto de aprendizagens sociais e comunicacionais nutridas a montante pela aprendizagem e formação e a articulação com os sistemas de avaliações, os quais são formados pela pessoa através de formação educacional e pela sua experiência profissional. A competência, ainda, segundo este autor é um saber agir responsável e que é reconhecido pelos outros e caracteriza a integrar, mobilizar e transferir os conhecimentos, recursos e habilidades, num contexto profissional determinado no processo de aprendizagem.

Na concepção de Fleury e Fleury (2001), competência é um conjunto de habilidades humanas, atribuídas por conhecimentos, habilidades e atitudes que demonstram um desempenho superior, acreditando que os melhores desempenhos estão baseados na inteligência e personalidade das pessoas, ou seja, a competência é entendida como acúmulo de recursos que cada indivíduo possui. Salientam, ainda, que embora a base de observação seja o indivíduo, muitos autores americanos indicam a importância de alinhamento entre as competências e as necessidades especificadas pelos cargos ou posições nas organizações.

Durand (1998) entende competência como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes interdependentes e necessárias à realização de determinado propósito. Defende, ainda, que o desenvolvimento de competências se desenvolve através da aprendizagem individual e coletiva.

Para Belluzzo (2008), o conceito de competência é estabelecido através de duas dimensões distintas. A primeira exige um domínio complexo de saberes e habilidades permitindo a intervenção prática na realidade e, a segunda a manutenção de compromisso com as necessidades mais concretas que emergem e caracterizam o atual contexto da sociedade.

Sparrow e Bognanno (1994) consideram que a dinâmica do ambiente organizacional interfere na qualificação profissional e propõem uma classificação das competências de acordo com sua importância em um determinado contexto organizacional considerando o efeito do tempo. Para os autores, essas competências se comportam em ciclos de vida, de acordo com as intervenções e inovações tecnológicas e as alterações nas estratégias da organização. Esses autores apresentam quatro categorias para as competências: 1) emergentes: competências que mesmo não sendo importantes atualmente na organização podem ser enfatizadas no futuro, dependendo da estratégia organizacional; 2) declinantes: são as competências que já possuíram grande relevância na história organizacional, mas que perderam seu significado ou relevância ao longo do tempo, por conta de mudanças nas estratégias da organização, nas tecnologias ou na essência do trabalho; 3) transitórias ou transitórias: são competências que, mesmo sendo importantes em determinados momentos, não estão diretamente ligadas ao negócio e, dessa forma, não têm importância direta para a execução do trabalho ou evidenciadas na estratégia da organização; e, 4) estáveis: são competências que se manterão tão importantes no futuro quanto no momento atual. São competências que representam o núcleo dos processos de negócio e se mantêm relevantes ao longo do tempo e, por isso, devem ser mantidas para assegurar a continuidade da organização.

Outros autores, como Bitencourt (2004) analisa a tendência da definição de competências com base nos vários conceitos que apresenta e mostra duas vertentes da evolução no contexto empresarial. No primeiro modelo destacam-se as questões

técnicas e de qualificação profissional. Na outra vertente há uma reformulação do conceito de qualificação que não compreende a técnica como suficiente para o alcance de competência. A ideologia aqui envolve educação para o trabalho de maneira ampla, e não para uma função específica, o que pode ser aceito como parte da formação de cidadão, desenvolvendo nos trabalhadores e empresa competências gerais e não as tecnicistas. Isto gera desenvolvimento das competências essenciais em decorrência da atitude crítica e reflexiva citada por esse autor.

Hamel e Prahalad (1995) afirmam, em síntese que: o foco em uma competência essencial representa uma potencialidade que é deflagrada quando a empresa prevê novas formas criativas de explorar essa competência; as competências mais valiosas são as que abrem as portas para uma ampla variedade de possíveis mercados de produtos; uma competência essencial é um conjunto de habilidades e tecnologias que permite a uma empresa oferecer um determinado benefício aos clientes; e, ainda, como o desenvolvimento de competências requer mais aprendizado cumulativo do que grandes saltos de inventividade, é difícil reduzir o tempo de desenvolvimento de competências. Os ciclos de produtos podem estar ficando cada vez menores, mas a luta pela liderança das competências essenciais provavelmente ainda será medida em anos, e não em meses. Além disso, de acordo com tais chaves conceituais é possível relacionar diretamente as competências essenciais das organizações ao processo de aprendizagem que gera os conhecimentos necessários à produção e atuação organizacional (gestão) no mercado e ao mesmo tempo à cultura que se desenvolve dia-a-dia nas empresas, a partir desta definição de estratégia voltada às competências.

Em recente publicação, Belluzzo (2018) que traz um *briefing* de fundamentação teórica envolvendo a conceituação sobre a competência apresenta, em síntese nossa, o que segue:

- Ao final da Idade Média, a expressão “competência” era associada essencialmente à linguagem jurídica, dizendo respeito à capacidade atribuída a alguém ou a uma instituição para apreciar e julgar certas questões. Mais tarde, o conceito de competência veio a designar o reconhecimento social sobre a capacidade de alguém pronunciar-se a respeito de determinado assunto e, mais tarde, com o advento da

Administração Científica, passou a ser utilizado para qualificar o indivíduo capaz de realizar determinado trabalho (ISAMBERT-JAMATI, 1997 apud BELLUZZO, 2018). Além disso, em decorrência de mudanças sociais e do aumento da complexidade das relações de trabalho, as organizações passaram a considerar, no processo de desenvolvimento de seus colaboradores, não só conhecimentos e habilidades, mas também aspectos sociais e atitudinais, surgindo algumas concepções, então, que começaram a valorizar a atitude como maior determinante da competência.

- Zarifian (1996 apud BELLUZZO, 2018), por exemplo, ao definir competência, baseia-se na premissa de que, em ambiente dinâmico e competitivo, não é possível considerar o trabalho como um conjunto de tarefas ou atividades pré-definidas e estáticas. Desse modo, a competência significa assumir responsabilidades frente a situações de trabalho complexas em relação ao exercício sistemático de ações reflexivas no trabalho, o que possibilita ao profissional lidar com eventos inéditos, surpreendentes e de natureza singular.

- Entretanto, ressalta que a frequente utilização do termo “competência” no campo da gestão organizacional fez com que este adquirisse variadas conotações, e, assim sendo, vamos descrever aquela que se coaduna à visão que a conceitua como sendo reflexão e uso de habilidades meta cognitivas como pré-requisitos, considerando-se que uma competência requer mais do que a habilidade de aplicar algo que foi aprendido a uma situação original. Além disso, as competências não podem ser separadas dos contextos práticos em que são adquiridas e aplicadas (BELLUZZO, 2018).

No que se aplica, especificamente, às organizações, a questão da competência tem sido mencionada por diferentes autores. Dentre eles, destacam-se Quinn, Anderson e Filkestein (2000), ao afirmarem que o verdadeiro profissional domina um agregado de conhecimentos sistematizados em determinada disciplina, os quais devem ser atualizados constantemente. Porém, esses autores também mencionam que a vasta quantia de informações, conhecimentos e inovações produzidos de maneira cada vez mais rápida, aliados ao ambiente global atual de incerteza e turbulências diversas, podem dificultar, de alguma maneira, a atualização que sugerem.

Ainda nesse contexto, destaca-se Santos (2010, p.115) que apresenta uma síntese do entendimento da competência no contexto organizacional afirmando que:

A noção de competência se refere a situações que exigem a tomada de decisões e a resolução de problemas. Assim sendo, possuir conhecimentos ou capacidades não é sinônimo de possuir competências, uma vez que se podem conhecer regras de gestão contábil e não saber aplicá-las no momento oportuno. Desse modo, a realidade exige a mobilização de recursos (capacidades, habilidades, saberes, atitudes) para a ação concreta. Quando os recursos necessários não existem, não há competência. Quando os recursos existem e não são utilizados de maneira útil e consistente, também não há competência. Nesse foco de compreensão, nenhuma competência está apenas a serviço do mercado, mas das demais realizações humanas, com infinitas possibilidades (SANTOS, 2010, p.115).

Wood Jr. e Picarelli Filho (2004), tecendo considerações sobre trabalho, habilidades e competências, concluem que foi estabelecido um consenso relativo de que uma importante fonte de vantagem competitiva seriam os recursos internos de gestão de cada empresa: recursos humanos, organização do trabalho, modelo de gestão e os diferentes sistemas de apoio. Entretanto, afirma que da articulação entre tais recursos nasce a capacidade de aprendizado e adaptação e, em decorrência surgem as competências consideradas como sendo essenciais à organização, o que se aplica àquelas de natureza industrial de que tratamos nesta dissertação.

A concepção de competência como sendo domínio de saberes e habilidades que possibilitam ação pode ser considerada a mais adequada. Por outro lado, como a informação é um fator de produção, é possível falar de um tipo de competência específica, ou seja, a competência para lidar com a informação (*information literacy*) e com a mídia e as tecnologias (*media literacy*) - a competência em informação e midiática.

Convém lembrar que as organizações industriais estão inseridas em mercado competitivo e em articulação com uma economia onde a informação e o conhecimento são recursos organizacionais que ganham cada vez mais espaço e valor, uma vez que propiciam a maximização dos processos de produção e um desenvolvimento organizacional efetivo (DIAS; BELLUZZO, 2003).

Além disso, é importante ressaltar também que segundo Belluzzo, Kobayashi e Feres (2004) o conhecimento é construído por meio da internalização e da

apropriação da informação pelo indivíduo, e dessa maneira, a informação passa a ser considerada um insumo básico para a criação do conhecimento. Nesse processo de criação do conhecimento, as pessoas devem, primeiramente, manter e desenvolver um relacionamento competente com a informação que, conseqüentemente, irá auxiliar na construção de um conhecimento flexível e eficaz nas organizações.

Nesse contexto, ser competente em informação e no uso de mídia e tecnologias envolve como característica um conjunto de comportamentos e habilidades relativas à busca, acesso e uso da informação de maneira inteligente e ética, sendo esse o recorte desta dissertação e que será descrito a seguir.

3 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA: DIFERENCIAIS NAS ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS

3.1 Competência em Informação

Para a *Association of Colleges and Research Libraries* – ACRL (2000) a sociedade com os mercados cada vez mais globalizados, o conhecimento e a inovação são os elementos mais relevantes de definição da competitividade e desenvolvimento das empresas onde a competência em informação é de fato a base de organizações bem sucedidas e de uma sólida democracia.

A presença das tecnologias e das mídias nas organizações é hoje tão importante, que é impossível ignorá-la. As demandas do século XXI e as potencialidades de ambas competências para geração de oportunidade de crescimento, compreendendo o desenvolvimento da competência midiática, juntamente com a competência em informação, contribui para que o indivíduo obtenha novos conhecimentos.

Ressalta-se que, de acordo com esse contexto, como as organizações se comunicam a todo o momento, tanto externa quanto internamente, isso denota que a todo instante informações são recebidas, captadas, transformadas e produzidas pelos e para os colaboradores da empresa. As autoras indagam que “[...] se a informação é a cola que dá sentido a uma interpretação da atividade empresarial, então há que se estar atento à qualidade dessa informação circulante na organização” (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 8), destacando-se a necessidade da competência em informação nas organizações, inclusive as de natureza industrial.

Assim, para melhor compreensão da importância da Competência em Informação, faz-se necessário um entendimento da sua origem e conceitos. E, para efeito dessa pesquisa, ressalta-se que será considerado o termo “Competência em Informação”, utilizado por Belluzzo (2007), termo este que melhor pode representar a sua compreensão semântica e que, a partir de 2013, foi definido pela UNESCO (HORTON JÚNIOR, 2013) como a terminologia apropriada para se utilizar em nosso país. Além disso, existe também a recomendação de uso da sigla Colnfo para

representar essa competência no nosso contexto, no documento intitulado “Carta de Marília” (2014).

A *Information Literacy* ou Competência em Informação surgiu a partir da década de 1970, por meio do relatório de autoria de Paul Zurkowski, num período em que, com o advento da evolução das tecnologias de informação e comunicação (TIC) havia a necessidade das pessoas de buscar novos conhecimentos e habilidades para lidar com a informação (DUDZIAK, 2001).

Zurkowski, que era o presidente da *Information Industries Association*, associação cujo propósito era de criar e distribuir produtos, serviços e sistemas de informação, especialmente em formatos digitais. Em seu relatório, divulgado em 1974, que era denominado de *The information service environment relationships and priorities*, delineou uma série de produtos e serviços fornecidos por instituições privadas e suas relações com as bibliotecas, a partir do cenário de mudanças que havia observado no âmbito informacional, principalmente, pela utilização de bases de dados eletrônicas que já vinham sendo comercializadas há algum tempo e aconselhava que fosse dado início a um movimento nacional em direção à *Information literacy* ou competência em informação (CoInfo). Zurkowski recomendava que os recursos informacionais deveriam ser aplicados nas situações de trabalho, por meio da aprendizagem de técnicas e habilidades para a utilização de ferramentas de acesso à informação e no uso de fontes primárias, além do que a informação deveria ser usada na resolução de problemas (apud DUDZIAK, 2001).

Em 1976, o conceito de *information literacy* (IL) passou a ser mais abrangente e relacionado a uma série de habilidades e conhecimentos que incluíam agora a localização e uso da informação para a resolução de problemas e tomadas de decisão (DUDZIAK, 2003).

Em suma, pode-se dizer que a IL, nos anos 70, foi consolidada a partir do crescimento informacional que surgiu com a implementação da tecnologia e de suas formas de disponibilização e acesso, além do reconhecimento de que a informação é imprescindível à sociedade, daí a necessidade de habilidades, ou melhor, de competências para fazer o uso eficiente das informações para a resolução de problemas.

Nos anos 80, houve expansão da IL que passou da simples descrição de habilidades de localização, para a definição de habilidades intelectuais superiores que abrangem a compreensão e a avaliação da informação, demandando uma série de atitudes vinculadas à pesquisa como a relevância, a eficácia e a eficiência, o pensamento crítico e o pensamento criativo, num contexto abrangente que extrapola a biblioteca, definindo dessa forma o trinômio: conhecimentos, habilidades e atitudes (DUDZIAK, 2001).

Nos anos 90, Doyle (1994), publicou um trabalho advindo de suas experiências adquiridas com o grupo *National Forum on Information Literacy* (NFIL), que reunia várias organizações empresariais, governamentais e educacionais americanas (DOYLE, 1992 apud DOYLE, 1994, p.3). O estudo buscava demonstrar e levar à compreensão do conceito da competência em informação para todos os profissionais elencando um conjunto de atributos necessários para que uma pessoa seja considerada competente para lidar com a informação. Desde, então e até os dias atuais, observa-se a existência de vários estudos envolvendo o tema Competência em Informação, buscando por meio de ponderações e análises sobre o assunto, a definição clara do conceito, além da criação de diretrizes e parâmetros que contribuam para a competência das pessoas. Desse modo, é possível o destaque para:

Várias organizações se estabeleceram nos anos 90, e a *information literacy* ganhou dimensões universais, disseminando-se nos vários continentes, havendo uma busca constante pela elucidação do conceito, procurando torná-la acessível a um número cada vez maior de pessoas (DUDZIAK, 2003, p. 28).

Considera-se, no âmbito desta dissertação, o seguinte conceito de competência em informação:

Constitui-se em processo contínuo de interação e internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades específicas como referenciais à compreensão da informação e de sua abrangência, em busca da fluência e das capacidades necessárias à geração do conhecimento novo e sua aplicabilidade ao cotidiano das pessoas e das comunidades ao longo da vida (BELLUZZO, 2005, p.39-40).

A competência em informação requer implicitamente que as habilidades no acesso e uso inteligente da informação estejam desenvolvidas para que todos os processos sejam otimizados e está contida no contexto da sociedade da informação. Segundo Fleury e Fleury (2000), a competência em informação engaja todos os níveis da organização para a consecução de fins maiores através de habilidades que agregam valor à organização e valor social ao indivíduo, salientando que a competência, de modo geral, é considerada como um saber agir responsável e reconhecido, o que implica em mobilizar, integrar, transferir conhecimento, recursos estratégicos podem ser compreendidos como elementos principais usados nos processos de produção da empresa.

Os mesmos autores relatam que a vantagem estratégica é um importante ativo de negócio atribuída pelo aumento do volume de informações, exigindo-se que todo e qualquer profissional faça parte, de forma dinâmica, do ciclo de geração e do incremento da tecnologia, uma vez que os fluxos informacionais são intensos, daí também a importância da competência midiática.

As organizações modernas exigem que a competência em informação seja planejada através de ações para o implemento desta nova realidade, baseando-se em resultados nos quais indivíduos consigam acessar, organizar e disseminar, com qualidade, sua própria informação com certo grau de competência para esse fim e que começam a tomar iniciativas nessa direção.

A partir de 2000, além das reflexões sobre o tema competência em informação começaram a ser publicados padrões de competência em informação que visavam contribuir na implementação e concretização de programas de desenvolvimento de habilidades informacionais, bem como na construção de diretrizes para a elaboração de programas (SANTOS, 2011).

Segundo Bassetto (2018) considera-se que esses padrões, quando articulados aos conceitos descritos apresentam um panorama em que a informação é fundamental: a gestão e o uso dependem de ambiente e estrutura organizacional que permita o engajamento de gestores de maneira que entendam quais são os procedimentos e caminhos que devem ser percorridos considerando o ambiente das organizações, o que se aplica às industriais.

A autora Miranda (2004) reitera que o processo para o desenvolvimento de competências específicas relacionadas ao trabalho informacional faz atribuição a um esforço para proporcionar ao usuário os recursos necessários para lidar com a informação que lhe faz falta e para resolver seus problemas informacionais e pelo exposto é possível compreender que toda atividade realizada no âmbito de qualquer organização.

Ressalta-se que a influência da competência em informação no desenvolvimento socioeconômico tem sido reconhecida em âmbito internacional,, considerando-se sua atuação em todos os níveis da atividade humana (educacional, social e profissional) (CATTs; LAU, 2008). No ambiente de trabalho, Catts e Lau (2008, p. 12-13) delineiam os seguintes indicadores envolvendo essa competência:

- Necessidade de informação: consciência de que a solução de problemas no local de trabalho requer informação. A consciência da necessidade não é uma capacidade estática, mas algo que precisa ser questionado e testado pela busca de informações adicionais ou pela confirmação da exatidão da informação fornecida;
- Localizar e avaliar a qualidade da informação: é necessário adquirir habilidades não só para localizar, mas para avaliar fontes confiáveis. No local de trabalho, a informação pode ser localizada em manuais, em publicações de códigos de prática, em banco de dados, com indivíduos, etc.;
- Armazenar e recuperar informações: a capacidade para armazenar e recuperar informações para uso futuro;
- Fazer uso inteligente e ético da informação: a eficácia do uso da informação pode ser incluída em pesquisas de solução de problemas;
- Usar a informação para criar e compartilhar conhecimentos: possibilitar que pessoas criem e usem novos conhecimentos para a resolução de problemas.

No que tange à competência em informação para as organizações, vale lembrar ainda que a informação tem sido um fator decisivo desse desenvolvimento e determina desde a agregação de valor a novos produtos comerciais, até a superação de desigualdades sociais. Lancaster (1989) afirma que a informação torna-se útil quando as pessoas relacionam-se umas com as outras ou com os sistemas de informação e da organização, utilizando os recursos do ambiente de uso da informação.

Os comportamentos em relação à informação constituem-se mútua e simultaneamente alterados como um produto de comportamentos estabelecidos de modo que o ambiente de uso da informação é, ao mesmo tempo, um recurso essencial.

Para Hunt (1980), por sua vez, a revolução tecnológica envolve um processo de transformação estrutural das sociedades avançadas, vinculando-o à globalização econômica na produtividade e o crescimento econômico e cultural, além da habilidade de gerar conhecimento e processar informação, uma vez que a geração de riquezas e de poder estruturam-se socialmente sob o controle do conhecimento e da informação.

A diversidade de sistemas de informação, a proliferação de documentos eletrônicos, o uso excessivo do e-mail geram sobrecarga de informação, causando diversas consequências e prejuízos a organização, e assim, exigem que por medida de proteção os empregados compreendam o seu valor e saibam manejá-las eficazmente (Quadro 3).

Quadro 3 - Habilidades que faltam no ambiente de trabalho e suas consequências

Exemplos de falta de competência em informação no trabalho	Consequências / prejuízos
Incapacidade do empregado determinar a natureza e a extensão da informação de que necessita.	Aumento de custo para a organização, que paga acesso a muitos bancos de dados e perde tempo para realizar pesquisa sem objetivo bem definido, recuperando informação excessiva ou desnecessária.
Incapacidade de recuperar com eficácia a informação e desconhecimento da amplitude dos recursos disponíveis.	Perda da qualidade do trabalho pela incapacidade de explorar recursos informacionais dos sistemas de informação organizados e desperdício de tempo, buscando informação de qualidade inferior em fontes inapropriadas.
Incapacidade de avaliar e filtrar a informação.	Fornecimento de soluções impróprias ou erradas aos clientes, o que pode causar perdas de oportunidades de negócio.
Excesso de informações, caixa de e-mail sobrecarregada, incapacidade de explorar a tecnologia para controlar a informação.	O empregado não consegue manejar o excesso de informação, desperdiça tempo para realizar tarefas que podem ser feitas pela tecnologia da informação e perde recursos informacionais importantes. Isto reduz oportunidades de trabalhar em tarefas que trazem resultados mais positivos.
Incapacidade de relacionar a geração e o uso da informação a um contexto mais amplo e de avaliar os custos e os benefícios da gerência de informação.	O empregado não conhece as informações existentes na organização e cria as mesmas informações quando tem que executar tarefas similares. Como não tem uma visão ampla da informação, perde recursos construindo bases de dados múltiplas, com conteúdos duplicados. Desperdiça recursos em bases de dados que não trazem benefícios em longo prazo.
Uso antiético da informação.	Esse comportamento antiético desencoraja o compartilhamento da informação, reduz o moral dos empregados, desanima a inovação e a criatividade.

Fonte: Chiavenato (2000)

Catts e Lau (2008) destacam que as pessoas precisam mais do que apenas uma base de conhecimentos teóricos profissionais para lidar com as situações de trabalho, precisam de competência em informação para explorá-la, fazer conexões a outras bases de conhecimentos para utilizá-los de forma prática na compreensão de fatos, tomada de decisões e construção e socialização do conhecimento.

Para autores como Benito Morales (2000) a competência em informação tem uma grande globalidade no que se refere à diversidade de dimensões das competências, abarcando as instrumentais, de recursos, sócio estruturais, investigadoras, editoriais, tecnológicas e críticas, tais como se explana no Quadro 4.

Quadro 4 - Dimensões da Colinfo na perspectiva de Morales (2000)

Dimensão	Competência
Instrumental	Capacidade para compreender e usar as ferramentas conceituais e práticas das TIC, incluindo-se <i>software</i> , <i>hardware</i> e multimídia, que são relevantes à educação e às áreas pessoais e profissionais.
Recursos	Habilidades para compreender a forma, o formato, os métodos de localização e acesso aos recursos informacionais, especialmente aqueles de redes expandidos diariamente.
Sócio-estruturais	Conhecer como a informação é socialmente situada e produzida. Como se ajusta à vida dos grupos sociais (instituições e redes sociais que criam e organizam informação e conhecimento) e os processos sociais por meio dos quais é gerada.
Investigadoras	Capacidade para compreender e usar as ferramentas baseadas nas tecnologias da informação relevantes para o trabalho de pesquisadores.
Editoriais	Habilidade para dar forma e publicar eletronicamente pesquisas e ideias em formatos impressos e eletrônicos (multimídia).
Tecnológicas	Habilidade para se adaptar continuamente às tecnologias emergentes, para compreender, avaliar e fazer uso das contínuas inovações das TIC, principalmente para tomar decisões inteligentes.
Críticas	Habilidade para avaliar criticamente as forças, fraquezas, intelectuais, humanas e sociais, os limites e as potencialidades, os benefícios e os custos das TIC. Para tanto, é preciso incluir diferentes perspectivas nessa dimensão: histórica, filosófica, sociopolítica e cultural.

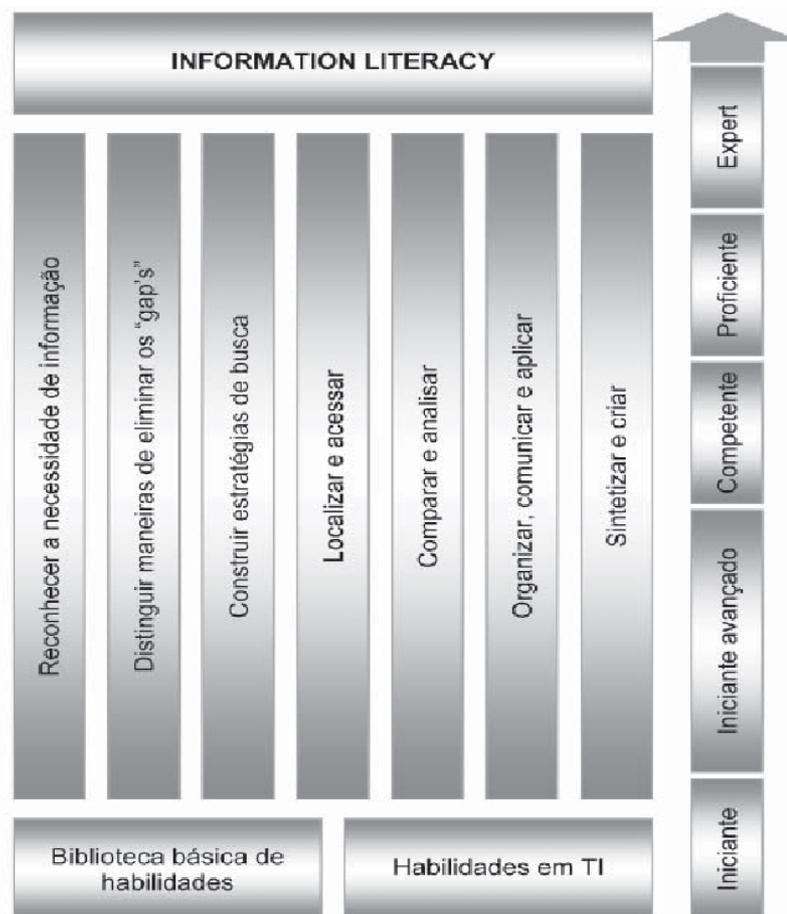
Fonte: Santos; Santos; Damian (2018).

Existem muitos modelos que podem ser utilizados para o desenvolvimento da competência em informação em ambientes organizacionais, destacando-se aquele que é conhecido como sendo “Sete Pilares da Competência em Informação”, sobre os quais Pontes Junior e Tálamo (2009) analisam:

Os pilares mostram uma interação através da qual o usuário progride na competência e capacidade de julgar com perícia a informação de que ele necessita, ao mesmo tempo, ele pratica suas habilidades, elevando-as de acordo com as competências adquiridas ao longo do processo (PONTES JÚNIOR; TÁLAMO, 2009, p. 83).

Esse modelo é adaptável ao contexto das organizações industriais permite desenvolvimento da capacidade para identificar a necessidade de informação necessária para suprir a carência informacional, propiciando a competência e aquisição de habilidades atreladas à prática e domínio no decorrer das diferentes operações organizacionais. Desse modo, Pontes Júnior e Tálamo (2009) trazem ao conhecimento os 7 pilares, abordados na figura 3.

Figura 3 - Os Sete Pilares da competência em Informação



Fonte: Pontes Júnior; Tálamo (2009, p. 83)

A Figura 3 demonstra, quando aplicado ao universo das organizações industriais, que o modelo denominado “Sete Pilares da Competência em Informação” visa o desenvolvimento das habilidades e competências nessas organizações, desde o nível básico/inicial até o maior nível *expert*, onde os gestores irão demonstrar domínio na busca, acesso e uso da informação de forma eficiente e inteligente, implementadas em suas decisões, julgamentos e soluções oferecidas, possui como base duas áreas distintas: biblioteca básica/ acervo de habilidades e as habilidades em tecnologias de informação. No primeiro pilar, o gestor reconhece a necessidade de informação e está atrelado ao processo educacional e voltado para a percepção para identificar suas necessidades; no segundo pilar, o gestor consegue distinguir maneiras de eliminar os “gaps” ou as lacunas na busca e acesso à informação; no terceiro pilar, o gestor está apto a construir estratégias de busca na aquisição e uso da informação; no quarto pilar, o gestor localiza e acessa, por meio de consulta das bases de dados e tecnologia da informação; no quinto pilar, compara e analisa a informação e consegue relacionar as informações que possui de maneira crítica, optando pela de maior valor para obter êxito em suas decisões; no sexto pilar, o gestor organiza, comunica e aplica, por meio da habilidade e capacidade em identificar, diagnosticar, selecionar e organizar a informação, compartilhada na comunicação e aplicada na resolução de problemas referentes às decisões organizacionais; no sétimo pilar, os gestores detêm a capacidade de sintetizar e criar as informações, fazendo excelente uso das fontes de informação para gerar um novo conhecimento, consolidando a tomada de decisões.

No Brasil, a competência em informação apresenta estudos pioneiros no início dos Anos 2000 com as contribuições de Caregnato (2000); Belluzzo (2001); Dudziak (2001); Campello (2002) e Hatsbach (2002). A partir de então, várias pesquisas e projetos foram desenvolvidos por instituições, pesquisadores e profissionais da informação, o que tem propiciado a cada momento a consolidação necessária para a essa competência como uma área de importância no cenário social atual. Mas, pode-se dizer que no nosso contexto esse tema ainda se apresenta em estado inicial de difusão e investigação, emergindo na literatura nacional com relatos de estudos teóricos e de algumas experiências de sua aplicação. Destaca-se que Belluzzo (2007) desenvolveu

padrões e indicadores, com base na literatura internacional, procurando direcioná-los à nossa realidade, que em síntese compreendem:

- Padrão 1: A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação;
- Padrão 2: A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade;
- Padrão 3: A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes;
- Padrão 4: A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/obter um resultado;
- Padrão 5: A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legal.

Esses padrões foram complementados e estendidos para indicadores de desempenho e comportamentos desejáveis pela autora e que se encontram representados no quadro 5.

Quadro 5 - Padrões básicos /ou indicadores de Competência em Informação

PADRÃO 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação
• Indicador de Desempenho
1.1 Define e reconhece a necessidade de informação
• Resultados Desejáveis
1.1.1 Identifica um tópico de pesquisa ou outra informação necessária
1.1.2 Formula questões apropriadas baseado na informação necessária ou tópico de Pesquisa
1.1.3 Usa fontes de informação gerais ou específicas para aumentar o seu conhecimento sobre o tópico
1.1.4 Modifica a informação necessária ou o tópico de pesquisa para concluir o foco sob controle.
1.1.5 Identifica conceitos e palavras-chave que representam a informação necessária ou o tópico de pesquisa/questão.
• Indicador de Desempenho
1.2 Identifica uma variedade de tipos e formatos de fontes de informação potenciais
• Resultados Desejáveis
1.2.1 Identifica o valor e as diferenças de potencialidades de fontes em uma variedade de formatos (documentos impressos e eletrônicos, pessoas, instituições, etc.)

1.2.2 Identifica o propósito e o tipo de informação a que se destinam as fontes
1.2.3 Diferencia fontes primárias de secundárias, reconhecendo o seu uso e a sua importância para cada área específica
• Indicador de Desempenho
1.3 Considera os custos e benefícios da aquisição da informação necessária
• Resultados Desejáveis
1.3.1 Determina a disponibilidade da informação necessária e toma decisões sobre as estratégias de pesquisa da informação e o uso de serviços de informação e qual a mídia adequada (por exemplo: intercâmbio, utilização de fontes locais, obtenção de imagens, vídeos, textos ou registros sonoros, etc.)
1.3.2 Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária.
PADRÃO 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.
• Indicador de Desempenho
2.1 Seleciona os métodos mais apropriados de busca e/ou sistemas de recuperação da informação para acessar a informação necessária.
• Resultados Desejáveis
2.1.1 Identifica os tipos de informação contidos em um sistema tradicional e os tipos de fontes indexadas eletronicamente
2.1.2 Seleciona apropriadamente os sistemas de recuperação de informação para pesquisar o problema/tópico baseado na investigação da sua abrangência, conteúdo, organização e solicita ajuda para pesquisar em diferentes instrumentos como as bases de dados, fontes de referência e outras.
2.1.3 Identifica outros métodos de pesquisa para obter a informação necessária, os quais podem não estarem disponíveis por meio dos sistemas de recuperação da informação tradicionais e eletrônicos (por exemplo: necessidade de fazer entrevistas com especialistas, etc.)
• Indicador de Desempenho
2.2 Constrói e implementa estratégias de busca delineadas com efetividade.
• Resultados Desejáveis
2.2.1 Desenvolve um plano de pesquisa apropriado aos sistemas de recuperação da informação e/ou método de pesquisa.
2.2.2 Identifica palavras-chave, frases, sinônimos e termos relacionados com a informação necessária
2.2.3 Seleciona vocabulário controlado específico como instrumento de pesquisa e identifica quando o vocabulário controlado é usado em um item registrado e executa a pesquisa com sucesso usando adequadamente o vocabulário selecionado.
2.2.4 Constrói e implementa uma estratégia de busca usando códigos e comandos de acordo com o sistema de recuperação de informação utilizado (por exemplo: a lógica booleana, ordem alfabética de termos, referência cruzada, etc.)
2.2.5 Utiliza a auto-ajuda dos sistemas de recuperação e outros meios (por exemplo: profissionais da informação) para melhorar os seus resultados.
• Indicador de Desempenho
2.3 Busca a informação via eletrônica ou com pessoas utilizando uma variedade de métodos.
• Resultados Desejáveis

2.3.1 Usa vários sistemas de recuperação da informação em uma variedade de formatos (impressos e eletrônicos)
2.3.2 Distingue pelas citações os vários tipos de documentos (por exemplo: livros, periódicos, teses, etc.)
2.3.3 Utiliza vários esquemas de classificação ou outros sistemas para localizar as fontes de informação junto aos serviços de informação.
2.3.4 Utiliza serviços on-line ou pessoas especializadas disponíveis na instituição para recuperar a informação necessária

• Indicador de Desempenho
2.4 A pessoa competente em informação retrabalha e melhora a estratégia de busca quando necessário

• Resultados Desejáveis
2.4.1 Avalia a quantidade, qualidade e relevância dos resultados da pesquisa para determinar sistemas alternativos de recuperação da informação ou métodos de pesquisa ainda precisam ser usados.
2.4.2 Identifica lacunas na informação necessária face aos resultados da pesquisa
2.4.3 Revisa a estratégia de busca se for necessário obter mais informação.

• Indicador de Desempenho
2.5 A pessoa competente em informação extrai, registra e gerencia a informação e suas fontes

• Resultados Desejáveis
2.5.1 Registra todas as informações com as citações pertinentes para futura referência Bibliográfica
2.5.2 Demonstra compreender como organizar e tratar a informação obtida
2.5.3 Diferencia entre os tipos de fontes citadas e compreende os elementos e a forma correta de citação para os vários tipos de fontes de acordo com as normas de documentação vigentes

Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes

• Indicador de Desempenho
3. 1 Demonstra conhecimento da maior parte das idéias da informação obtida

• Resultados Desejáveis
3.1.1 Seleciona a informação relevante baseado na compreensão das idéias contidas nas fontes de informação
3.1.2 Reformula conceitos com suas próprias palavras
3.1.3 Identifica textualmente a informação que foi adequadamente transcrita ou parafraseada

• Indicador de Desempenho
3.2 Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes

• Resultados Desejáveis
3.2.1 Examina e compara a informação de várias fontes para avaliar a sua confiabilidade, validade, precisão, autoridade, atualidade e ponto de vista ou tendências
3.2.2 Analisa a lógica da argumentação da informação obtida
3.2.3 Reconhece e descreve os vários aspectos de uma fonte, seus impactos e valor para o projeto de pesquisa, assim como as tendências e impactos relacionados a pressupostos de ordem cultural, geográfica ou histórica e/ou atualidade da fonte de informação
3.2.4 Demonstra a habilidade de encontrar a informação sobre a autoridade e qualificação

de autores e ou editores-produtores
3.2.5 Demonstra compreensão e habilidade para interpretar referências bibliográficas ou créditos encontrados nas fontes como meios de acessar informação precisa e válida
3.2.6 Demonstra compreensão da necessidade de verificar a precisão e completude de dados ou fatos

• Indicador de Desempenho
3.3 Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outra característica da informação

• Resultados Desejáveis
3.3.1 Determina se a informação obtida é suficiente e adequada ou se é necessário obter mais informação
3.3.2 Avalia se as fontes de informação são contraditórias
3.3.3 Compara a nova informação com o conhecimento próprio e outras fontes consideradas como autoridade no assunto para conclusões
3.3.4 Seleciona a informação que traz evidências para o problema /tópico de pesquisa ou outra informação necessária

Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente
--

• Indicador de Desempenho
5.1 Demonstra compreensão sobre as questões legais, éticas e sócio-econômicas que envolvem a informação, a comunicação e a tecnologia

• Resultados Desejáveis
5.1.1 Identifica e discute questões relacionadas ao livre acesso <i>versus</i> o acesso restrito e o pagamento de serviços de informação e comunicação
5.1.2 Demonstra compreensão acerca das questões ligadas ao direito nacional e internacional de propriedade intelectual e as leis de imprensa
5.1.3 Define e identifica exemplos de plágio
5.1.4 Demonstra conhecer as políticas institucionais sobre o plágio e os direitos autorais

• Indicador de Desempenho
5.2 Cumpre as leis, regulamentos, políticas institucionais e normas relacionadas ao acesso e uso às fontes de informação

• Resultados Desejáveis
5.2.1 Utiliza adequadamente os <i>passwords</i> para acesso às fontes de informação
5.2.2 Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação
5.2.3 Preserva a integridade das fontes de informação, equipamentos sistemas e instrumentos disponibilizados para o acesso e uso da informação
5.2.4 Demonstra conhecimento do que é o plágio e como não usá-lo em suas Comunicações
5.2.5 Obtém permissão para copiar textos, imagens ou sons incluídos em seu produto Final

• Indicador de Desempenho
5.3 Indica as fontes de informação nas comunicações do produto ou resultados

• Resultados Desejáveis
5.3.1 Utiliza estilo e forma de linguagem e de redação apropriados, com a indicação correta e consistente das fontes consultadas
5.3.2 Identifica elementos de citação para as fontes de informação consultadas em

diferentes formatos

5.3.3 Demonstra compreensão das normas de documentação recomendadas para a sua área de pesquisa/estudo
--

Fonte: Reproduzido de Belluzzo (2007 p. 95-103)

Considera-se, para efeito desta dissertação, portanto, que a informação é um fator decisivo de desenvolvimento e que determina desde a agregação de valor a novos produtos comerciais, até a superação de desigualdades sociais. Para as organizações, a informação tem sido uma significativa vantagem estratégica e um importante ativo de negócio, exigindo-se que todo e qualquer profissional faça parte, de forma dinâmica, do ciclo de geração e uso da informação, e de sistematização do processo de produção de conhecimento – que tenha a competência em informação. Além disso, tem importância nesse cenário apresentado, em articulação com essa competência, a chamada competência midiática.

3.2 Competência midiática

Existe demanda latente nas organizações contemporâneas para a presença marcante de outra competência que se articula com a ColInfo – a competência midiática. Isto porque a disseminação e intensiva utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC) trouxeram novos desafios aos usuários, delineando novas rotinas e relacionamentos nos consumidores e produtores de informação. Assim, o indivíduo necessita ser competente no uso das mídias, competência conhecida como midiática. Tecnologias como as redes sem fio, banda larga, e mesmo a banda larga transmitida via energia elétrica, potencializaram a capacidade de penetração e interiorização do desenvolvimento a partir das TIC, constituindo um ambiente propício ao acesso à informação, ao conhecimento e ao aprendizado.

Desta forma, a competência midiática está baseada na:

[...] compreensão e o uso das mídias de massa de maneira incisiva ou não, incluindo um entendimento bem informado e crítico das mídias, das técnicas que elas empregam e dos seus efeitos. Incluindo a capacidade de ler, analisar, avaliar e produzir a comunicação em uma série de formatos de mídias (FARIAS, 2017, p. 163).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), resultado preliminar do Censo 2017, o Brasil tem hoje aproximadamente 207,7 milhões de habitantes e mesmo após ter subido 4 posições no ranking mundial, 8,5% da população sofre de pobreza multidimensional nas áreas de saúde, educação, saneamento e acesso à energia elétrica. Em contrapartida, segundo dados da nova edição da pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br, 2015), os domicílios com acesso ao computador (50%) e a de domicílios com acesso à Internet (51%) permaneceram estáveis em relação a 2014, ainda de acordo com a pesquisa, houve o crescimento dos domicílios que acessam a Internet, revelando o crescimento do uso das redes WiFi com aumento de 13%, que ultrapassam as redes tradicionais 3G/4G. Entre os domicílios com acesso à Internet, 79% tinham WiFi em 2015, reforçando o dado pela presença de dispositivos móveis como *notebooks*, *tablets* e telefones celular, especialmente entre os domicílios de classes sociais altas. Ainda segundo o comitê, 56% dos usuários afirmam ter utilizado a Internet na casa de outra pessoa (amigo, vizinho ou familiar), fazendo desse local de acesso o segundo mais popular, especialmente entre os usuários de Internet pelo celular.

No cenário global a UNESCO (2016) recomenda a necessidade de relacionar as duas competências, a competência em informação (CoInfo) e a competência midiática - nomeando como competência em informação e midiática. A estratégia da UNESCO é reuni-las como um conjunto de competências – conhecimentos, habilidades e atitudes – necessárias para a vida e para o trabalho - denominando-as como sendo “Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)”, o que traduzimos para efeito desta pesquisa em “Competência em informação e midiática”, considerando todas as formas de mídia e fontes de informações tais como: bibliotecas, arquivos, museus, internet e as tecnologias utilizadas. Essa estratégia é pioneira por duas razões. A primeira porque reconhece a tendência atual de convergência entre rádio, TV, internet, jornais, livros, arquivos digitais e bibliotecas em uma única plataforma. A segunda porque foi desenhada para professores visando capacitar milhões de jovens no tema nos países-membros da UNESCO. (UNESCO, 2016).

A UNESCO (2016) também evidenciou as chamadas “Cinco Leis da AMI” conforme se representa na Figura 4.

Figura 4 - As cinco leis da AMI



Fonte: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil_five_laws_portuguese.png

As leis supracitadas na Figura 4, demonstram uma preocupação da Unesco em desenvolver, de maneira igualitária, o tratamento, uso e disseminação críticos da informação, explorando os suportes midiáticos que, frequentemente, podem ser utilizados de forma manipulada. As Leis da AMI auxiliam a reconhecer o papel

fundamental da informação e da mídia em nosso dia a dia. Estão no centro da liberdade de expressão e informação, já que visam ao empoderamento de cidadãos para que possam compreender as funções da mídia e outros provedores de informação, à avaliação crítica de seus conteúdos e, como usuários e produtores de informação e de conteúdos de mídia, tomar decisões com base nas informações disponíveis.

Para Lee e So (2014) existe a articulação entre esses dois campos de estudos que podem ser considerados convergentes, mas, opinam que seguem enfoques analíticos diferentes. Assim, a competência midiática, possuindo origem e propósitos específicos não está incorporada à ColInfo., sendo essa ação desafiadora. Porém, traz em sua constituição elementos que podem contribuir significativamente para o preparo das pessoas para o uso das mídias como fontes de informação.

A competência midiática resulta da convergência de conhecimentos, habilidades e atitudes mobilizados em relação ao uso e compreensão dos meios e processos de comunicação de massa, que ocorre em estados avançados de desenvolvimento da sociedade segundo McGarry (1978).

Alguns princípios sobre a competência midiática são apontados na literatura como sendo:

A literacia mediática⁴ é um *continuum* e não uma categoria - a literacia mediática não é uma condição categórica. Ela deve ser entendida como um processo que se pode dividir em diversos patamares evolutivos. A literacia mediática pode ser avaliada - do princípio anterior deduz-se a possibilidade de avaliar o nível de literacia para determinado sujeito ou grupo de sujeitos. A literacia mediática pode ser desenvolvida - podemos sempre melhorar o nosso nível de literacia através da aquisição progressiva de maiores capacidades de manuseamento da informação e das expressões informativas a que somos expostos. O aumento do nível de literacia mediática apresentado por um sujeito está directamente dependente do aumento do seu volume de exposição a conteúdos informativos. Este aumento de exposição tem de ser acompanhado de um aumento do potencial de processamento das expressões. A literacia mediática é multi-dimensional - Há três dimensões paralelas presentes num conteúdo informativo passíveis de afectar o nível de literacia mediática: uma dimensão moral, uma dimensão estética e uma dimensão cognitiva. Nenhuma delas é significativamente mais importante do que as outras, embora seja de considerar o facto de que a

⁴ A expressão “literacia mediática” é utilizada em Portugal e corresponde no nosso contexto pela terminologia adotada nesta dissertação como sendo “competência midiática”.

dimensão cognitiva parece possuir um maior grau de operacionalidade quando considerada pelos sujeitos.(DAMÁSIO, 1998, s.p.)

Por sua vez, a competência em informação para Dudziak (2001), refere-se à mobilização de conhecimentos, sendo necessário resgatar e consolidar um compromisso mais crítico com a informação, mídia e tecnologia sendo a organização muitas vezes responsável pela manipulação de dados visando à produção de novas informações e conhecimentos. Assim, torna-se importante e imperativo que as habilidades e atitudes relacionadas ao universo informacional, incluindo a capacidade de leitura e escrita, se intensifiquem na busca pelo acesso, uso e preservação da informação e do conhecimento.

Segundo Casarin (2017) e Castells (1994) a competência midiática abrange uma série informações de maneiras variadas de competências relacionadas à comunicação, incluindo a capacidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar, porém, envolve tanto o uso das tecnologias quanto das mídias e ambas competências se complementam e são fundamentais para o exercício da cidadania uma vez que possuem elementos em seus conceitos que são semelhantes às definições de competência e informação.

Damásio (1998) apresenta as principais características da expressão tecnológica em ambiente midiático, que em síntese nossa envolve:

- Multiplicidade - é inevitável o surgimento de uma multiplicidade de representações distintas inseridas sob uma única expressão e de uma multiplicidade de pontos de vista distintos no momento de cada recepção, em função das diferentes intencionalidades subjetivas que se acham presentes.
- Processamento, manipulação e acesso digital à informação – A mídia tradicional e os seus efeitos - as práticas estilísticas e estéticas que neles tinham origem – estão se transformando em novo quadro de referência tecnológica que veio mudar por completo os padrões diários de vida e reestruturou poderosamente o trabalho e o entretenimento.
- Metamorfose - As novas formas de expressão tecnológica permitem transformar a materialidade da referência original ou mesmo da mídia que a suporta, e alteram as condições subjetivas de relação com a informação.

- Interatividade e complexidade - as novas formas de expressão tecnológica permitem um aumento do volume de interação entre o sujeito e a representação, mas, na medida em que aumenta o grau de racionalização dos processos que as suportam e de opacidade dos seus sistemas internos, o seu grau de complexidade operacional também é superior, permitindo que a figura do espectador passivo passe a ser o próprio centro da ação (DAMÁSIO, 1998).

A cada dia mobilizamos novos recursos, conhecimentos e habilidades, ao mesmo tempo em que nos obrigamos a repensar nossas próprias atitudes frente às inovações. Portanto, pode-se dizer que:

Foram de tantas ordens os impactos sociais provocados pelos meios de massa que não surpreende que, em primeira instância, o foco das atenções dos estudos e pesquisas comunicacionais tenha se voltado prioritariamente para esses impactos. Nem por isso, entretanto, pode-se esquecer, sob quaisquer circunstâncias, de que aquilo que as tecnologias comunicacionais fazem circular são linguagens dos mais diversos tipos, dependentes do meio em que se materializam (SANTAELLA, 2007, p. 82).

Do ponto de vista da ciência, a democratização do acesso à informação e ao conhecimento reforça a urgência de alcançar, a ideia de que a informação e o indivíduo encontram-se permanentemente conectados e que os sujeitos capacitados a aprender ao longo da vida e continuamente no tempo mais exíguo possível, um nível de consciência e qualificação dos conceitos e metodologias tradicionais exprime, podendo ser alcançados imediatamente por qualquer em tempo real. Além disso, no cenário contemporâneo a presença das tecnologias e da mídia é hoje tão importante, que é impossível ignorá-la em relação à sua contribuição para o acesso e uso inteligente da informação, havendo a necessidade do desenvolvimento da competência em informação e midiática para a criação de vantagem competitiva na área industrial (ACRL, 2017).

Neste aspecto, Belluzzo; Feres (2013) abordam que o crescimento econômico abrange o uso de forma criativa e intensa do conhecimento combinado à eficiência dos serviços de informação e a consolidação da competência em informação e midiática necessita de sustentação, visando atender três requisitos fundamentais: 1) cidadania, 2) crescimento econômico e 3) empregabilidade. A cidadania engloba o uso crítico da informação e dos dados abrangendo o desenvolvimento contínuo dos

indivíduos e a empregabilidade que utilizam estratégias necessárias para alcançar o sucesso econômico.

Segundo o quadro 6, faz-se necessário a mobilização da informação e do conhecimento convergindo em habilidades e atitudes gerados pela informação midiática com bom senso.

Quadro 6 - Competência em informação e midiática: principais características

Competência em informação	Competência midiática
Mobilização de conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas à informação: necessidade, busca e uso, incluindo: Processos investigativos / Pesquisa Leitura e escrita (redação). Manipulação de dados e informações. Produção e disseminação Preservação e reuso.	Resulta da convergência de conhecimentos, habilidades e atitudes mobilizados em relação ao uso e compreensão da informação: Meios e processos de comunicação de massa. Uso crítico e contextual dos meios de comunicação. Uso das TIC. Produção e efeitos da mídia Convergência midiática.

Fonte: Canongia (1998)

A UNESCO elaborou um modelo de Matriz Curricular de Competência em Informação e Midiática, a qual de acordo com Wilson (2000, p. 19) busca “[...] prover sistemas de educação de professores em países desenvolvidos e em desenvolvimento com uma matriz capaz de construir um programa de formação para professores alfabetizados em mídia e informação”. Nesse modelo – embora voltado para a educação de professores - ilustra a competência em informação e a competência midiática enquanto elementos que interagem (Figura 5).

Figura 5 - Matriz de Competência em Informação e Midiática



Fonte: Adaptado de Wilson (2000, p.19)

Observa-se na Figura 5 que a Competência em informação e midiática compreende uma seleção numerosa e variada de competências envolvendo a informação, conteúdos e fontes disponíveis, especialmente na internet. Entretanto, esses conteúdos e fontes podem variar bastante em termos de precisão, confiabilidade e valor, devendo estar em articulação, inclusive com a liberdade de expressão. Além disso, as informações são apresentadas em diversos formatos (por exemplo, textos, imagens, jogos, banco de dados, acervos impressos e digitais, publicidade e outros) que podem ser disponibilizados por meio de repositórios ou portais online, de coleções físicas ou virtuais de bibliotecas, bases de dados, museus etc.

Um aspecto importante para que o gestor e equipe nas organizações industriais possam ser considerados competentes no uso adequado da mídia refere-se à leitura crítica dos conteúdos midiáticos, sendo que isso é considerado essencial para a competência midiática, que dispõe de metodologias e técnicas pedagógicas próprias. Essa competência tem conceitos-chaves que são apresentados por Cerigatto e Casarin (2017) e se acham representados no quadro 7.

Quadro 7 - Conceitos-chave para a leitura crítica de conteúdos da mídia

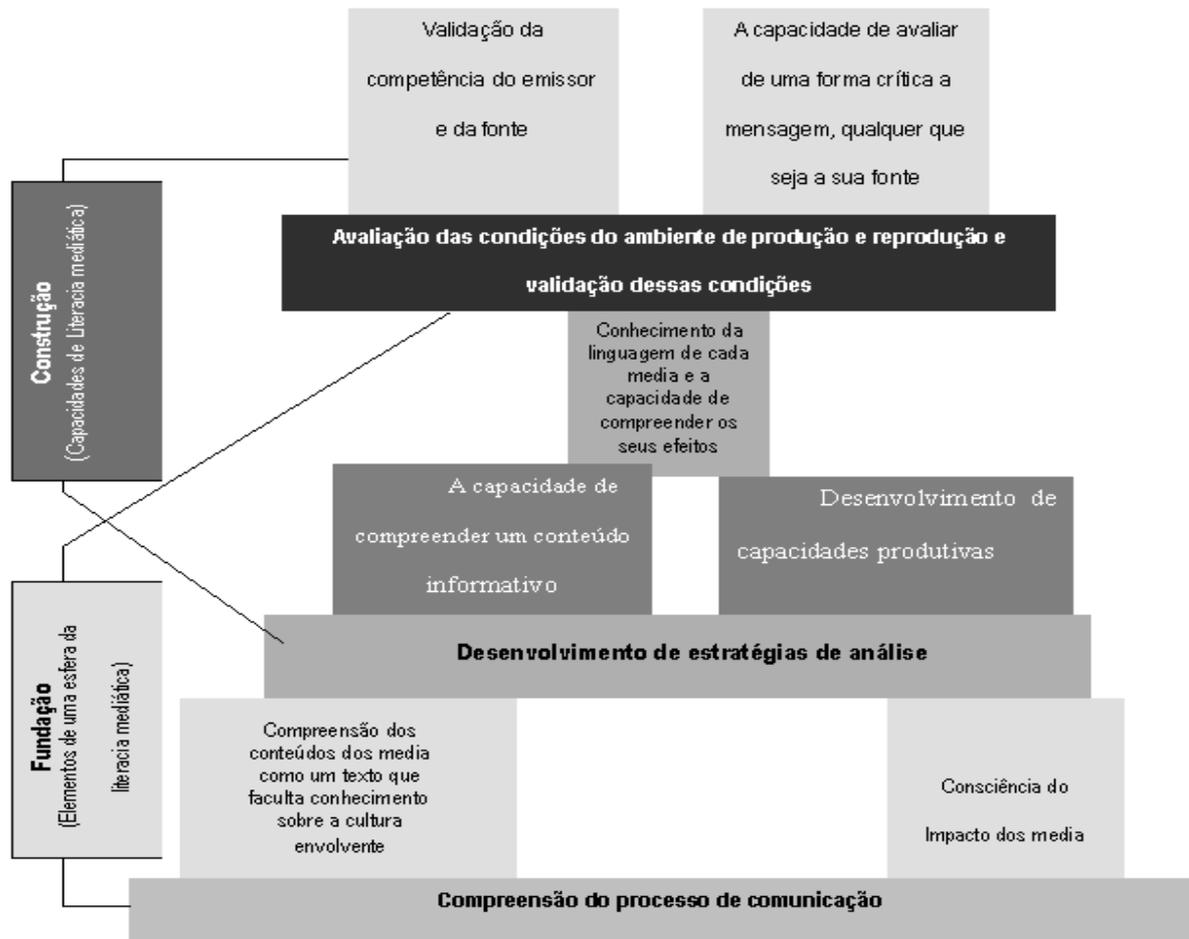
Conceitos-chave	Descrição e objetivos
Linguagens Midiáticas	Cada mídia usa recursos de linguagem e suas finalidades e funções têm de ser conhecidas pra melhor compreensão do significado da mensagem/informação, sendo importante analisar como a linguagem opera em diferentes gêneros de conteúdos midiáticos.
Instituições de Mídia	Incluem-se aqui as habilidades para o exame dos conteúdos a partir das práticas de produção, a fim de compreender em que medida o produto final é mais resultado de práticas institucionalizadas do que a capacidade que a mídia tem de refletir a realidade como ela é. O objetivo é a conscientização e reconhecimento de que tudo o que é disseminado pela mídia sofre influências de quem produz – seja o indivíduo, as pessoas ou a empresa.
Audiência	É importante analisar como os meios de comunicação e as mensagens da mídia usam de estratégias de direcionamento de mensagens e apelos para atingir determinados públicos, uma vez que a audiência é que negocia significado com a mensagem.
Representação	Efetuar uma análise crítica sobre como as representações da realidade são construídas a partir da observação de o quanto aquilo é ou não real, se as visões são parciais, se são balizadas por valores morais, legais e éticos, etc. a fim de levar à compreensão das influências das representações sobre a percepção acerca de determinados grupos e assuntos.

Fonte: Adaptado de Cerigatto; Casarin (2017, p.169)

Damásio (1998) efetua análise sobre alguns dos principais elementos constitutivos de um quadro de referência para a criação de um modelo de avaliação e

validação da competência midiática⁵ e oferece uma descrição em forma piramidal, representada na Figura 6.

Figura 6 - Pirâmide constitutiva do conceito de competência midiática



Fonte: Damásio (1998)

O desenvolvimento da ColInfo e da competência midiática vai permitir a inserção de uma nova lógica na gestão da informação para a construção de conhecimento no ambiente industrial e sua influência nos processos decisórios para que possa haver vantagem competitiva em mercado de negócios.

⁵ Por se tratar de autor originário de Portugal, adota a expressão "literacia mediática" e que foi traduzida pelo termo correspondente no Brasil para efeito de padronização de terminologia utilizada nesta dissertação.

Ressalta-se que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) possibilitam o desenvolvimento das sociedades democráticas sendo a economia alicerçada na informação e na telemática, ou seja, informação, comunicação, telecomunicação e tecnologias da informação na medida em que permitem o acesso à informação em diferentes suportes e contextos.

De acordo com Goldman; Nagel e Preiss (1995), a informação norteia o homem ao seu futuro, constrói diretrizes de conduta e é qualificada como um instrumento modificador da consciência e da sociedade possuindo o poder de sintonizar o mundo.

Cabe ressaltar que gestão da informação distribui as tecnologias da informação entendidas como infraestrutura de armazenagem, processamento e acesso da tecnologia deve ser capaz de incorporar parceiros com diferentes níveis de sofisticação em tecnologia da informação.

O autor informa ainda que para a gestão midiática industrial para a pequena e média empresa a tecnologia deve também ser capaz de incorporar parceiros em qualquer estágio da relação de cooperação além da promoção da informação ser capaz de prover e abranger a necessária funcionalidade para suportar o fluxo de comunicação.

Lastres e Albagli (1999), reiteram que:

Informação e conhecimento estão correlacionados mas não são sinônimos. Também é necessário distinguir dois tipos de conhecimentos: os conhecimentos codificáveis - que, transformados em informações, podem ser reproduzidos, estocados, transferidos, adquiridos, comercializados etc. - e os conhecimentos tácitos. Para estes a transformação em sinais ou códigos é extremamente difícil já que sua natureza está associada a processos de aprendizado, totalmente dependentes de contextos e formas de interação sociais específicas" (p.30).

A gestão da informação é sem dúvida fundamental para o processo decisório, planejamento estratégico e as funções empresariais nos níveis operacional, gerencial e estratégico e deve conter de maneira relevante sistemas de informação bem estruturados, que possibilitem armazenar, coletar, e até mesmo recuperar e disseminar informações na organização. Grande parte de tais sistemas, se encontram baseados em computadores e apoiam o processo decisório. As autoras retratam ainda que:

O resultado do uso da informação é uma mudança no estado de conhecimento do indivíduo ou de sua capacidade de agir. Portanto, o uso da informação envolve a seleção e o processamento da informação, de modo a responder a uma pergunta, resolver um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou entender uma situação. Se uma informação vai ser selecionada ou ignorada depende em larga medida de sua relevância para o esclarecimento da questão ou solução do problema. Em geral, a relevância é considerada um bom indicador do uso da informação, e a relação entre relevância e uso foi explorada de muitas formas, tanto da perspectiva do sistema quanto da perspectiva do usuário (LASTRES; ALBAGLI, 1999, p.107).

Para Belluzzo (2007) a informação convertida em conhecimento pode ser considerada um elemento para a eficiência e redução nos prazos de respostas e aumento do fluxo de informações de personagens dos mercados globalizados além de otimizar o ritmo acelerado das mudanças sociais que estão exigindo respostas instantâneas, em que as TIC e a mídia têm papel de importância na atualidade. Desse modo, as organizações e seus colaboradores devem transformar a informação em conhecimento e aplicá-lo com facilidade por meio da gestão dos processos midiáticos que dá conta das interfaces da comunicação – não apenas do que é produzido em veículos comunicacionais formais, mas também do que circula nos fluxos informais, no universo simbólico, ou na cultura como um todo. Portanto, o conceito de processos midiáticos, no contexto organizacional, se relaciona à produção e reprodução do discurso da organização, em todas as formas em que ele se apresenta. Parte relevante da gestão dos processos midiáticos organizacionais está na elaboração intencional do discurso da organização, passando pela correta segmentação dos públicos estratégicos, definição das mensagens e dos canais de transmissão, a partir do uso ordenado da linguagem institucional (PARAVENTI, 2011).

De acordo com Martin; Madigan (2006) existem situações que envolvem as questões de gestão da informação e midiática e que se relacionam ao acesso e uso da informação: a) *competência em TIC* (tecnologia da informação e comunicação), dividida em três fases: até metade dos anos 1980, fase da maestria (*mastery phase*), voltada para domínio de técnicas de manejo; metade dos 1980 até os 1990 tardios, fase da aplicação (*application phase*), focada em aplicações múltiplas das tecnologias; fim dos anos de 90 até hoje, fase reflexiva (*reflective phase*), preocupada com olhares mais

críticos; a acentuação voltava-se para superar o mero manejo técnico, em favor da competência questionadora; destacando que:

[...] é usar tecnologia digital, ferramentas de comunicação e/ou redes de acesso, manejar, integrar e criar informação com o fito de funcionar numa sociedade de conhecimento [...]; os cinco componentes representam um contínuo de habilidades e conhecimento e são apresentados em sequência sugerindo complexidade cognitiva crescente [...]; i) acessar: conhecer acerca de e como coligir e/ou sacar informação; ii) manejar: aplicar um esquema existente organizacional ou classificatório; iii) integrar: interpretar e representar informação, envolvendo resumir, comparar e contrastar; iv) avaliar: fazer julgamentos sobre a qualidade, relevância, utilidade ou eficiência da informação; v) criar: gerar informação ao adaptar, aplicar, desenhar, inventar ou fazer-se autor de informação (MARTIN; MADIGAN, 2006, p. 10).

Na continuidade, esses mesmos autores abordam o que denominam de *b) competência tecnológica*, vista pelos americanos em geral como condição de competitividade e entendida como “habilidade de usar, manejar e entender tecnologia”; “usar” envolve a operação exitosa dos sistemas chave deste tempo, incluindo conhecer os componentes de macrossistemas existentes ou sistemas adaptativos humanos e como os sistemas se comportam; “manejar” acarreta assegurar que as atividades tecnológicas sejam manipuladas de modo eficiente e apropriado; “entender” supõe mais do que lidar com fatos e informação, abarcando a habilidade de sintetizar informação em novos *insights* (MARTIN; MADIGAN, 2006, p. 11).

Ainda, esses autores mencionam outro elemento que denominam como *c) competência em informação*, correspondendo a pessoa que:

[...] i) determina a natureza e extensão da informação necessitada; ii) acessa a informação necessitada efetiva e eficientemente; iii) avalia informação e suas fontes criticamente e incorpora informação selecionada em sua base de conhecimento e sistema de valores; iv) usa informação efetivamente para realizar um propósito específico; v) entende muitas das questões econômicas, legais e sociais que cercam o uso da informação e acessa e usa informação ética e legalmente; na Inglaterra, costuma-se arrolar sete pilares desta habilidade: i) identificar qual informação seria o caso usar; ii) propor estratégias para localizar informação relevante; iii) localizar e acessar a informação buscada; iv) comparar e avaliar informação de fontes diferentes; v) organizar, aplicar e comunicar informação; vi) sintetizar e construir em cima da informação em uso; vii) criar nova informação, sobretudo transformar informação em conhecimento[...] (MARTIN, MADIGAN, 2006, p.13).

Finalizando, Martin; Madigan (2006) também indicam, em síntese, considerando *d) competência midiática* como a capacidade de avaliar criticamente a mídia de massa e como atividade maior educacional e de pesquisa nos Estados Unidos e Europa. Considera que nos Estados Unidos é assumida como uma série de competências de comunicação, incluindo habilidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar informação sob muitas formas, impressas e não impressas; interdisciplinar por natureza, aplica-se ao manejo de ambientes eletrônicos complexos e sempre em mudança acelerada, sendo sua propriedade mais fundamental o pensamento crítico. Ainda, mencionam como *e) competência visual*, aquela que é alavancada pelo poder da imagem visual, é fundamental para a aprendizagem no mundo atual e nutre-se principalmente da crítica da arte e da arte-educação; a página vai sendo, em grande parte, substituída pela tela como referência dominante de representação e comunicação, afetando profundamente a lógica e a semiótica da leitura; aos poucos torna-se expectativa comum que os textos sejam visualmente bem desenhados.(MARTIN; MARDIGAN, 2006).

McGarry (1999, p. 11) apresenta a gestão da informação como uma atividade compreensiva e reconhece também a complexidade de abordá-la ao mencionar que:

[...] o estudo da informação, sua produção, circulação e consumo, assume importância primordial, sendo desenvolvido por várias áreas do conhecimento. Assim, ao lado da importância da informação se reconhece também a importância da informação se reconhece também a complexidade de abordá-la. Muitas são as disciplinas que a focam e, cada uma deve nela, identificar o seu objeto específico, para que uma atividade compreensiva sobre o assunto substitua a explicação mecânica e funcionalista largamente difundida no campo que não raro introduziram mais dúvidas e imprecisões do que soluções.[...] Informação é uma palavra usada com frequência no linguajar cotidiano e a maior parte das pessoas que a usam pensam que sabem o que ela significa. No entanto, é extremamente difícil definir informação, e até mesmo obter consenso sobre como deveria ser definida. O fato é, naturalmente, que informação significa coisas diferentes para pessoas diferentes (McGARRY, 1999, p. 11).

A ciência, a tecnologia e a inovação são, no cenário mundial contemporâneo, instrumentos fundamentais para um bom desempenho das organizações, saber trabalhar com a informação, com as TIC e com a mídia é primordial para atingir o sucesso nesta perspectiva de aliar-se da vertente mais cognitivista sobre a aprendizagem à abordagem cultural e econômica.

Ressalta-se que a competência midiática (*media literacy*) envolve o domínio e desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas às dimensões básicas, a partir das quais são elaborados os indicadores, conforme Perez; Delgado (2012, p.12) que apresentam tais dimensões detalhando cada dimensão específica em série de indicadores da análise e da expressão na mídia, de forma geral:

[...] a linguagem (conhecimento dos códigos e capacidade de análise das mensagens audiovisuais); a tecnologia (conhecimento teórico e capacidade de utilização das ferramentas que fazem possível a comunicação audiovisual); os processos de produção e de programação (conhecimento das funções atribuídas aos principais agentes de produção e às fases, e a capacidade de elaborar mensagens audiovisuais); a ideologia e os valores (capacidade de leitura compreensiva e crítica e capacidade de análise crítica das mensagens audiovisuais); recepção e audiência (capacidade de reconhecer-se como audiência ativa e de avaliar criticamente os elementos emotivos, racionais e contextuais que intervêm na recepção das mensagens audiovisuais); a dimensão estética (capacidade de analisar e avaliar as mensagens audiovisuais a partir do sentido estético e da capacidade de relacioná-las com outras formas de manifestação midiática e artística). Quanto às propostas didáticas, não há qualquer explicação além da contribuição do produto final para a elaboração de objetivos, processos e conteúdos em comunicação audiovisual. (PEREZ; DELGADO, 2012, p.12).

Os mesmos autores relatam sobre as dimensões e o composto dos indicadores que formatam a apresentação da informação:

Propõem-se cinco dimensões compostas, por sua vez, de cinco indicadores cada uma: dimensão da aprendizagem (a transformação da informação em conhecimento e sua aquisição), a dimensão informacional obtenção, a avaliação e o tratamento da informação em ambientes digitais), a dimensão comunicativa (a comunicação interpessoal e a social), a dimensão da cultura digital (as práticas sociais e culturais da sociedade do conhecimento e da cidadania digital) e a dimensão tecnológica (a alfabetização tecnológica e o conhecimento e o domínio dos ambientes digitais). Estas dimensões concretizam-se em cinco capacidades associadas, relativas aos meios e aos ambientes digitais: aprender e gerar conhecimento; obter, avaliar e organizar informação em formatos digitais; comunicar-se, relacionar-se e colaborar em ambientes digitais; atuar de forma responsável, segura e cívica; e utilizar e gerir dispositivos e ambientes de trabalho digitais, que servirão para elaborar atividades de ensino e de aprendizagem que contribuam para o desenvolvimento da competência. (PEREZ; DELGADO, 2012, p.14).

Vale lembrar que no fenômeno da comunicação midiática atual, a linguagem, por exemplo, não pode ser entendida sem a tecnologia. Para Henry Jenkins (2008), um dos pensadores dedicados à análise das implicações sociais e educacionais do novo ambiente da comunicação as *new media literacies* deveriam incluir as tradicionais. Nesse novo ambiente coexistem o velho e novo. Por um lado, houve significativa

expansão das possibilidades de qualquer cidadão fazer chegar sua mensagem, pessoal ou coletiva, ao resto da sociedade, ainda que, paralelamente, o poder midiático tenha alcançado níveis de concentração e acumulação nunca antes observados. Além disso, o poder da mídia se beneficia da transparência que caracteriza os novos sistemas de representação, causando confusão entre representação e realidade. A competência midiática confronta, portanto, essa complexidade, combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

Para a conceituação da competência midiática, considera-se o que segue:

A competência midiática envolve o domínio de conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas a seis dimensões básicas, a partir das quais são elaborados os indicadores. Estes indicadores estão relacionados, em cada caso, com o âmbito de participação das pessoas que recebem mensagens e interagem com elas (âmbito de análise) e das pessoas que produzem mensagens (âmbito de expressão) (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p.8).

Ferrés e Piscitelli (2015), em síntese, apresentaram as dimensões mencionadas e seus indicadores, a saber:

1 Linguagem

a) Âmbito da análise

- Capacidade de interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem.
- Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato.
- Capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão.
- Capacidade de estabelecer relações entre textos – intertextualidade -, códigos e mídias, elaborando conhecimentos abertos, sistematizados e inter-relacionados.

b) Âmbito da expressão

- Capacidade de se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados.
- Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor.
- Capacidade de modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.

2 Tecnologia

a) Âmbito da análise

- Capacidade de interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem.
- Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato.
- Capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão.
- Capacidade de estabelecer relações entre textos – intertextualidade -, códigos e mídias, elaborando conhecimentos abertos, sistematizados e inter- relacionados.
- Compreensão sobre o papel que a tecnologia da informação e da comunicação desempenha na sociedade e os seus possíveis efeitos.
- Habilidade para interagir de maneira significativa com meios que permitem expandir as capacidades mentais.
- Capacidade de manusear as inovações tecnológicas tornando possível uma comunicação multimodal e multimídia.
- Capacidade de se desenvolver com eficácia nos ambientes hipermidiáticos, transmidiáticos e multimodais.

b) Âmbito da expressão

- Capacidade de se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados.

- Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor.
- Capacidade de modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.
- Capacidade de manusear com correção ferramentas em um ambiente multimidiático e multimodal.
- Capacidade de adaptar as ferramentas tecnológicas aos objetivos comunicativos almejados.
- Capacidade de elaborar e manipular imagens e sons a partir do conhecimento de como se constroem as representações da realidade.

3 Processos de interação

a) Âmbito da análise

- Capacidade de seleção, revisão e auto avaliação do próprio consumo midiático, de acordo com critérios conscientes e racionais.
- Capacidade de discernir porque determinados meios, produtos ou conteúdos são apreciados. Porque estes têm êxito, individual ou coletivamente: quais as necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural, etc.
- Capacidade de avaliar os efeitos cognitivos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas.
- Capacidade de discernir e gerir as dissociações que por vezes são produzidas entre sensação e opinião, entre emotividade e racionalidade.
- Conhecimento da importância do contexto nos processos de interação.
- Conhecimentos básicos sobre o conceito de audiência, estudo de audiência, sua utilidade e seus limites.
- Capacidade de apreciar as mensagens provenientes de outras culturas para o diálogo intercultural em um momento em que os meios são transfronteiriços.

- Capacidade de gerir o ócio midiático convertendo-o em oportunidade para a aprendizagem.

b) Âmbito da expressão

- Atitude ativa na interação com as telas, entendida como oportunidade para construir uma cidadania mais plena, um desenvolvimento integral, para transformar o indivíduo e o seu entorno.
- Capacidade de executar um trabalho colaborativo mediante a conectividade e a criação de plataformas que facilitam as redes sociais.
- Capacidade de interagir com pessoas e coletivos diversos em ambientes cada vez mais plurais e multiculturais.
- Conhecimento das possibilidades legais de reclamação diante do descumprimento das normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações.

4 Processos de produção e difusão

a) Âmbito da análise

- Conhecimento das diferenças básicas entre as produções individuais e coletivas, populares e corporativas, e no caso da última, de titularidade pública ou privada.
- Conhecimento dos fatores que convertem as produções corporativas em mensagens submetidas às condições socioeconômicas de toda uma indústria.
- Conhecimentos básicos sobre os sistemas de produção, as técnicas de programação e os mecanismos de difusão.
- Conhecimento dos códigos de regulação e de auto regulação que amparam, protegem e exigem dos distintos atores sociais, e dos coletivos e associações que velam pelo seu cumprimento, bem como uma atitude ativa e responsável perante eles.

b) Âmbito da expressão

- Conhecimento das fases dos processos de produção e da infraestrutura necessária para produções de caráter pessoal, coletivo ou corporativo.
- Capacidade de trabalhar de maneira colaborativa na elaboração de produtos multimídia ou multimodais.

- Capacidade de selecionar mensagens significativas, apropriar-se delas e transformá-las para produzir novos significados.
- Capacidade de compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas.
- Capacidade de manejar a própria identidade online/off-line e ter uma atitude responsável diante do controle de dados privados, próprios ou de outros.
- Capacidade de gerir o conceito de autoria, individual ou coletiva; ter uma atitude responsável diante dos direitos de propriedade intelectual e habilidade para aproveitar-se de recursos como o “*Creative Commons*”.
- Capacidade de criar redes de colaboração e retroalimentá-las e ter uma atitude comprometida em relação a elas.

5 Ideologia e valores

a) Âmbito da análise

- Capacidade de descobrir o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, frequentemente em relação às comunicações inadvertidas.
- Capacidade de avaliar a confiabilidade das fontes de informação, extraindo conclusões críticas, tanto do que se diz, quanto do que se omite.
- Habilidade de buscar, organizar, contrastar, priorizar e sintetizar informações procedentes de distintos sistemas e diferentes contextos.
- Capacidade de detectar as intenções ou interesses subjacentes, tanto nas produções corporativas quanto nas populares, assim como sua ideologia e valores, explícitos ou latentes, adotando uma atitude crítica em relação a eles.
- Atitude ética na hora de baixar produtos úteis para consulta, documentação ou visualização de entretenimento.
- Capacidade de analisar as identidades virtuais individuais e coletivas e de detectar os estereótipos, sobretudo de gênero, raça, etnia, classe social, religião, cultura, deficiência, etc., analisando suas causas e consequências.

- Capacidade de analisar criticamente os efeitos da emissão de opinião e de homogeneização cultural que exercem os meios.
- Capacidade de reconhecer os processos de identificação emocional com os personagens e as situações das histórias como potencial mecanismo de manipulação, ou como oportunidade para conhecer a nós mesmos e para nos abrir a outras experiências.
- Capacidade de gerir as próprias emoções na interação com as telas, em função da ideologia e valores que são transmitidos nelas.

b) Âmbito da expressão

- Capacidade de aproveitar as novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos, como uma atitude de compromisso social e cultural.
- Capacidade de elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas.
- Capacidade de aproveitar as ferramentas do novo ambiente comunicativo para se comprometer como cidadão ou cidadã de modo responsável na cultura e na sociedade.

6 Estética

a) Âmbito da análise

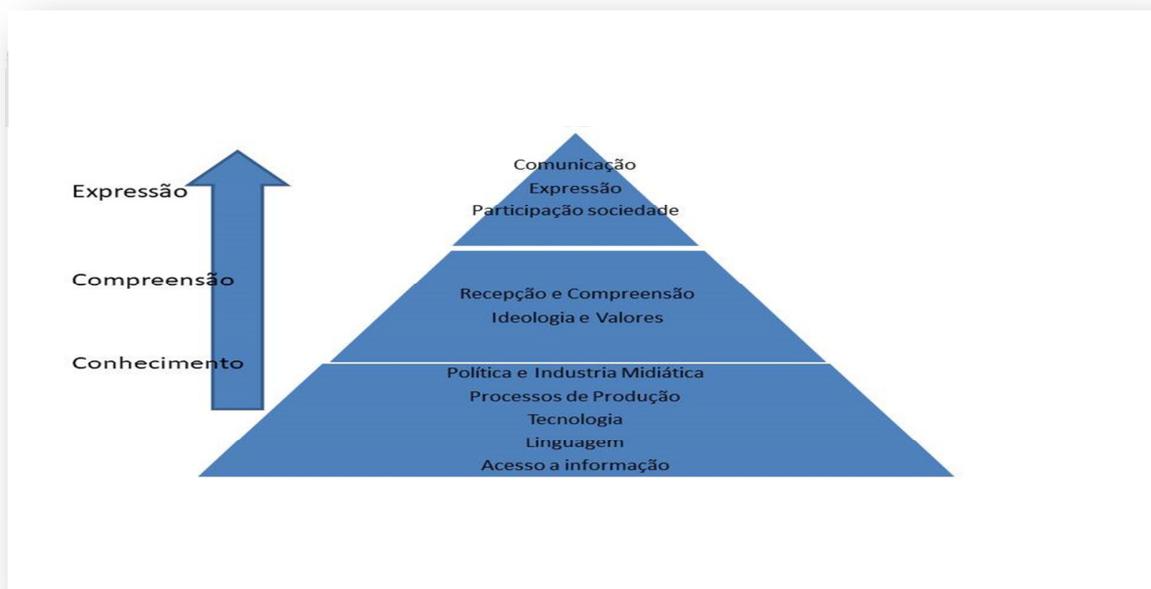
- Capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica.
- Sensibilidade para reconhecer uma produção midiática que não se adequa às exigências mínimas de qualidade estética.
- Capacidade de relacionar as produções midiáticas com outras manifestações artísticas, detectando influências mútuas.
- Capacidade de identificar as categorias estéticas básicas como a inovação formal e temática, a originalidade, o estilo, as escolas e tendências.

b) Âmbito da expressão

- Capacidade de produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade.
- Capacidade de se apropriar e de transformar produções artísticas, potencializando a criatividade, a inovação, a experimentação e a sensibilidade estética.

Uma proposta de aplicação de todos os princípios às tecnologias e ao tratamento da informação para avançar na realização de um planejamento didático adequado acerca do desenvolvimento da competência midiática acha-se apresentada na pirâmide de Di Croce (2009) descrita na Figura 7.

Figura 7 - Pirâmide de desenvolvimento da competência midiática



Fonte: Adaptado de Di Croce (2009)

A figura 7 apresenta três dimensões preconizadas por Di Croce (2009) acerca do desenvolvimento da competência midiática, a saber: conhecimento (envolvendo indicadores relacionados à política e indústria midiática, processos de produção, tecnologia, linguagem e acesso à informação), compreensão (

compreendendo indicadores de recepção e compreensão de ideologia e valores) e expressão (referindo-se aos indicadores de comunicação, expressão e participação na sociedade), o que permite propor orientadas para o desenvolvimento da competência midiática que será adquirida (*Media Literacy*), de acordo com o contexto ao qual vai ser aplicada, para os conhecimentos prévios e as lacunas ou *gaps* que possam existir.

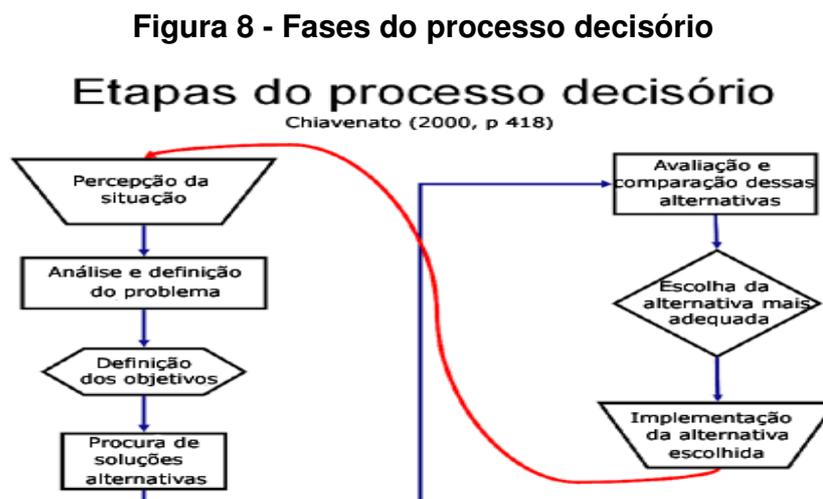
O fato de que as pessoas estejam em constante contato com as tecnologias e a mídia promove a crença errônea de que são capazes de apreender de maneira crítica a informação que estas lhes transmitem. No contexto das organizações industriais, isso tem uma relação direta com a solução de problemas e o processo decisório, foco de atenção a seguir.

4 O PROCESSO DECISÓRIO NAS ORGANIZAÇÕES INDUSTRIAIS SOB O ENFOQUE DA COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA

4.1 O processo decisório e suas dimensões

A atividade de tomar decisões é um processo organizacional de relevância no gerenciamento eficaz das organizações, em especial as industriais, sendo crucial em todos os seus níveis para essas organizações. Esta atividade refere-se ao chamado processo decisório e acontece todo o tempo sendo contemplada quando se discute as dificuldades encontradas no momento da decisão e a racionalidade das decisões, fatores que influenciam diretamente na performance da organização.

Conforme se demonstra na Figura 8, é possível observar as etapas do processo decisório, assim como a necessidade vinculada à decisão acertada.



Fonte: Chiavenato (2000, p.418)

O processo decisório consiste em elencar as alternativas de ação ou mesmo aceita-las ou rejeita-las em uma ação específica. MacCrimmon e Taylor (1973) admitem que o julgamento é "inseparável" da tomada de decisão, atingindo a decisão em pensamento e ação significando que pensamento e ação são centrais para o processo

de tomada de decisão implicando em termos de definir o problema, avaliar possíveis alternativas e afirmam que:

A tomada de decisões da organização é racional não apenas em espírito (e aparência), mas na execução: a organização é intencionalmente racional, mesmo que seus membros tenham sua racionalidade limitada. Metas e objetivos são estabelecidos de antemão, e quando os participantes encontram problemas na busca desses objetivos, procuram informações sobre as alternativas e consequências, e avaliam os resultados de acordo com os objetivos e preferências. O modelo tem uma característica linear de troca de energia, com foco no fluxo de informações nos processos decisórios da organização [...] Infelizmente, o comportamento dos indivíduos é limitado por sua capacidade cognitiva, seu nível de informação e seus valores. Uma maneira de superar essa distância entre a racionalidade da organização e a racionalidade limitada dos indivíduos é criar premissas que orientem as decisões e rotinas, que guiem o comportamento individual na tomada de decisões (MACCRIMMON; TAYLOR, 1973, p.43-44).

As decisões na organização podem, entre outros, ser classificadas quanto à atividade administrativa a que elas pertencem, três níveis, em síntese, segundo Anthony (1965):

- **Nível operacional** - A decisão no nível operacional é um processo pelo qual se assegura que as atividades operacionais sejam bem desenvolvidas que concentra o controle operacional utiliza procedimentos e regras de decisões pré-estabelecidas e geralmente resultam em uma resposta imediata. Esse processo a ser seguido é geralmente muito estável significando o uso eficaz e eficiente das instalações existentes e são programadas e os procedimentos de todos os recursos para executar as operações.
- **Nível tático** - As decisões no nível tático são normalmente relacionadas com o controle administrativo são necessárias informações sobre o funcionamento planejado englobando a aquisição genérica de recursos e as táticas para a aquisição, localização de projetos e novos produtos. No processo decisório tático, formular novas regras de decisão que irão ser aplicadas por parte do pessoal de operação e designação de recursos são fundamentais e utilizadas para decidir sobre as operações de controle, variações a partir de um funcionamento planejado, a explicação destas variações e a análise das possibilidades de decisão no curso das ações;

- **Nível estratégico** - O objetivo das decisões no nível estratégico é englobar a definição de objetivos, políticas e critérios gerais para planejar o curso da organização e não possuem um período com ciclo uniforme podendo ser irregulares, ainda que alguns planos estratégicos se façam dentro de planejamentos anuais ou em períodos pré-estabelecidos uma vez que é necessário desenvolver estratégias para que a organização seja capaz de atingir seus macro objetivos.

Em todos esses níveis, tem importância salientar que também é preciso entender como as habilidades, conhecimentos e atitudes (CHA)⁶ da competência em informação são desenvolvidos porque não dependem apenas da experiência. Isso vale especialmente para as habilidades de avaliação. Da mesma forma, habilidades eficazes e eficientes para encontrar informações exigem tempo e esforço para aprender. A informação é organizada de maneira complexa, e, muitas vezes, pode ser difícil de acessar, avaliar e usar de forma inteligente. Muitas pessoas não entendem o contexto da informação - como ou por que ela é produzida, nem os propósitos para os quais diferentes tipos de informação são disponibilizados (JULIEN, 2016).

Quanto ao processo decisório organizacional, é fundamental que os gestores se utilizem de informações corretas, estruturadas, sólidas e assertivas, tanto as que fazem parte do ambiente organizacional interno, quanto aquelas que são encontradas no ambiente externo, agregando valores que direcionarão a organização em suas tomadas de decisão em direção ao êxito e desenvolvimento. Nesse aspecto, as informações no ambiente organizacional deverão ser selecionadas, analisadas, tratadas, armazenadas e disponibilizadas para acesso e uso dos gestores em suas decisões diárias. Lousada e Valentim (2011, p. 156) abordaram a informação produzida na organização, mencionando que:

Nomeamos a informação produzida internamente a uma determinada organização como informação orgânica, visto que é gerada em decorrência do cumprimento das funções organizacionais, pelos próprios colaboradores da organização que, ao mesmo tempo, são produtores e consumidores. Por essa razão, a organização deve ter clareza quanto ao valor da informação orgânica,

⁶ C= Conhecer (conhecimentos adquiridos no decorrer da vida, nas escolas, universidades, cursos etc.)
H= Habilidades para saber fazer (capacidade de realizar determinada tarefa, física ou mental) e
A=Atitude de querer fazer (comportamentos que temos diante de situações do nosso cotidiano e das tarefas que desenvolvemos no nosso dia- a-dia).Fonte: RABAGLIO, M. O. **Seleção por competências**. 2.ed. São Paulo: Educator, 2001.

visto que ela se constitui em um recurso importante para os processos organizacionais, inclusive o decisório.

A decisão na organização é muito discutida no ambiente empresarial, isso porque aporta questões e escolhas que proporcionam alternativas positivas ou não, seja na vida pessoal, seja na organização. As pessoas são diariamente cobradas a opinar, ou melhor, tomar decisões que vão ao encontro de soluções que julgamos serem benéficas, como indivíduos pensantes e seres que possuem necessidades individuais, coletivas ou organizacionais, as quais deverão ser supridas.

As informações disponibilizadas dentro do ambiente organizacional podem ser empregadas em ações que gerem vantagens frente à concorrência, melhorando os processos, serviços, produtos, atuação profissional, mercado, marketing pessoal, marketing empresarial, entre outros conflitos desafiadores enfrentados pelas organizações.

Em decorrência de todo esse processo de planejamento, organização, direção e controle Henri Fayol (1856-1925) e Frederick Taylor (1856-1915) destacam-se como os grandes precursores da Administração, consolidando a tarefa de administrar as organizações por meio dessas funções organizacionais, que nada mais é do que empregar ações por meio das tomadas de decisões organizacionais.

No sistema organizacional, adquirir uma visão sistêmica de maneira integrada e complexa, admitindo inclusive as reais mudanças quando necessárias, é vital para as tomadas de decisões (BIO, 1996). A tomada de decisão é um fator complexo que exige capacidade do gestor quanto ao gerenciamento, reflexão, análise e investigação das informações e dados disponíveis na organização; são escolhas situacionais que levam às soluções e resultam em ações, por meio do reconhecimento dos dados e informações corretas para conduzir tanto as pessoas como a própria organização (MORESI, 2000).

Contudo, as condições disponibilizadas aos tomadores de decisão também exercem um papel significativo em suas decisões, conforme explana Perdigão et al. (2012, p. 1).

A tomada de decisão é um dos processos no qual somos envolvidos diariamente e, muitas vezes, não nos damos conta de sua importância e necessidade. Diante das mudanças ocorridas no mundo, o processo de tomada de decisão também mudou significativamente, tornando-se mais evidente a necessidade de melhores condições para os tomadores de decisão.

Corroborando essa afirmação podem-se observar as seguintes indicações, em síntese nossa:

- A organização é um sistema de decisões em que cada pessoa participa consciente e racionalmente, escolhendo e decidindo entre alternativas mais ou menos racionais que são apresentadas de acordo com sua personalidade, motivações e atitudes.
- Os processos de percepção das situações e o raciocínio são básicos para a explicação do comportamento humano nas organizações: o que uma pessoa aprecia e deseja influencia o que se vê e interpreta, assim como o que se vê e interpreta influencia o que aprecia e deseja.
- Em outros termos, a pessoa decide em função de sua percepção das situações. Em resumo, as pessoas são processadores de informação, criadoras de opinião e tomadoras de decisão. (CHIAVENATO, 2003, p. 348).

Também podemos encontrar duas vertentes, conforme aborda Perdigão et al. (2012) situações de certezas e de incertezas. Nas condições de certeza é possível controlar o contexto e os fatores desse ambiente interno das organizações; já nas condições de incerteza o controle não é exercido, porque depende do ambiente externo à organização.

Trazendo suas contribuições acerca de minimizar as incertezas, Choo (2003) apresenta três maneiras empregadas nessas circunstâncias:

Primeiro, informação é necessária para estruturar uma situação de escolha. Limites são traçados para delimitar o espaço problemático no qual as soluções serão buscadas, os participantes serão solicitados e as influências serão exercidas. Em grande medida, a estruturação de um problema determina os tipos e o conteúdo das informações que serão necessárias para a tomada de decisão. Em segundo lugar, a

informação é necessária para definir preferências e selecionar regras. Múltiplos interesses e objetivos são esclarecidos, conciliados e expressos na forma de critério de escolha. Regras são ativadas mediante a comparação entre informações que descrevem situações conhecidas e reações aprendidas. Em terceiro lugar, são necessárias informações sobre alternativas viáveis e possíveis consequências (CHOO, 2003, p. 302-303).

Desse modo, a utilização de informações organizacionais auxilia as tomadas de decisões reduzindo suas incertezas, mas esse processo pode ser mais bem evidenciado no Quadro 8, elaborado por Choo (2003) e que estabelece dimensões que se acham em articulação com os padrões que norteiam a competência em informação (BELLUZZO, 2007).

Quadro 8 - Necessidade, busca e uso da informação no processo decisório

	Necessidades de Informação	Busca da Informação	Uso da Informação
Tomada de decisões	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar a estrutura e os limites do problema ▪ Esclarecer preferências e adequação da regra ▪ Informação sobre alternativas, resultados, preferências 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guiada por princípios heurísticos e hábitos ▪ Busca motivada por problemas ▪ Critérios para uma solução satisfatória 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limitações no processamento da informação ▪ Estruturado por rotinas e regras ▪ Muitos problemas competem por atenção
Necessidades cognitivas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fases do processo decisório: inteligência, criação, escolha, revisão ▪ Identificação e desenvolvimento das necessidades 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Múltiplas regras para gerenciamento das decisões ▪ Alta velocidade na tomada de decisões 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Simplificação e tendências cognitivas ▪ Processamento seletivo da informação
Reações emocionais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estresse devido à complexidade, ao risco, aos múltiplos interesses e aspirações ▪ Fatores emocionais na formulação do problema 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelo conflituosode tomada de decisões: aderência ou mudança não conflituosa. Evitação defensiva, hipervigilância, vigilância 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pressão para aderir ao pensamento do grupo ▪ Excesso de compromisso em situações de crescimento
Dimensões situacionais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisões programadas e não programadas ▪ Tática para elaborar problemas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipos de processos decisórios: esporádico, fluido e reprimido ▪ Estrutura, incentivo e acesso à informação 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regras para lidar com a informação: regras de percurso e regras de filtragem ▪ Absorção da incerteza

Fonte: Choo (2003, p. 303)

Podemos observar no Quadro 8 apresentado por Choo (2003), que a informação é elemento fundamental no processo decisório e o estabelecimento de modelos, regras e rotinas direcionam o comportamento dos indivíduos, envolvendo

desde a necessidade cognitiva, perpassando pelas reações emocionais e dimensões situacionais, a fim de sanar as necessidades e desempenhar corretamente suas atribuições na organização.

Pereira (2010), com base nas ideias de Choo (2003) e no seu modelo multifacetado (Quadro 8), destaca a influência dos fatores cognitivos, emocionais e situacionais no comportamento informacional de gerentes, apresentando generalizações quanto aos fatores que influenciam os processos de necessidade, busca e uso da informação. Pereira (2010) salienta que o estudo da necessidade, busca e uso da informação possui caráter transdisciplinar, possibilitando a existência de uma diversidade de pesquisas, abordagens e modelos, daí a relevância de se constituir uma estrutura teórica que surge como necessária para dar consenso sobre os diretrizes que definem a análise da necessidade, busca e uso da informação.

As estruturas organizacionais definem o modelo de gestão e, por meio das quais são disponibilizados recursos tecnológicos, humanos, financeiros e materiais, almejando viabilizar seus processos, identificar suas falhas, melhorando continuamente suas estratégias, priorizando o desenvolvimento e aperfeiçoamento de suas metas e objetivos, para que o gerenciamento consiga superar as barreiras que possam prejudicar a organização e o seu crescimento. Nesse contexto, vale ressaltar que aspectos de importância dizem respeito à articulação entre estrutura e cultura organizacionais, tomada de decisão e processo decisório.

4.1.1 Estrutura e cultura das organizações industriais

As estruturas organizacionais implantadas pelas empresas costumam ser avaliadas tendo em conta o grau de complexidade de formalização e de centralização e influenciam o comportamento e atitudes dos trabalhadores. Existem vantagens e limitações nessas estruturas organizacionais, porque, se por um lado, contribuem para reduzir a ambiguidade, pois clarificam as atitudes que os colaboradores vão ter perante a empresa e logo aumentam a motivação levando a melhores níveis de desempenho, por outro lado, também podem contribuir para controlar e limitar as ações dos colaboradores.

Para Ferreira, Neves e Caetano (2001, p. 285), “[...] uma estrutura organizacional é a soma sinérgica da totalidade dos meios empregues para dividir o trabalho entre tarefas distintas e para assegurar a necessária coordenação e controle entre elas”.

Existem inúmeras variáveis que cooperam para determinar a estrutura organizacional, nomeadamente, a sua estratégia, o meio ambiente em que opera, a tecnologia de que dispõe e as características dos seus participantes.

Robbins (2006, p.171) pontua a estrutura organizacional “[...] como as tarefas são normalmente divididas, agrupadas e coordenadas” dentro de uma organização de empresa. Os modernos teóricos da Administração não concordam que exista uma maneira única ou ideal de se projetar uma organização. Num enfoque tecnicamente amplo, inclui-se a descrição dos aspectos físicos (exemplo: instalações), humanos, financeiros, jurídicos, administrativos e econômicos. Não existe uma estrutura organizacional acabada e nem perfeita, existe uma estrutura organizacional que se adapta adequadamente às mudanças.

Em meio à estrutura adotada pela organização, encontramos a presença e influência da cultura organizacional, que, de acordo com Schein (2007, p. 28), é formada por:

- Artefatos como padrões arquitetônicos, layout físico, estilo de trabalho e comportamento dos funcionários;
- Valores que fundamentam práticas formais e informais, geralmente expressados em estratégias, objetivos, valores e filosofias;
- Certezas fundamentais compreendem crenças, percepções, pensamentos e sentimentos, geralmente inconscientes.

Para o mesmo autor

A cultura é importante porque é um poderoso e muitas vezes ignorado conjunto de forças latentes que determinam o comportamento, a maneira como se percebem as coisas, o modo de pensar e os valores tanto individuais como coletivos. A cultura organizacional em particular importa porque os elementos culturais determinam a estratégia, os objetivos e o modo de operação da empresa. Os valores e o modo de pensar de líderes e de gerentes seniores são parcialmente determinados pela herança cultural de cada um e pelas experiências que compartilham (SCHEIN, 2007, p. 29-30).

A cultura organizacional é determinante para se implantar metas, objetivos, comportamentos organizacionais, normas formais e informais, procedimentos e interações entre os colaboradores da organização. Conhecer a cultura organizacional

de uma empresa é conhecê-la completamente, por meio dos hábitos e crenças impregnados, direcionando todas as ações de seus membros.

Nesse aspecto, Besanko et al. (2006) acrescentam que a cultura de uma empresa é formada por valores, crenças e normas que determinam e influenciam o comportamento dos seus membros organizacionais. A cultura organizacional possui grande influência sobre os seus colaboradores, porque compartilham de uma mesma visão e padrões que resultarão em determinados comportamentos traçados pela organização. Desse modo, Besanko et al. (2006) abordam cinco fatores que a cultura organizacional influencia, conforme descreve o Quadro 9:

Quadro 9 - Cultura organizacional

FATORES	DIMENSÕES
Cultura e Desempenho	A cultura está atrelada ao valor que esta transmite aos seus clientes e ao negócio; ela não pode ser imitada porque é específica da empresa e gera vantagem competitiva como: redução de custos no monitoramento, controle de pessoas direciona os objetivos dos membros organizacionais.
A Cultura Simplifica o Processamento de Informações	Cada empregado conhece as suas atribuições geradas pela cultura, normas e valores; há padronização e interação dos colaboradores, clientes e investidores e um aumento do poder computacional, gerando redução de custo, inovações e desenvolvimento.
A Cultura Complementa os controles Formais	Por meio do compartilhamento de informações que são realimentados diariamente, a cultura monitora e controla as atividades dos colaboradores, constituindo um conjunto de normas e comportamentos coletivo; os objetivos dos membros organizacionais são alinhados, contudo, os próprios indivíduos exercem o autocontrole e auxiliam nas soluções de questões, sem dependerem indevidamente dos processos e estruturas formais.
A Cultura Facilita a Cooperação e Reduz os Custos de Barganha	Normas e convenções sociais estão atreladas à cultura; os líderes devem motivar a cooperação entre os membros; as tomadas de decisões são exercidas em grupo, gerando consenso sobre a barganha e eliminando os conflitos.
Cultura, Inércia e Desempenho	O desempenho da empresa está atrelado à sua cultura, dessa maneira a empresa condicionou os negócios, o ambiente e as atividades, porém a organização não pode demonstrar inércia, mas sim ajustar-se e ser flexível, gerenciando as mudanças e preparando seus executivos e membros para novas estratégias e valores.

Fonte: Adaptado de Besanko et al. (2006)

A cultura organizacional transita em diversos fatores e com diferentes dimensões, tais como desempenho com a cultura atrelada ao valor que ela transmite, processos de informações através de atribuições geradas pela cultura, normas e valores, controles formais por meio de compartilhamentos realimentados diariamente, facilita a cooperação e reduz custos de barganha, com decisões tomadas em grupo, e por último inércia e desempenho, atrelado a cultura, ao ambiente e as atividades, gerenciando as mudanças e preparando seus executivos e membros para novas estratégias e valores. Essa inter-relação entre todos esses fatores determina o comportamento dos indivíduos na maneira como acessam, usam e transmitem a informação e constroem o conhecimento.

A decisão dentro da organização é utilizada pelos gestores de maneira estratégica, seja pela adoção de ações, alocação de recursos ou definição de objetivos, metas, processos, procedimentos e desenvolvimento de produtos e serviços, almejando tomadas de decisões assertivas que resultem em desempenho satisfatório. Isso depende dos modelos aplicados ao processo decisório nas organizações.

4.2 Modelos de processo decisório

Choo (2003) ressalta que a tomada de decisão é o resultado de escolhas que resultam em ações; as pessoas para isso se utilizam de um conjunto de crenças em seus processos, e, a partir dessa inter-relação entre suas crenças e informações precisas, seguras e suficientes, formam estruturas maiores de significado, ocorrendo a construção de conhecimento fundamental para as tomadas de decisões.

Podemos observar o exemplo desse modelo no Quadro 10, elaborado por Choo (2003, p. 364).

Quadro 10 - Comparações entre criação de significado, construção do conhecimento e tomada de decisões

Modelo	Processo	Modos	Interações/ Recursos
Criação de Significado	<p>Mudança no ambiente → Interpretação, seleção, retenção → interpretações representadas</p> <p>Olhar para trás: criação de significado retrospectiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Processos orientados por crenças • Processos orientados por ações 	
Construção de conhecimento	<p>Lacuna de conhecimento → Conhecimento tácito, explícito, cultural → Conversão, construção, conexão de conhecimento → Novo conhecimento</p> <p>Observar em muitos níveis Aprender com os indivíduos, grupos, e organizações de vários níveis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conversão do conhecimento • Construção do conhecimento • Conexão do conhecimento 	
Tomada de decisões	<p>Situação de escolha → Alternativas, resultados, Preferências → Regras, rotinas → Decisões</p> <p>Olhar para a frente: visão orientada para o futuro, para os objetivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Racional • Processual • Político • Anárquico 	

Fonte: Choo (2003, p. 364)

A fim de construir conhecimento e aplicá-lo aos processos decisórios para criar vantagem em mercado competitivo, a complexidade da informação está na inserção do conhecimento tácito nesse universo, ou seja, um ou mais indivíduos da organização fornecem suas experiências, crenças, sentimentos, vivências, valores para a definição de inteligência no processo decisório que está muito ligada a noção de processo, conforme segue:

Objetiva agregar valor à informação, fortalecendo seu caráter estratégico, catalisando, assim, o processo de crescimento organizacional. Nesse sentido, a coleta, tratamento, análise e contextualização de informação permitem a geração de produtos de inteligência, que facilitam e otimizam a tomada de decisão no âmbito tático e estratégico (CANONGIA, 1998, p.2-3).

O processo de inteligência organizacional deve seguir sete passos para seu funcionamento contínuo e pode ser sintetizado conforme Borges (1995), a saber:

1. Identificar os "nichos" de inteligência internos e externos à organização;
2. Prospectar, acessar e coletar os dados, informações e conhecimento produzidos internamente e externamente à organização;
3. Selecionar e filtrar os dados, informações e conhecimento relevantes para as pessoas e para a organização;
4. Tratar e agregar valor aos dados, informações e conhecimento mapeados e filtrados, buscando linguagens de interação usuário / sistema;
5. Armazenar através de Tecnologias de Informação os dados, informações e conhecimento tratados, buscando qualidade e segurança;
6. Disseminar e transferir os dados, informações e conhecimento através de serviços e produtos de alto valor agregado para o desenvolvimento competitivo e inteligente das pessoas e da organização;
7. Criar mecanismos de *feedback* da geração de novos dados, informações e conhecimento para a retroalimentação do sistema (BORGES, 1995).

As decisões administrativas, segundo Hein (1972, p.26), "[...] são normalmente aquelas que atingem imediata ou posteriormente os objetivos de uma empresa [...]" e a intimidade da decisão com a organização é bastante estreita pois a organização é um local onde as decisões são frequentemente tomadas sendo aquela que reorganiza o processo que constantemente reorienta seus objetivos. Para Miranda (1999) e Simon (1965) o poder de decisão que, nas organizações, normalmente, se concentra nas mãos de seus gerentes e o objetivo da organização é, indiretamente, um objetivo pessoal de todos os seus participantes diferindo no peso de que cada participante tem no estabelecimento dos objetivos da organização.

No Quadro 11, demonstra-se que este processo, na opinião de Peci e Sobral (2008), necessita ser bem compreendido e ferramentas, métodos e modelos precisam estar disponíveis no momento da tomada de decisão além do saber quais setores/instituições participam dos fluxos informacionais, formais e informais, tanto no ambiente interno quanto externo à organização.

Quadro 11 - Comparação entre decisões programadas e não programadas

	Decisões programadas	Decisões não programadas
Classificação da decisão	Rotineiras Recorrentes Programáveis Genéricas	Singulares Inovadoras Específicas
Natureza da situação	Bem definidas Estruturadas	Ambíguas Desestruturadas
Ambiente de decisão	Condições estáticas Informação confiável e precisa	Condições dinâmicas Pouca informação disponível
Método de decisão	Regras Procedimentos Políticas	Julgamento e princípios do tomador de decisão
Técnicas de apoio à decisão	Modelos matemáticos Planilhas Orçamentos Pesquisa operacional	Sistemas de apoio à decisão corporativa Simulações Análise de cenários Intuição

Fonte: Peci; Sobral (2008)

Outro modelo proposto por Simon (1965) é o desenho ou concepção ocorrendo o desenvolvimento e análise dos possíveis cursos de ação, formulando o problema e constrói e analisa as alternativas disponíveis com base em sua potencial aplicabilidade. Além disso, considera ainda a escolha onde ocorre a fase de seleção da alternativa ou curso de ação entre aquelas que estão disponíveis após a fase de desenho, no qual o gerente ou pessoa responsável pelo processo decisório busca informações para tentar garantir a melhor opção no processo.

Como última proposta do modelo, Simon (1965) relata sobre a dificuldade em processar novas informações porque isso poderá alterar todo o processo.

Por sua vez, Simon (1965, p.41) ainda apresenta que o conhecimento produzido interna e externamente à organização deverá estar atribuído através da obtenção do conhecer profundamente as pessoas chave da organização independentemente de cargos, assim como as pessoas estratégicas fora da organização. Desse modo:

Sugeriu que a tomada de decisões numa organização é limitada pelo princípio da racionalidade limitada: 'A capacidade da mente humana de formular e

solucionar problemas complexos é muito pequena, comparada com o tamanho dos problemas cuja solução requer um comportamento objetivamente racional no mundo real – ou mesmo uma aproximação razoável a essa racionalidade objetiva' [...] Simon identifica três categorias de limites: o indivíduo é limitado por sua capacidade mental, seus hábitos e reflexos; pela extensão do conhecimento e das informações que possui; e por valores e conceitos que podem divergir dos objetivos da organização.

Estas atividades estão relacionadas com o modelo de decisão de Simon (1977), que propõe um modelo dividido em três grandes fases com uma constante revisão entre estas fases através do *feedback* constituindo uma padronização entre as fases que constituem o modelo, podendo acontecer eventos em que fases já vencidas do processo sejam resgatadas através do retorno da informação do evento ocorrido.

As fases relacionadas interpõem a inteligência ou investigação que acontece na exploração do ambiente e é feito o processamento dos dados em busca de indícios que possam identificar os problemas e oportunidades.

Por sua vez, Choo (2003) apresenta modelo para o processo decisório tendo como pressuposto que as decisões resultam da adoção de um determinado curso de ação, e facilitam esta ação na medida em que definem e elaboram propósitos e alocam e autorizam o dispêndio de recursos. Esse autor considera a existência de diferentes modelos para a tomada de decisão nas organizações: o modelo racional, o modelo processual, o modelo político e o modelo anárquico. Uma representação desses modelos e de suas características é apresentada na Figura 9.

Figura 9 - Modelos de tomada de decisões: ambiguidade/conflito sobre objetivos versus incerteza técnica

		AMBIGUIDADE/CONFLITO SOBRE OBJETIVOS	
		Baixa	Alta
INCERTEZA TÉCNICA	Baixa	<p>Modelo Racional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientado para objetivos • Guiado por regras, rotinas e programas de desempenho 	<p>Modelo Político</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos e interesses conflitantes • Certeza sobre abordagens e resultados preferidos
	Alta	<p>Modelo Processual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientado por objetivos • Múltiplas opções e soluções alternativas 	<p>Modelo Anárquico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos são ambíguos • Processo para atingir os objetivos são obscuros

Fonte: Choo (2003, p. 276).

Para Santos (2014) em síntese nossa, a explicação lógica sobre esses modelos envolvem as seguintes reflexões:

- No modelo racional, a tomada de decisões acha-se orientada para objetivos e guiada por problemas, sendo que o comportamento de escolha é regulado por normativas e rotinas, fazendo com que a organização possa agir de uma maneira procedimental e intencionalmente racional.
- No modelo processual, ocorre elucidação das fases e ciclos que dão estrutura às atividades decisórias, consideradas como sendo estratégicas, complexas e dinâmicas,
- O modelo racional é, então, orientado para objetivos e orientado a partir de regras, rotinas e programas de desempenho, sendo utilizado quando a ambiguidade/conflito sobre os objetivos e a incerteza técnica é baixa.
- O modelo processual, que é orientado por objetivos e possui múltiplas opções e soluções alternativas, é utilizado quando a ambiguidade/conflito sobre os objetivos é baixa, mas a incerteza técnica é alta.

- O modelo político possui objetivos e interesses conflitantes e apresenta certeza sobre as abordagens e resultados preferidos, ocorrendo situação de incerteza técnica baixa, mas, a ambiguidade/conflito sobre os objetivos é alta.
- Por último, o modelo anárquico possui objetivos ambíguos e os processos para se atingir os objetivos são obscuros, ocorrendo, entretanto, ambiguidade/conflito sobre os objetivos e incerteza técnica altas.
- Entretanto, ressalta-se que qualquer que seja o modelo utilizado nas organizações pelos seus gestores, tem importância a informação e o conhecimento como elementos críticos de sucesso às decisões tomadas.(SANTOS, 2014).

A inteligência competitiva necessita ter o mapeamento e a prospecção de dados, informações e conhecimento, sendo que, atualmente, os gerentes e pessoas envolvidas nos diversos processos decisórios das organizações necessitam de suporte da tomada de decisão para que aconteça de uma forma mais satisfatória.

Esta relação é tão estreita que é impossível pensar a organização sem considerar a ocorrência constante do processo decisório e são todas essas ações que visam, portanto, criar uma cultura informacional e intelectual na organização visando elaborar produtos e serviços informacionais de qualidade e direcioná-los de forma adequada.

Kendall e Kendall (1991), acreditam que as atividades da empresa, em todos os seus níveis hierárquicos, são essencialmente atividades de tomada de decisão e de resolução de problemas estando sensíveis as necessidades informacionais dos clientes internos e externos, e, finalmente diminuir o stress informacional da organização, percebendo a organização como um sistema em constante mudança.

A questão da racionalidade dentro das organizações é muitas vezes tratada em seus extremos, pois, os gerentes consideram que com um sistema de preferência, onde consegue escolher entre várias alternativas sabendo no que elas consistem, realizando avaliações altamente complexas.

Simon (1965), afirmou que a racionalidade se ocupa da seleção de alternativas que mais se encaixem em algum sistema de valores e a alternativa escolhida normalmente representa apenas a mais adequada entre as disponíveis são, até certo ponto, uma aceitação do razoável, portanto, não representa a intenção de se atingir os objetivos visados em toda a sua plenitude, conhecimento e competência.

Lyles (1999) diferencia dois níveis de aprendizagem como conhecimento tácito, às vezes inconsciente, que se apoia na memória organizacional, resultante de repetições e rotinas; e o conhecimento que pode ser explicado e codificado como o nível mais baixo. O conhecimento de nível mais alto envolve o ajustamento de crenças e normas, o que resulta em novos quadros de referência, novas habilidades, chegando mesmo um momento de desaprender coisas que fizeram sucesso no passado e que hoje não têm mais razão de ser.

Finalizando, a inteligência competitiva, segundo Kendall e Kendall (1999) acha-se ligada ao conceito de processo contínuo, competência e conhecimento e sua maior complexidade está no fato de estabelecer relações e conexões pessoal, interpessoal gerindo informação específica com os objetivos propostos de forma a gerar inteligência para a organização, na medida em que cria estratégias para cenários futuros e possibilita tomadas de decisão de maneira mais segura e assertiva. É nesse cenário que se insere a necessidade e importância da competência em informação e midiática.

4.3 O processo decisório e sua inter-relação com a Competência em informação e midiática

A presença das tecnologias e das mídias nas organizações é hoje tão importante, que é impossível ignorá-la. As demandas do século XXI e as potencialidades de ambas competências para geração de oportunidade de crescimento, compreendendo o desenvolvimento da competência midiática, juntamente com a competência em informação, contribui para que o indivíduo obtenha novos conhecimentos.

A disseminação e intensiva utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC) trouxeram novos desafios aos usuários, delineando novas rotinas e

relacionamentos nos consumidores e produtores de informação. Assim, o indivíduo necessita ser competente no uso da informação e da mídia, competência conhecida como “competência em informação e midiática”. Tecnologias como as redes sem fio, banda larga, e mesmo a banda larga transmitida via energia elétrica, potencializaram a capacidade de penetração e interiorização do desenvolvimento a partir das TIC, constituindo um ambiente propício ao acesso à informação, ao conhecimento e ao aprendizado.

Para a área empresarial, os dados resultantes da pesquisa TIC Empresas 2017, lançados pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, indicam que o uso da Internet por microempresas (1 a 9 pessoas ocupadas) atingiu o patamar de 88%. Ressalta ainda que de 2007 até hoje, houve um crescimento de 19 pontos percentuais; por sua vez, a proporção de microempresas com computador avançou em dez anos para 89%, representando um aumento de 10 pontos percentuais.

A pesquisa TIC Empresas 2017 também revela que a proporção de empresas que possuem perfil nas redes sociais chega a 70%. Das empresas que estão presentes nesse tipo de plataforma on-line, 60% contam com uma área ou pessoa responsável pelo monitoramento das redes sociais e 29% terceirizam esse serviço. Já no que diz respeito ao comércio eletrônico, 66% das empresas declararam que realizam compras on-line, enquanto a venda é realizada por 22% das mesmas. O percentual de empresas que vendem on-line encontra-se num patamar de 10 pontos percentuais superior ao verificado em 2011, quando 12% vendiam pela Internet. Entre as empresas que não venderam on-line, 50% disseram que preferem o modelo comercial atual, enquanto 49% disseram que os produtos da empresa não são adequados para formas de comércio on-line.

O cenário favorável ao crescente acesso e uso às TIC e à mídia no contexto brasileiro é um forte indício da importância e da necessidade da preocupação com a competência em informação e midiática. Daí a importância de se estabelecer a inter-relação conceitual e teórica entre a competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações industriais.

A literatura especializada nos indica um trabalho de pesquisa que abordou a competência em informação e o processo decisório, estabelecendo uma inter-relação

entre ambos no ambiente de uma organização industrial. Trata-se da contribuição de Yafushi (2015) que procurou desenvolver um estudo de caso para analisar a construção de conhecimento no processo decisório, tendo utilizado gestores de uma organização industrial, sendo que dentre o resultados de importância para esta dissertação compreendem observar que além da elaboração de referencial teórico de apoio ao desenvolvimento do estudo de caso, a realização da pesquisa/revisão bibliográfica permitiu a construção de inter-relação conceitual entre o processo decisório e a competência em informação, utilizando-se do aporte da abordagem da teoria do conceito de Dahlberg (1978) e dos padrões básicos e/ou indicadores de performance sobre competência em informação elaborados por Belluzzo (2007). Isso trouxe consigo uma contribuição à melhor compreensão da inter-relação entre a competência em informação e os processos decisórios nas organizações mediante articulações entre os padrões e indicadores de CoInfo (BELLUZZO, 2007) e as diferentes abordagens que nortearam as dimensões dos processos decisórios, destacando-se autores, tais como: (CHOO, 2003; BELLUZZO, 2005, 2006, 2007, 2010; LIMA, 2011; PEREIRA, 2010; VALENTIM, 2008, 2010; PERDIGÃO et al. 2012; CHIAVENATO, 2010; ANGELONI, 2003; OLIVEIRA, 2000; FERES; BELLUZZO, 2009; SCHIEN, 2007; CAVALCANTI, 2014; TORRES JÚNIOR; MOURA, 2011; MAXIMINIANO, 2009; CARVALHO, 1995; TEODÓSIO, SILVA; RODRIGUES, 2009; ROBBINS, 2005), sob a ótica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009).

Considerando esses resultados, entendeu-se ser oportuno efetuar uma atualização e adaptação de Yafushi (2015) ao contexto deste trabalho, resultando o que segue nos Quadros 12, 13 e 14 para demonstrar a inter-relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações industriais, acrescentando-se os indicadores e as dimensões de Ferrés e Piscitelli (2015) e Di Croce (2009) voltados à competência midiática. Ressalta-se que para a desses quadros foi utilizada a abordagem de Dahlberg (1978) sobre a teoria do conceito, com apoio do método analítico-sintético. Considerou-se, desse modo, que “[...] o conceito é constituído de elementos que se articulam numa unidade estruturada” (DAHLBERG, 1978, p. 102). Além disso, “[...] a formação de conceitos é uma reunião e compilação de enunciados verdadeiros a respeito de determinado objeto, fixada por símbolo

linguístico”. Trata-se de uma percepção ou construção de conhecimento sobre uma realidade em três dimensões: referente, termo e as características. O conceito procura oferecer uma generalização, correspondendo a categorias gerais que definem classes de objetos e de fenômenos dados ou construídos, sendo o seu objetivo sintetizar o aspecto essencial as características comuns entre si.

Quadro 12 - Inter-relação entre padrões e indicadores de Colinfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Necessidade de Informação” (CHOO, 2003)

<p>DIMENSÕES DO PROCESSO DECISÓRIO/ELEMENTOS</p> <p>Referem-se ao conjunto de elementos que impactam no processo decisório (competências individuais, estrutura organizacional, fluxo de informações, gerenciamento de recursos tecnológicos, comunicacionais, financeiros, além de processos, produtos, serviços e pessoas, identificação, determinação de análise minuciosa de problemas, seleção e compreensão de informações para a criação de conhecimento) gerando alternativas com soluções racionais, lógicas, estruturadas e efetivas.</p>	<p>COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO - CATEGORIA- “NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO”</p> <p>Refere-se ao reconhecimento da informação como necessária ou indispensável e essencial para o processo decisório, desde o diagnóstico, seleção, análise, avaliação e implementação de ações em contextos organizacionais.</p>	<p>COMPETÊNCIA MIDIÁTICA – CATEGORIA- “NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO”</p> <p>Refere-se ao reconhecimento da informação, da mídia e tecnologia como necessárias ou indispensáveis e essenciais para o processo decisório, desde o diagnóstico, seleção, análise, avaliação e implementação de ações em contextos organizacionais.</p>	<p>DIMENSÕES E INDICADORES DE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA- CATEGORIA – “NECESSIDADE DA INFORMAÇÃO</p> <p>Referem-se ao desempenho e comportamentos desejáveis. Envolve o âmbito de participação das pessoas que recebem mensagens e interagem com elas (âmbito de análise) e das pessoas que produzem mensagens (âmbito de expressão), o que tem propiciado a cada momento a consolidação necessária para a essa competência como uma área de importância no cenário social atual.</p>
<p>1 - Tomada de decisões</p> <p>Efeitos de escolhas racionais, flexíveis, adaptáveis, éticas e estratégicas, implementadas na organização, decorrentes da avaliação dos gestores de forma responsável a melhor alternativa em âmbito das rotinas, processos, recursos, normas, valores e informações confiáveis, direcionando os objetivos para curto, médio e longo prazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar a estrutura e os limites do problema, incluindo informações sobre o contexto ou distintos contextos e cenários possíveis. • Esclarecer preferências, estabelecendo critérios para efetuar escolhas sobre as alternativas que combinem recursos e caminhos de ação com base nas informações referentes ao foco de atenção. • Sistematização da informação sobre as alternativas, resultados e preferências, construindo conhecimento que permita ir para o nível 2 - Busca da Informação. 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica a informação necessária e a modifica para concluir o foco sob controle. • Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <p>Obedece às políticas</p>	<p>1 - Dimensão - Liguagem</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem. • Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados.

		<p>institucionais de acesso às fontes de informação. Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor. <p>2 - Dimensão – Tecnologia</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão. • Capacidade de estabelecer relações entre textos – intertextualidade -, códigos e mídias, elaborando conhecimentos abertos, sistematizados e inter-relacionados. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidade de modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.
<p>2 - Necessidades Cognitivas</p> <p>Referem-se ao quadro de referências, formado por experiências anteriores, conhecimentos prévios e significados interiorizados a partir de observações próprias da realidade, além da influência de um contexto sociocultural, permitindo produzir sentido através de um processo lógico de percepção, compreensão, seleção, análise e interpretação da realidade e do mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fases do processo decisório: inteligência, criação, teorias e revisão das informações sistematizadas a fim de processar a informação adequadamente, formar opinião e agir. • Identificação e desenvolvimento das necessidades a partir de significados produzidos mediante processo lógico de percepção, compreensão, seleção, análise e interpretação das alternativas identificadas em contraponto à realidade. 	<p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras. ✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a informação necessária. <p>Padrão 4 – A pessoa competente</p>	<p>5 Dimensão – Ideologia e valores</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de descobrir o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, frequentemente em relação às comunicações inadvertidas. • Capacidade de avaliar a confiabilidade das fontes de informação, extraindo conclusões críticas, tanto do que se diz, quanto do que se omite. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de elaborar produtos e modificar os

		<p>em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apresenta a capacidade de ser capaz de sintetizar a informação para desenvolver ou completar um projeto. ✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas. 	<p>existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de aproveitar as ferramentas do novo ambiente comunicativo para se comprometer como cidadão ou cidadã de modo responsável na cultura e na sociedade.
<p>3 - Reações Emocionais</p> <p>Referem-se às emoções que canalizam a atenção para determinados tipos de informação, destacando opiniões, gostos ou aversões, revelando dúvidas e incertezas, motivando o esforço, dentre outros fatores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estresse devido à complexidade e quantidade de informações, ao risco, aos múltiplos interesses e aspirações. • Fatores emocionais na formulação do problema constituídos a partir de incertezas, gaps de conhecimento, crenças e percepções inconscientes. 	<p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade, retrabalhando e melhorando a estratégia de busca.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avalia a qualidade, quantidade e relevância dos resultados para determinar sistemas alternativos em relação à informação necessária. ✓ Identifica lacunas na informação necessária e revisa estratégias de busca e procura obter mais informação. 	<p>3 - Dimensão - Processos de interação</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de seleção, revisão e auto avaliação do próprio consumo midiático, de acordo com critérios conscientes e racionais. • Conhecimento da importância do contexto nos processos de interação. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de executar um trabalho colaborativo mediante a conectividade e a criação de plataformas que facilitam as redes sociais. • Capacidade de interagir com pessoas e coletivos diversos em ambientes cada vez mais plurais e multiculturais.
<p>4 - Dimensões situacionais</p> <p>Referem-se aos elementos que afetam o fluxo e o uso das informações que chegam, saem ou circulam no interior de qualquer organização e que determinam os critérios pelos quais o valor das informações é julgado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Decisões programadas, consideradas como sendo repetitivas, rotineiras e estruturadas- tomadas automaticamente – sendo previsíveis e incorporadas em sistemas da informação e as Decisões não programadas, não dispendo de soluções automáticas, pois são desestruturadas, dependo da solução do decisor e sua capacidade de julgamento, intuição e criatividade. Dependem do reconhecimento da necessidade e do acesso à informação. 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica a informação necessária e a modifica para concluir o foco sob controle. ✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com</p>	<p>4 - Dimensão - Processos de produção e difusão</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento das diferenças básicas entre as produções individuais e coletivas, populares e corporativas, e no caso da última, de titularidade pública ou privada. • Conhecimento dos fatores que convertem as produções corporativas em mensagens submetidas às condições socioeconômicas de toda uma indústria.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tática para elaborar problemas, dependendo das informações dos grupos de pessoas, das dimensões do problema, do ambiente de trabalho e dos pressupostos para a solução de problemas. 	<p>efetividade, retrainhando e melhorando a estratégia de busca.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avalia a qualidade, quantidade e relevância dos resultados para determinar sistemas alternativos em relação à informação necessária. Identifica lacunas na informação necessária e revisa estratégias de busca e procura obter mais informação. Busca a informação via eletrônica ou com pessoas utilizando uma variedade de métodos. <p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras. Compara o novo conhecimento com o anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a informação necessária. ✓ Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes. <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apresenta a capacidade de ser capaz de sintetizar a informação para desenvolver ou completar um projeto. ✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas. <p>Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômica, legais e sociais da ambiência, do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumpre as leis, regulamentos, políticas institucionais e 	<p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento das fases dos processos de produção e da infraestrutura necessária para produções de caráter pessoal, coletivo ou corporativo. • Capacidade de trabalhar de maneira colaborativa na elaboração de produtos multimídia ou multimodais
--	--	---	--

		<p>normas relacionadas ao acesso e uso da informação necessária.</p> <p>✓ Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação.</p> <p>✓ Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis.</p>	
--	--	--	--

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Quadro 13 - Inter-relação entre padrões e indicadores de ColInfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Busca da Informação” (CHOO, 2003)

<p>DIMENSÕES DO PROCESSO DECISÓRIO/ELEMENTOS</p> <p>Referem-se ao conjunto de elementos que impactam no processo decisório (competências individuais, estrutura organizacional, fluxo de informações, gerenciamento de recursos tecnológicos, comunicacionais, financeiros, além de processos, produtos, serviços e pessoas, identificação, determinação de análise minuciosa de problemas, seleção e compreensão de informações para a criação de conhecimento) gerando alternativas com soluções racionais, lógicas, estruturadas e efetivas.</p>	<p>Nível 2 - “Busca de informação”</p> <p>Refere-se ao processo dinâmico ou atividade de pesquisa em estágios conhecidos como: iniciação, seleção, exploração, formulação, sistematização e apresentação a fim de identificar e obter a informação necessária ou indispensável e essencial para o processo decisório desde o diagnóstico, seleção, análise, avaliação e implementação de ações em contextos organizacionais.</p>	<p>Padrões e indicadores de ColInfo inter-relacionados com os elementos do processo decisório e o Nível 2 “Busca de Informação”</p> <p>Referem-se aos parâmetros que identificam principais habilidades a serem desenvolvidas para o acesso, a busca e o uso da informação de forma inteligente e sua aplicação à solução de problemas de forma racional, lógica, estruturada e efetiva.</p>	<p>DIMENSÕES E INDICADORES DE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA- CATEGORIA – “BUSCA DA INFORMAÇÃO</p> <p>Referem-se ao o poder da mídia se beneficia da transparência que caracteriza os novos sistemas de representação, causando confusão entre representação e realidade. A competência midiática confronta, portanto, essa complexidade, combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica, envolvendo conjuntos de elementos que buscam a informação.</p>
<p>Tomada de decisões</p> <p>Efeitos de escolhas racionais, flexíveis, adaptáveis, éticas e estratégicas, implementadas na organização, decorrentes da avaliação dos gestores de forma responsável a melhor alternativa em âmbito das rotinas, processos, recursos, normas, valores e informações confiáveis, direcionando os objetivos para curto, médio e longo prazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Guiada por princípios heurísticos e hábitos, a busca ocorre em ciclos recorrentes, interagindo sem ordem predeterminada e de forma dinâmica com os elementos cognitivos, emocionais e situacionais do ambiente, dependendo da percepção dos indivíduos sobre o papel da informação e os critérios que utilizam para julgar uma informação válida (útil) ou não. • Busca motivada por problemas, isto porque para transpor a lacuna identificada no nível 1 – Necessidade da informação, o indivíduo se utiliza de algum tipo de ‘ponte’, que corresponde às 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação</p> <p>✓ Usa fontes de informação gerais ou específicas para aumentar o seu conhecimento.</p> <p>✓ Identifica uma variedade de tipos e formatos de fontes de informação potenciais.</p> <p>✓ Identifica o propósito e o tipo de informação a que se destinam as fontes.</p> <p>✓ Modifica a informação necessária para concluir o foco</p>	<p>1– Dimensão Linguagem</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão. • Capacidade de estabelecer relações entre textos – intertextualidade -, códigos e mídias, elaborando conhecimentos abertos, sistematizados e inter-relacionados. <p>b) Âmbito da expressão</p>

	<p>estratégias utilizadas para superá-la e que representam o processo de busca de informação, promovendo uma mudança no seu estado de conhecimento para atender à solução de problemas no processo decisório.</p> <ul style="list-style-type: none"> Os critérios para uma solução satisfatória envolvem a escolha de fatores como mudanças ambientais, experiência, conhecimento, interesse, avaliação da informação, requisitos do problema, tempo para solução, relevância da informação recuperada, dentre outros. 	<p>sob controle.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Determina a disponibilidade da informação necessária e toma decisões sobre as estratégias de busca. ✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Seleciona os métodos mais apropriados de busca e/ou sistemas de recuperação da informação para acessar a informação necessária. ✓ Identifica os tipos de informação contidos em fontes impressas e eletrônicas. ✓ Constrói e implementa estratégias de busca delineadas com efetividade. ✓ Busca a informação via eletrônica ou com pessoas utilizando uma variedade de métodos. ✓ Avalia a quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidade de modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.
<p>Necessidades Cognitivas Referem-se ao quadro de referências, formado por experiências anteriores, conhecimentos prévios e significados interiorizados a partir de observações próprias da realidade, além da influência de um contexto sociocultural, permitindo produzir sentido através de um processo lógico de percepção, compreensão, seleção, análise e interpretação da realidade e do mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Múltiplas regras são necessárias para o gerenciamento das decisões, considerando-se a existência de situações de natureza cognitiva e que envolvem a busca da informação: 'gap' de conhecimento; pensamentos vagos e ambíguos centrados no problema geral ou área de incerteza e relacionados com experiências passadas. Além disso, outros fatores desse teor também são relevantes: escolha de um tema com probabilidade de sucesso e capaz de satisfazer critérios de interesse pessoal, informação 	<p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Demonstra conhecimento da maior parte das ideias da informação obtida. ✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras. ✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a 	<p>2 - Dimensão - Tecnologia</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> Habilidade para interagir de maneira significativa com meios que permitem expandir as capacidades mentais. Capacidade de manusear as inovações tecnológicas tornando possível uma comunicação multimodal e multimídia. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidade de adaptar as ferramentas tecnológicas aos objetivos comunicativos almejados. Capacidade de elaborar e manipular imagens e sons a

	<p>disponível e tempo alocado e mais direcionados, com foco no problema, envolvendo a identificação e seleção de ideias e o término da busca com um entendimento personalizado sobre o problema investigado e sua solução.</p> <p>✓ Alta velocidade na tomada de decisões tendo como elementos de influência no processo decisório: tempo, custo, qualidade, urgência na resolução do problema, importância estratégica, prevenção de riscos, impacto na receita, satisfação de cliente, melhoria do clima organizacional, aderência aos valores da organização, alinhamento aos objetivos de desempenho, atender as exigências legais, assegurar cumprimento de normatização, eficiência e eficácia, além de outros.</p>	<p>informação necessária.</p> <p>✓ Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes, avaliando as contradições.</p> <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado.</p> <p>✓ Apresenta a capacidade de síntese da informação para desenvolver ou completar um projeto.</p> <p>✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas.</p> <p>✓ Utiliza adequadamente as normas de documentação e o formato e estilo apropriados.</p> <p>Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente.</p> <p>✓ Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação, preserva a integridade das fontes, equipamentos, sistemas e instrumentos disponibilizados para o acesso e uso da informação.</p> <p>✓ Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis.</p>	<p>partir do conhecimento de como se constroem as representações da realidade</p>
<p>Reações Emocionais Referem-se às emoções que canalizam a atenção para determinados tipos de informação, destacando opiniões, gostos ou aversões, revelando dúvidas e incertezas, motivando o esforço, dentre outros fatores.</p>	<p>✓ Estresse devido à complexidade e quantidade de informações, ao risco, aos múltiplos interesses e aspirações.</p> <p>✓ Fatores emocionais na formulação do problema constituídos a partir de incertezas, gaps de</p>	<p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade, retraindo e melhorando a estratégia de busca.</p> <p>✓ Avalia a qualidade, quantidade e relevância dos resultados para determinar</p>	<p>5 - Dimensão – Ideologia e valores</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de analisar as identidades virtuais individuais e coletivas e de detectar os estereótipos, sobretudo de gênero, raça, etnia, classe

	<p>conhecimento, crenças e percepções inconscientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ A confusão, incerteza e dúvida podem aumentar durante a busca da informação, havendo dois tipos de incerteza: conceitual e quanto ao processo de recuperação da informação (interação usuário e fonte de informação.); frustração e inadequação (caso a fonte de informação não tenha atendido). ✓ Alívio, realização e satisfação (caso a busca tenha atendido); ✓ Desapontamento (caso a busca não tenha atendido) 	<p>sistemas alternativos em relação à informação necessária.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica lacunas na informação necessária e revisa estratégias de busca e procura obter mais informação. ✓ Utiliza a autoajuda dos sistemas de recuperação da informação e outros meios para melhorar os resultados da busca. 	<p>social, religião, cultura, deficiência, etc., analisando suas causas e consequências.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de gerir as próprias emoções na interação com as telas, em função da ideologia e valores que são transmitidos nelas. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de aproveitar as novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos, como uma atitude de compromisso social e cultural.
<p>Dimensões situacionais Referem-se aos elementos que afetam o fluxo e o uso das informações que chegam, saem ou circulam no interior de qualquer organização e que determinam os critérios pelos quais o valor das informações é julgado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dependendo do tipo de processo decisório: (esporádico, fluido ou reprimido) há necessidade de requisitos, normas e expectativas inerentes ao trabalho do usuário e aos contextos organizacionais nos quais transita: os grupos de pessoas, as dimensões do problema, o ambiente de trabalho e os pressupostos para a solução de problemas. ✓ Estrutura, incentivos e acesso à informação, constituídos pelas características físicas e sociais da organização ou setor no qual um grupo trabalha e que influenciam suas atitudes quanto à informação, seus tipos, estruturas requeridas, seu fluxo e sua disponibilidade de acesso, busca e uso no processo decisório. 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica a informação necessária e a modifica para concluir o foco sob controle. ✓ Considera os custos e benefícios da aquisição da informação necessária. ✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade, retrabalhando e melhorando a estratégia de busca.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avalia a qualidade, quantidade e relevância dos resultados para determinar sistemas alternativos em relação à informação necessária. ✓ Identifica lacunas na informação necessária e revisa estratégias de busca para obter mais informação. 	<p>6 - Dimensão – Estética</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica. • Sensibilidade para reconhecer uma produção midiática que não se adequa às exigências mínimas de qualidade estética. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade.

		<p>✓ Busca a informação via eletrônica ou com pessoas utilizando uma variedade de métodos.</p> <p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias.</p> <p>✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras. ✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a informação necessária. ✓ Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes.</p> <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado.</p> <p>✓ Apresenta a capacidade de síntese da informação para desenvolver ou completar um projeto. ✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas. ✓ Utiliza adequadamente as normas de documentação e o formato e estilo apropriados sendo capaz de sintetizar a informação para desenvolver ou completar um projeto.</p> <p>Padrão 5 – A pessoa competente</p>	<p>• Capacidade de se apropriar e de transformar produções artísticas, potencializando a criatividade, a inovação, a experimentação e a sensibilidade estética.</p>
--	--	--	---

		<p>em informação compreende as questões econômica, legais e sociais da ambiência, do uso da informação e a acessa e usa a informação ética e legalmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumpre as leis, regulamentos, políticas institucionais e normas relacionadas ao acesso e uso da informação necessária. ✓ Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação. ✓ Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis. 	
--	--	---	--

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Quadro 14 - Inter-relação entre padrões e indicadores de Colnfo (BELLUZZO, 2007, YAFUSHI, 2015) e da competência midiática (FERRÈS; PISCITELLI (2015) e de abordagens conceituais de processos decisórios referente à categoria: “Uso da Informação” (CHOO, 2003)

<p>DIMENSÕES DO PROCESSO DECISÓRIO/ELEMENTOS Referem-se ao conjunto de elementos que impactam no processo decisório (competências individuais, estrutura organizacional, fluxo de informações, gerenciamento de recursos tecnológicos, comunicacionais, financeiros, além de processos, produtos, serviços e pessoas, identificação, determinação de análise minuciosa de problemas, seleção e compreensão de informações para a criação de conhecimento gerando alternativas com soluções racionais, lógicas, estruturadas e efetivas.</p>	<p>Nível 3 - “Uso da informação” Refere-se ao processo situacional dado à informação, envolvendo o meio social e/ou profissional do indivíduo, os tipos de problemas enfrentados e o modo de resolvê-los mediante a combinação e o estabelecimento de um contexto ‘adequado’ para o uso da informação, estabelecendo regras e normas que moldam os comportamentos, através dos quais a informação tornar-se-á útil.</p>	<p>Padrões e indicadores de Colnfo inter-relacionados com os elementos do processo decisório e o Nível 3 “Uso da Informação” Referem-se aos parâmetros que identificam principais habilidades a serem desenvolvidas para o acesso, a busca e o uso da informação de forma inteligente e sua aplicação à solução de problemas de forma racional, lógica, estruturada e efetiva.</p>	<p>DIMENSÕES E INDICADORES DE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA-CATEGORIA – “USO DA INFORMAÇÃO Referem-se ao fluxo de informações, a informação convertida em conhecimento pode ser considerada um elemento para a eficiência e redução nos prazos de respostas e consequentemente aumento do fluxo de informações. Desse modo, as organizações e seus colaboradores devem transformar a informação em conhecimento e aplicá-lo com facilidade por meio da gestão dos processos midiáticos que dá conta das interfaces da comunicação.</p>
<p>Tomada de decisões Efeitos de escolhas racionais, flexíveis, adaptáveis, éticas e estratégicas, implementadas na organização, decorrentes da avaliação dos gestores de forma responsável a melhor alternativa em âmbito das rotinas, processos, recursos, normas,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A preocupação com as limitações no processamento da informação é importante porque o ambiente organizacional utiliza da informação estruturada para o processo decisório estratégico com o fim de minimizar as incertezas ambientais e 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formula questões 	<p>1 - Dimensão – Linguagem a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de analisar e avaliar as mensagens a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato.

<p>valores e informações confiáveis, direcionando os objetivos para curto, médio e longo prazo.</p>	<p>identificar soluções de problemas e novas oportunidades de negócio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • O uso da informação para o processo de tomada de decisão deve ser estruturado por rotinas e regras, além da realização de monitoramento sistemático de informações, realizado pela sondagem permanente dos ambientes internos e externos. • Muitos problemas competem por atenção, o que exige da alta administração uma análise sistemática de informações que envolva a escolha de alternativas que estejam melhor alinhadas ao negócio da organização e a obtenção de resultados que superem significativamente os padrões de desempenho necessários 	<p>apropriadas baseado na informação necessária obtida.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Modifica a informação necessária para concluir o foco sob controle. ✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Extrai, registra e gerencia a informação e suas fontes. Avalia a quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca. ✓ Identifica lacunas na informação necessária obtida. ✓ Demonstra compreender como organizar e tratar a informação obtida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor. • Capacidade de modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.
<p>Necessidades Cognitivas Referem-se ao quadro de referências, formado por experiências anteriores, conhecimentos prévios e significados interiorizados a partir de observações próprias da realidade, além da influência de um contexto sociocultural, permitindo produzir sentido através de um processo lógico de percepção, compreensão, seleção, análise e interpretação da realidade e do mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Simplificação e tendências cognitivas, compreendendo o modo como o usuário percebe seus vazios cognitivos e como deseja informações que o ajudem a resolver a situação-problema. • Processamento seletivo da informação é outro aspecto de importância, envolvendo a localização da informação relevante para o tema geral de interesse do processo decisório, ler para se tornar informado e relacionar a nova informação ao conhecimento prévio. 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formula questões apropriadas baseado na informação necessária obtida. ✓ Modifica a informação necessária para concluir o foco sob controle. ✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado. <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Extrai, registra e gerencia a informação e suas fontes. ✓ Avalia a quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca. ✓ Identifica lacunas na informação necessária obtida. 	<p>3 - Dimensão - Tecnologia</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compreensão sobre o papel que a tecnologia da informação e da comunicação desempenha na sociedade e os seus possíveis efeitos. • Capacidade de se desenvolver com eficácia nos ambientes hipermediáticos, transmediáticos e multimodais. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de manusear com correção ferramentas em um ambiente multimidiático e multimodal.

		<p>✓ Demonstra compreender como organizar e tratar a informação obtida.</p> <p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias.</p> <p>✓ Demonstra conhecimento da maior parte das ideias da informação obtida.</p> <p>✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras.</p> <p>✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a informação necessária.</p> <p>✓ Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes, avaliando as contradições.</p> <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado.</p> <p>✓ Apresenta a capacidade de síntese da informação para o processo decisório.</p> <p>✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas.</p> <p>✓ Utiliza adequadamente as normas de documentação e o formato e estilo apropriados.</p> <p>Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente.</p>	
--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação, preserva a integridade das fontes, equipamentos, sistemas e instrumentos disponibilizados para o acesso e uso da informação. ✓ Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis. 	
<p>Reações Emocionais Referem-se às emoções que canalizam a atenção para determinados tipos de informação, destacando opiniões, gostos ou aversões, revelando dúvidas e incertezas, motivando o esforço, dentre outros fatores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pressão para aderir ao pensamento do grupo, considerando que a predominância é o sentimento de lealdade, quase incondicional e decorre de um modo de pensar que se torna habitual quando as pessoas se sentem profundamente envolvidas com um grupo coeso, cuja marca é a busca de unanimidade, desprezando quaisquer motivações para apreciar visões alternativas. Entretanto, isso impacta o processamento interno das demandas e das influências externas que se diferenciam, de pessoa para pessoa, em razão de sua história individual quanto ao projeto profissional e ao estilo de vida, constituindo-se em mapas mentais que se originam na família, nos grupos de convivência, nas múltiplas experiências e nos valores mais centrais na formação de cada indivíduo e que orientam e configuram as atitudes, pensamentos e ações no processo decisório. • Excesso de compromisso em situações de crescimento, envolvendo tempo de atraso, grau de impacto positivo ou negativo no processo decisório, além do tempo que para cumprir com 	<p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Examina e compara a informação de várias fontes para avaliar sua confiabilidade, validade, precisão, autoridade, atualidade e ponto de vista ou tendências. ✓ Analisa a lógica da argumentação da informação obtida. ✓ Demonstra compreensão da necessidade de verificar a precisão e completeza de dados ou fatos. ✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outra da informação em uso. <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apresenta a capacidade de síntese da informação para o processo decisório. ✓ Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas. 	<p>3 - Dimensão – Processos de interação</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de discernir porque determinados meios, produtos ou conteúdos são apreciados. Porque estes têm êxito, individual ou coletivamente: quais as necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural, etc. • Capacidade de avaliar os efeitos cognitivos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas. • Capacidade de discernir e gerir as dissociações que por vezes são produzidas entre sensação e opinião, entre emotividade e racionalidade. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento das possibilidades legais de reclamação diante do descumprimento das normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações. • Atitude ativa na interação com as telas, entendida como oportunidade para construir uma cidadania mais plena, um desenvolvimento integral, para

	as atividades priorizadas.	<p>✓ Utiliza adequadamente as normas de documentação e o formato e estilo apropriados.</p> <p>Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente</p> <p>✓ Demonstra compreensão acerca das questões legais, éticas e socioeconômicas que envolvem a informação, a comunicação e a tecnologia.</p>	transformar o indivíduo e o seu entorno.
<p>Dimensões situacionais</p> <p>Referem-se aos elementos que afetam o fluxo e o uso das informações que chegam, saem ou circulam no interior de qualquer organização e que determinam os critérios pelos quais o valor das informações é julgado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regras para lidar com a informação: regras de percurso e regras de filtragem, que existem nos ambientes de trabalho e que dependem das características físicas e sociais da organização ou setor no qual um grupo trabalha e que influenciam suas atitudes quanto à informação, seus tipos, estruturas requeridas, seu fluxo e sua disponibilidade • A absorção da incerteza é outro elemento importante a ser considerado, isto porque a incerteza em ambiente de negócio envolve três dimensões: capacidade, volatilidade e complexidade, as quais caracterizam o ambiente de toda organização e influenciam diretamente no processo das tomadas de decisão. Há necessidade de informações técnicas, operacionais e de processos para verificação de 'gargalos' e esclarecimento de dúvidas com vistas à melhoria do processo decisório. 	<p>Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação, definindo e reconhecendo a necessidade de informação.</p> <p>✓ Identifica a informação necessária e a modifica para concluir o foco sob controle.</p> <p>✓ Usa fontes de informação gerais ou específicas para aumentar o seu conhecimento.</p> <p>✓ Considera os custos e benefícios da aquisição da informação necessária.</p> <p>✓ Determina um planejamento exequível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária.</p> <p>Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade, retraindo e melhorando a estratégia de busca</p> <p>✓ Avalia a qualidade, quantidade e relevância dos resultados para determinar sistemas alternativos em relação à informação necessária.</p> <p>✓ Identifica lacunas na informação necessária e revisa</p>	<p>4 – Dimensão – Processos de produção e difusão</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimentos básicos sobre os sistemas de produção, as técnicas de programação e os mecanismos de difusão. • Conhecimento dos códigos de regulação e de auto regulação que amparam, protegem e exigem dos distintos atores sociais, e dos coletivos e associações que velam pelo seu cumprimento, bem como uma atitude ativa e responsável perante eles. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de selecionar mensagens significativas, apropriar-se delas e transformá-las para produzir novos significados. • Capacidade de compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas. • Capacidade de manejar a própria identidade online/off-line e ter uma atitude responsável diante do controle de dados privados, próprios ou de outros. • Capacidade de gerir o conceito

		<p>estratégias de busca para obter mais informação.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Busca a informação via eletrônica ou com pessoas utilizando uma variedade de métodos. <p>Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes, demonstrando conhecimento da maior parte das ideias contidas nas informações necessárias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reformula conceitos com suas próprias palavras. ✓ Compara o novo conhecimento com o conhecimento anterior para determinar o valor agregado, contradições ou outras características que envolvem a informação necessária. ✓ Articula e aplica critérios de avaliação para a informação e as fontes. ✓ Analisa a lógica da argumentação da informação obtida. <p>Padrão 4 – A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/ obter um resultado</p> <p>Apresenta a capacidade síntese da informação para desenvolver o processo decisório.</p> <p>Organiza a informação utilizando esquemas ou estruturas diversas.</p> <p>Utiliza adequadamente as normas de documentação e o formato e estilo apropriados.</p> <p>Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômica, legais e sociais da ambiência, do uso da informação e a acessa e usa a informação ética e legalmente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumpre as leis, regulamentos, políticas institucionais e normas relacionadas ao acesso e uso 	<p>de autoria, individual ou coletiva; ter uma atitude responsável diante dos direitos de propriedade intelectual e habilidade para aproveitar-se de recursos como o “Creative Commons”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de criar redes de colaboração e retroalimentá-las e ter uma atitude comprometida em relação a elas. <p>5 – Dimensão Ideologia e valores</p> <p>a) Âmbito da análise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidade de buscar, organizar, contrastar, priorizar e sintetizar informações procedentes de distintos sistemas e diferentes contextos. • Capacidade de detectar as intenções ou interesses subjacentes, tanto nas produções corporativas quanto nas populares, assim como sua ideologia e valores, explícitos ou latentes, adotando uma atitude crítica em relação a eles. • Atitude ética na hora de baixar produtos úteis para consulta, documentação ou visualização de entretenimento. <p>b) Âmbito da expressão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas. • Capacidade de aproveitar as ferramentas do novo ambiente comunicativo para se comprometer como cidadão ou cidadã de modo responsável na cultura e na sociedade.
--	--	--	---

		da informação necessária. ✓ Obedece às políticas institucionais de acesso às fontes de informação. ✓ Demonstra compreensão das normas de documentação aplicáveis.	
--	--	---	--

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

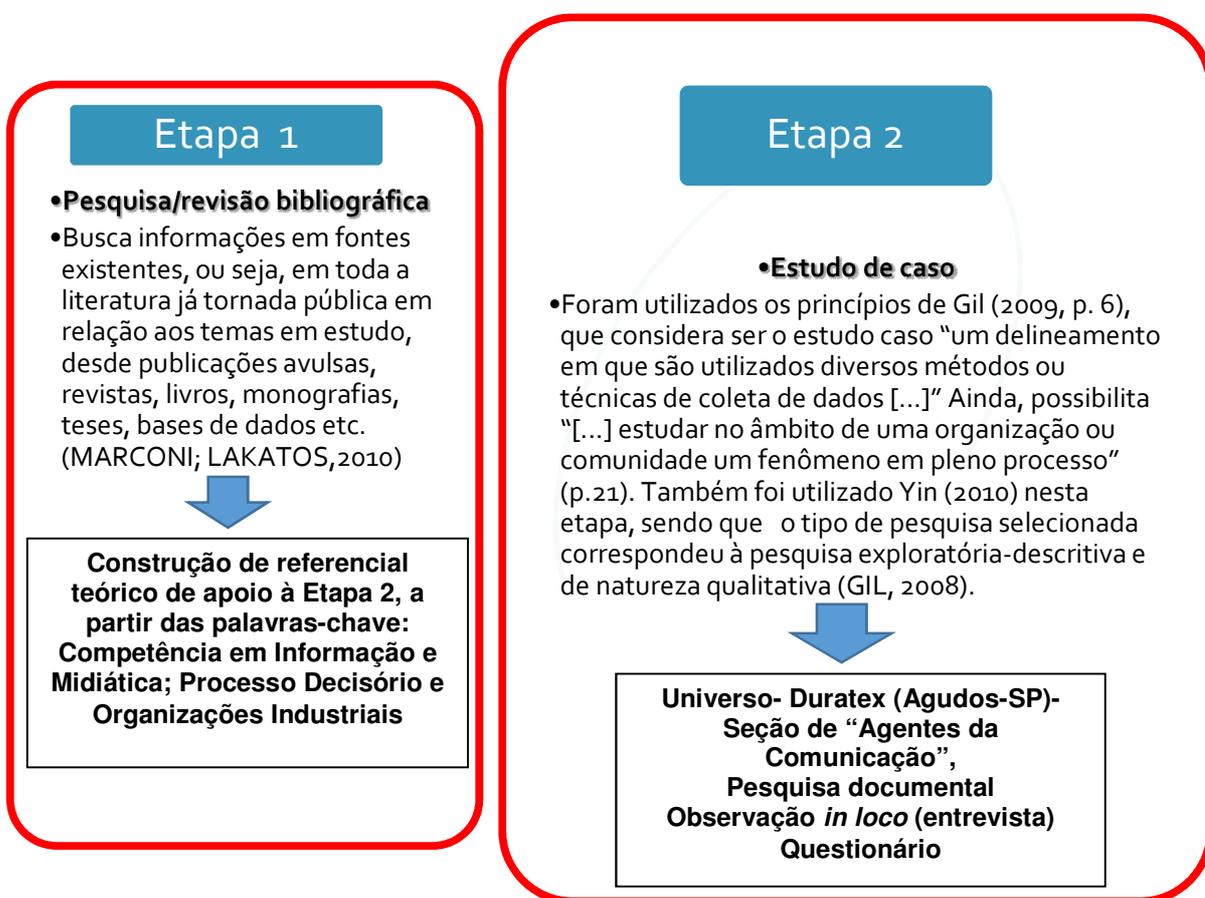
Considera-se, em síntese, a exemplo do que mencionou Yafushi (2015) que o domínio da informação no ambiente organizacional é a base nas interações, troca de informações, compartilhamento do conhecimento e criação de novos conhecimentos; o que pode ser estendido à questão de ser competente em mídia e tecnologia, conforme se observa nos quadros 12, 13 e 14, respectivamente. Trata-se de um processo que envolve a pessoa antes de ela ser um profissional do mercado, porque vai abranger suas crenças, valores, experiências, capacidade intelectual, cognitiva, técnica, profissional e aprendizagem no decorrer da vida em seu contexto cultural e organizacional; é uma integração de conhecimento tácito e explícito essa apropriação de vários elementos ilimitados que constituirão em uma modelagem do ser, ou especificamente gerar este novo ser “competente em informação e em “mídia e tecnologia” capaz de tomar decisões lógicas, racionais e flexíveis, que consegue avaliar, comparar, refletir, compreender e visualizar as várias implicações positivas e negativas e seus impactos projetados em ações presentes e futuras, no tocante ao que preconizam os padrões e indicadores de competência em informação (BELLUZZO, 2007), além das dimensões recomendadas por Choo (2003); Ferrés e Picitelli (2015) e Di Croce (2009). Essas pessoas são motivadas a tomar para si a responsabilidade de se tornarem profissionais com liderança em busca do desenvolvimento e aprendizagem de si e de toda a equipe, criando conhecimento e transformando seu meio e sua organização, o que também se busca encontrar no ambiente industrial.

Face ao exposto, tendo como base o referencial teórico de apoio e a contextualização havida, entendeu-se ser necessário efetuar um estudo de caso junto a uma realidade organizacional industrial no tocante à presença da inter-relação entre a competência em informação e midiática e o processo decisório, sendo o objeto de atenção a seguir com a descrição dos procedimentos metodológicos desenvolvidos.

5 METODOLOGIA DO TRABALHO

Para a realização da metodologia deste trabalho optou-se em desenvolvê-la em duas etapas, conforme se demonstra na Figura 10.

Figura 10 - Etapas do desenvolvimento da pesquisa



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

5.1 Pesquisa/revisão bibliográfica

Como primeira etapa metodológica, foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica de natureza exploratória e descritiva. A pesquisa bibliográfica, segundo Marconi; Lakatos (2010) busca informações em fontes existentes, ou seja, em toda a literatura já tornada pública em relação aos temas em estudo, desde publicações avulsas, revistas, livros, monografias, teses, bases de dados etc.

A coleta de dados junto à literatura especializada envolveu as seguintes fases:

Fase 1- Identificação dos documentos junto às fontes impressas e eletrônicas, cujo resultado é o levantamento bibliográfico sobre o tema de interesse e dos respectivos autores e seus trabalhos científicos.

Fase 2- Localização e obtenção dos documentos identificados na fase anterior junto às bibliotecas físicas e digitais por meio de serviços oferecidos por essas instituições.

Fase 3- Leitura, resumo e interpretação dos documentos localizados e obtidos. A sistematização lógica desse material constituiu o referencial básico para o desenvolvimento do estudo e pesquisa.

Fase 4- Redação do texto referente ao desenvolvimento do tema, o qual constituiu o referencial teórico de apoio ao segundo momento da pesquisa.

Esta pesquisa foi baseada em documentos que auxiliaram na construção do trabalho, entre os quais estudos de autores que disponibilizam uma fonte variada de informações confiáveis, encontradas em artigos científicos da área de Ciência em Informação, Comunicação e Administração. Assim, constituiu a abordagem de fontes nacionais e internacionais, impressas e eletrônicas compreendendo: materiais científicos, publicações, artigos, dados de congressos, revistas (científicas e especializadas), bases de dados na Internet, repositórios de universidades e bibliotecas em busca de identificar a produção científica de interesse para esta dissertação, mediante a busca com o apoio das palavras-chaves, tais como: Competência em Informação e Midiática; Processo Decisório; Tomada de Decisão; Organizações Industriais.

5.2 Estudo de caso

Nesta segunda etapa metodológica, realizou-se um estudo de caso de acordo com os princípios de Gil (2009, p. 6), que considera ser o estudo caso “um delineamento em que são utilizados diversos métodos ou técnicas de coleta de dados [...]” Ainda, possibilita “[...] estudar no âmbito de uma organização ou comunidade um fenômeno em pleno processo” (p.21). O estudo de caso utilizou a pesquisa exploratória-descritiva e de natureza qualitativa (GIL, 2008). Assim, buscou-se obter ideias e proporcionar discernimentos de interesse prático, além de descrever fenômeno ou situação com a realização de observação de uma realidade empresarial em determinado espaço-tempo, capaz de identificar e analisar dados que não podem ser mensurados apenas numericamente (observação direta, observação participante e artefatos físicos)

Além disso, também foram utilizados os princípios de Yin (2010, p. 35) que mencionou ser o estudo de caso “[...] uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Para esse autor, esse tipo de estudo contempla uma estratégia de pesquisa que enfrenta uma situação tecnicamente única em que haverá muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como resultado, baseia-se em várias fontes de evidências, com os dados precisando convergir em um formato de triângulo, e, como outro resultado, beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados. Ainda, indicou que as evidências para um estudo de caso podem vir de seis fontes distintas: documentos, registros em arquivo, entrevistas.

Para a realização do estudo de caso, os seguintes procedimentos foram realizados:

5.2.1 Definição do universo e da população

Optou-se por definir como universo de pesquisa a empresa Duratex S.A.(SP) por ser uma organização de natureza industrial, pelas facilidades de acesso e pelo fato de haver anuído à pesquisa. Como foco de atenção foi definida a seção de apoio

denominada como “Agentes de Comunicação” junto à unidade de Agudos (SP), tendo sido definida a população de interesse como sendo a gestora e sua equipe de oito colaboradores.

Após a definição do universo e da população a ser pesquisada, procedeu-se à caracterização desse universo mediante a realização de pesquisa documental.

5.2.2 Pesquisa documental

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa documental a fim de caracterizar o universo empresarial a ser estudado, que segundo Gil (2008, p.46) considera que:

Primeiramente, há que se considerar que os documentos constituem fonte rica e estável de dados. Como os documentos subsistem ao longo do tempo, tornam-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica. Outra vantagem de pesquisa documental está em seu custo. Como a análise dos documentos, em muitos casos, além da capacidade do pesquisador, e disponível disponibilidade de tempo, o custo da torna-se significativamente baixo, quando comparado com o de outras pesquisas. Outra vantagem da pesquisa documental é não exigir contato com os sujeitos da pesquisa. É sabido que em muitos casos o contato com os sujeitos é difícil ou até mesmo impossível. Em outros, a informação proporcionada pelos sujeitos é prejudicada pelas circunstâncias que envolvem o contato (GIL; 2008; p. 46).

Foi utilizado o método dedutivo, com base no raciocínio lógico, com a finalidade de explicar o conteúdo dos pressupostos da pesquisa evidenciados na justificativa deste relatório. Por intermédio de uma cadeia de raciocínio em ordem descendente, de análise do geral para o particular (MARCONI; LAKATOS, 2010). Deste modo, alcançando os objetivos da pesquisa de forma fundamentada e metodológica com o apoio do referencial teórico abordado.

A pesquisa documental compreendeu a identificação de informações oficiais junto ao site da empresa Duratex S.A e de outros documentos de possível acesso, uma vez que a pesquisadora atua profissionalmente na mesma, na Unidade de Agudos (SP), embora em outro setor que não o pesquisado.

Após a caracterização do universo e a definição da população de interesse como sendo a seção de “Agentes de Comunicação”, seu gestor e equipe, foram desenvolvidos os demais procedimentos metodológicos, a saber:

5.2.3 Observação *in loco*

O objetivo deste procedimento foi de aprofundar o conhecimento da pesquisadora na realidade pesquisada, bem como levantar os principais elementos pertinentes à aplicação da pesquisa e posterior análise. Esta observação foi realizada em dois momentos: mediante a aplicação da técnica da entrevista estruturada (MARCONI: LAKATOS, 2010) com a gestora da seção “Agentes de Comunicação” e a utilização da técnica de questionário aplicado aos oito colaboradores da equipe dessa área, apoiada nos princípios de Buy (2011).

- Técnica da entrevista estruturada.

Em decorrência, de modo a orientar o desenvolvimento da observação *in loco* foi elaborado um roteiro a ser aplicado em entrevista estruturada, compreendendo elementos de identificação da instituição e do sujeito pesquisado, tais como: Nome da organização: Tipo de organização, missão e valores, gestor/ responsável pelas informações, tempo de atuação na organização, nível e área de formação. O supracitado roteiro também foi baseado nas seguintes questões norteadoras:

- Como identifica o mercado de atuação da organização?
- A partir de um modelo básico de atividades de uma organização (planejamento, apoio, produção e atendimento) como identificar as principais áreas (linhas produtivas) em que se divide a organização em foco?
- Como considera a informação e o conhecimento para o desempenho ideal e a inovação nas áreas identificadas?
- Como ocorrem os processos de acesso e uso da informação nessas linhas produtivas?
- Quais as facilidades e dificuldades encontradas para as tomadas de decisão no decorrer desses processos?
- A organização oferece programas de capacitação para o acesso e uso da informação?
- Quais os tipos de informação que você necessita para desenvolver suas atividades de rotina diária?

- O que você interpreta em ser “competente em informação e no uso da mídia” na sua área de atuação?
- A empresa possui alguma política para identificar, tratar, disseminar e compartilhar informações que são úteis em suas atividades, processos ou gerenciamento?
() Sim Qual?: () Não
- Como ocorre a troca e compartilhamento de conhecimento e informações entre os membros da sua área?

A partir dessas questões pré-definidas foi possível criar o roteiro que seria aplicado e que se encontra no Apêndice A. Foram, então, acordados na empresa os procedimentos metodológicos que haviam sido definidos para a realização da pesquisa, o que tornou possível desenvolver a entrevista, apoiada no roteiro pré-definido. Assim sendo foi aplicada a entrevista estruturada junto à gestora responsável pelo canal de apoio “Agentes da Comunicação”, no período de 29/07/2018 a 02/08/2018, obedecendo-se aos seguintes princípios de Marconi; Lakatos (2010):

- ✓ Contato inicial: foi efetuado com a gestora a fim de que houvesse uma relação de maneira cordial, amistosa e simpática, de modo que se estabelecesse a confiança e esclarecesse questões, tais como: objetivo da pesquisa, objeto de pesquisa, importância do assunto abordado e da participação do indivíduo para o desenvolvimento do trabalho; assegurando o sigilo entre pesquisador e participante;
- ✓ Formulação de perguntas: as questões foram elaboradas respeitando o tipo de entrevista padronizada (segue um roteiro/formulário pré-determinado)
- ✓ Registro de respostas: as respostas foram registradas por meio da escrita.
- ✓ Término da entrevista: considerando ser o momento da finalização da entrevista um momento cordial entre os envolvidos, foi fundamental a aprovação da gestora pesquisada sobre as respostas, estabelecendo assim empatia para um próximo contato, se necessário.

- Técnica do questionário

Em um segundo momento da pesquisa, buscou-se utilizar a técnica do questionário, de acordo com Buy (2011) e obedecendo-se as seguintes etapas lógicas para a elaboração e aplicação do questionário como instrumento de coleta de dados:

1 – Planejamento do que seria mensurado

2 – Formulação das perguntas para obter as informações necessárias.

3 – Definição do texto e a ordem das perguntas e o aspecto visual do questionário.

4 – Pré-teste do questionário, utilizando uma pequena amostra, em relação a omissões e ambiguidade, que foi efetuada com um dos sujeitos da população e, como foi considerado não haver necessidade de ajustes, o mesmo foi utilizado para os demais sujeitos pré-definidos, considerando-se o sujeito do pré-teste como parte da amostragem censitária.

Desse modo, essa técnica foi utilizada com os seis (6) colaboradores da empresa selecionada e que constituem a equipe da Seção de “Agentes da Comunicação”, compreendendo questões distribuídas conforme segue, a partir da identificação de variáveis que foram estabelecidas para serem as categorias de análise relacionadas à competência em informação e midiática no âmbito da empresa e dos sujeitos pesquisados:

- Competência em informação e midiática: o intuito desta variável é verificar o entendimento do que sejam essas competências por parte dos sujeitos pesquisados.
- Necessidade Informacional: busca-se nesta variável verificar se os sujeitos pesquisados conseguem identificar suas necessidades informacionais no decorrer de suas atividades no trabalho.
- Busca da Informação: com esta variável busca-se identificar o processo de busca de informação realizado pelos sujeitos, verificado a relação dos mesmos com as fontes de informação neste processo.
- Uso da Informação: com relação a esta variável busca-se verificar como os sujeitos pesquisados fazem uso da informação advinda de um processo de busca por exemplo, bem como às questões éticas relacionadas ao uso da informação pelos mesmos.

Acredita-se que as variáveis escolhidas propiciaram suporte aos objetivos da presente pesquisa, uma vez que necessidade, busca e uso da informação são elementos que demandam a competência em informação e midiática. Essas variáveis propiciaram a elaboração do questionário, conforme se apresenta no Apêndice B.

O questionário foi aplicado no período que compreendeu de 05/11/2018 a 02/01/2019, sendo que após a coleta dos dados, os mesmos foram tabulados e interpretados, conforme a orientação de Cordeiro (2005) que define:

1) Leitura prévia, exploratória ou de reconhecimento: rápida, para verificar o interesse pela fonte (visão global da obra).

2) Leitura seletiva: mais profunda, embora não definitiva; permite selecionar o material que responde aos objetivos da pesquisa.

3) Leitura analítica, crítica ou reflexiva (em textos selecionados pelas leituras anteriores): leitura integral (ordenar, esquematizar, resumir informações significativas e sintetizar ideias) apreensão do conhecimento.

4) Leitura interpretativa: relacionamento do conteúdo da fonte consultada com opiniões pessoais bem fundamentadas.

Além disso, os resultados obtidos com a aplicação do questionário foram também analisados e interpretados com o apoio da análise de conteúdo de Bardin (2011), mais especificamente a 'Análise Categorial' a qual implica em desmembramento do discurso em categorias. Explica-se que a análise de conteúdo é um:

[...] conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p.42).

6 RESULTADOS E INTERPRETAÇÃO

6.1 Etapa 1 – pesquisa bibliográfica

Os resultados obtidos com a etapa 1- pesquisa bibliográfica desenvolvida foi um referencial teórico construído e que se apresenta nas seções 2, 3 e 4 desta dissertação. Isso permitiu oferecer, ainda, como contribuição à área de Mídia e Tecnologias, quadros-conceituais (Quadros 12, 13 e 14) que demonstram teoricamente a inter-relação entre a Competência em Informação e midiática e os Processos Decisórios nas organizações, além de apoiarem o desenvolvimento da segunda etapa metodológica - o estudo de caso.

6.2 Etapa 2 - Estudo de caso

6.2.1 Pesquisa documental

Como resultado pesquisa documental realizada obteve-se uma caracterização da empresa considerada como o universo de pesquisa – DURATEX S.A. - e que é apresentada na sequência.

Caracterização da Empresa Duratex S.A.
--

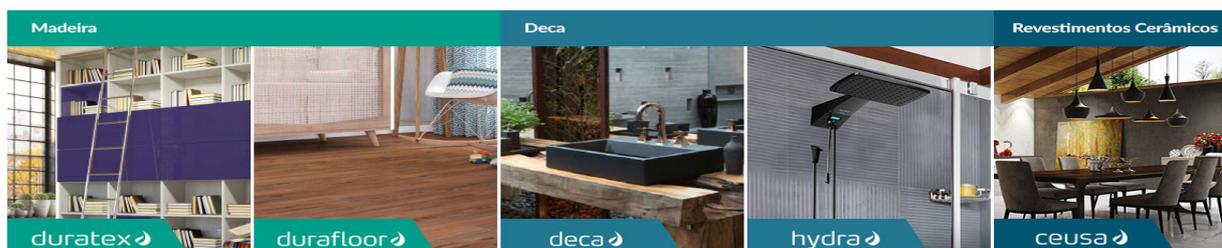
A Duratex S.A., é uma empresa brasileira, há sessenta e sete anos no mercado, com sede na cidade de São Paulo, possui mais de doze mil colaboradores distribuídos entre as dezessete unidades estrategicamente alocadas em todo o país, mais sete unidades florestais e três fabricas na Colômbia. Para a realização da pesquisa, optou-se pela unidade de Agudos/SP.

A empresa é privada e possui capital aberto, com ações devidamente reconhecidas pela Ibovespa (principal índice de referência da BM & FBovespa), *Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index* (Índice Dow Jones de sustentabilidade para mercados emergentes). No Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM & FBovespa (ISE), é líder no mercado brasileiro, atuando com as marcas Durafloor, Duratex, Deca e Hydra. Produzindo painéis de madeira, pisos, louças e metais

sanitários, é detentora da maior produtividade do Hemisfério Sul nesses segmentos; além disso, é uma empresa controlada pela ItaúS/A – Investimentos Itaú S.A e Companhia Ligna de Investimento.

A Duratex atua em duas divisões - Deca e Madeira. A divisão Deca produz e comercializa louças, metais, chuveiros e revestimentos cerâmicos sob as marcas Deca, Hydra e Ceusa. A divisão Madeira atua na produção e comercialização de painéis MDP e MDF, além de pisos laminados, com a marca Durafloor. A divisão Madeira também engloba o segmento Soluções Florestais, sob a qual a Duratex cultiva mais de 275 mil hectares de eucalipto usando a mais avançada tecnologia, e com as melhores práticas de manejo para a conservação de áreas nativas. Possui diferentes áreas de negócio, conforme se ilustra na Figura 11.

Figura 11 - Áreas de Negócio



Fonte: <http://www.duratex.com.br/pt/quem-somos/a-duratex>

As unidades industriais da Duratex S.A. estão localizadas nos estados de Minas Gerais, Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraíba, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Sergipe.

Uma companhia de capital aberto com sólida estrutura de governança, o que viabiliza a geração de valor no longo prazo para os negócios e também para todos os públicos de relacionamento, fornece suporte para a execução de Planejamento Estratégico e possibilita a criação de mecanismos para a mitigação de riscos e para a busca de oportunidades de mercado e de melhoria contínua de nosso desempenho socioambiental.

Figura 12 - Estrutura de Governança Duratex



Fonte: <http://www.duratex.com.br/pt/quem-somos/governanca>

O modelo organizacional apresentado na Figura 12 (estrutura de liderança) confere a Duratex diferencial competitivo, tornando a empresa reconhecida por promover as melhores práticas de governança corporativa e sustentabilidade, gerando valor compartilhado à sociedade.

As vendas se dão, predominantemente, no mercado doméstico e, ainda, em mais de 50 países para onde exportam. A Duratex é a maior empresa produtora de painéis de madeira industrializada, louças e metais sanitários do hemisfério sul e é líder no mercado brasileiro. A receita líquida em 2017 foi de R\$ 3.991 milhões, o lucro líquido foi de R\$ 185 milhões e o patrimônio líquido de R\$ 4.716 milhões. O valor de mercado da Companhia ao final do ano de 2017 era de R\$ 4.6,3 bilhões (DURATEX, 2018).

A empresa possui colaboradores com características e habilidades próprias. Esses profissionais fazem parte da empresa e são responsáveis pela construção da cultura e da própria identidade organizacional, resultando na missão, visão e valores organizacionais (YAFUSHI, 2015).

Apresentam-se a missão, visão e valores que norteiam a Duratex:

Nossa Missão: Atender com excelência às demandas dos clientes, pelo desenvolvimento e oferta de produtos e serviços que contribuam para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, gerando riqueza de forma sustentável.

Nossa Visão: Ser empresa de referência, reconhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores e investidores, pela qualidade de nossos produtos, serviços e relacionamento.

Nossos Valores: Integridade, comprometimento, valorização humana, superação dos resultados, melhoria contínua, Inovação e Sustentabilidade (DURATEX, 2018c, p.1).

Destaca-se que a unidade de Agudos da Duratex S. A. conta com uma seção como canal de apoio à comunicação interna denominado: “Agentes da Comunicação”, grupo formado por uma gestora e seis colaboradores, sendo cada um responsável por uma área da fábrica, que compreende em suas rotinas desenvolver atividades de divulgação e disseminação de informações às suas respectivas áreas.

Identificou-se também que a Duratex contempla uma rede de comunicação corporativa da companhia, utilizando os canais internos e externos, garantindo a divulgação de maneira eficiente de todas as informações importantes e estratégicas para cada um dos públicos da empresa. Têm como objetivo estabelecer diretrizes e canais de comunicação para todos os públicos de relacionamento, assim como definir as áreas responsáveis por essa comunicação, assegurando uma comunicação transparente, homogênea e proativa (DURATEX, 2018), compreendendo o que segue:

- **DURATEX EM REDE**

Duratex em rede é o nome da rede de canais de comunicação interna da Duratex, que organiza os veículos em um sistema integrado de informação no qual os vários canais se complementam.

- ***Comunicação Interna***

Toda comunicação que se destina ao público interno da Duratex. A área de Comunicação tem a responsabilidade de definir estratégias, conteúdos e veículos de comunicação para a empresa (DURATEX, 2018).

Seguem as principais redes de comunicação interna da Duratex, conforme se descreve na Figura 13.

Figura 13 - Canais Internos Duratex



Fonte:

<https://duratexsa.sharepoint.com/sites/intranet/Institucional/Paginas/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Duratex-em-rede.aspx>

- **CONNECTADOS:** Canal em dois formatos: Aplicativo e Mural Eletrônico. O aplicativo pode ser baixado nos celulares e *tablets* e traz as informações da Duratex na palma da sua mão, com mais agilidade e integração entre as Unidades de Negócios. O mural eletrônico são as TVs instaladas em todas as unidades com textos rápidos, dinâmicos, vídeos e fotos.
- **EM AÇÃO:** Revista trimestral em duas versões: digital e impressa. Leva informação institucional, de produtos e negócios para todos os nossos colaboradores.
- **MESMA PÁGINA:** Vídeo mensal gravado com o presidente Antonio Joaquim, sobre o tema estratégico do mês. O canal também pode contemplar vídeos com demais líderes da Duratex, caso haja mais de uma informação importante naquele período. O objetivo é que a liderança cascade as informações para suas equipes.

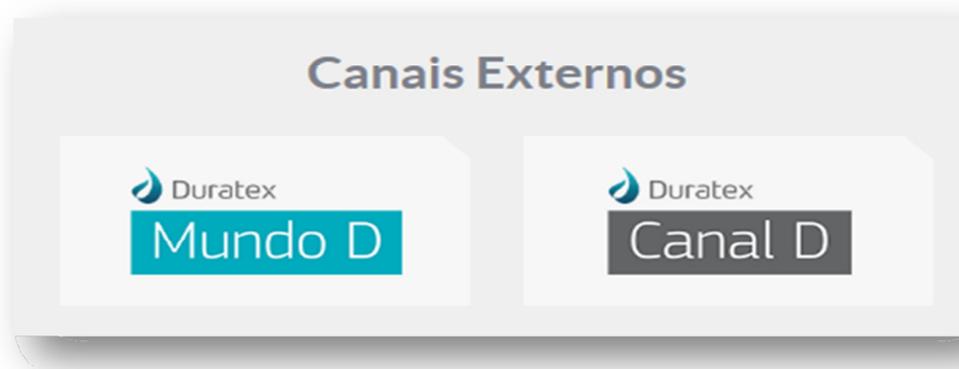
- **ONDA FLORESTAL:** Programa de rádio destinado somente para os colaboradores da Florestal. O canal leva informações úteis, principalmente destinadas a ações institucionais e das Unidades Florestais, além de boa música aos colaboradores do campo durante os trajetos de ônibus ou de carro pelas fazendas Duratex.
- **ON-LINE:** Boletim informativo enviado por e-mail. Ele é descentralizado para as áreas que precisam divulgar informações sobre suas ações. O On-line da Comunicação é enviado para divulgar premiações da companhia, mensagem do presidente, resultados trimestrais e informações da comunicação corporativa.
- **PAPO ABERTO:** Canal presencial de integração. Presidente, vice-presidentes, diretores e gerentes das unidades se encontram com equipes de colaboradores para promover alinhamento e troca de informações.
- **RADAR:** Boletim mensal eletrônico da área Comercial da Madeira, Deca e Hydra. Seu objetivo é manter as equipes informadas sobre metas, desafios de mercado e resultados da unidade de negócios e da empresa.
- **RADAR RECURSOS HUMANOS:** Mural físico de uso exclusivo da área de RH. Ele transmite informações internas somente desta área nas unidades da Duratex, exceto nas áreas corporativas.
- **TODO DIA:** Intranet. Este ambiente que você está utilizando agora. Ele reúne informações corporativas acessíveis aos colaboradores que têm computadores.
- **Comunicação Externa**

A comunicação institucional externa, exceto a comunicação sobre produtos que tem sua gestão pelos Diretores das respectivas Unidades de Negócio, é

responsabilidade da Gerência de Sustentabilidade e Comunicação, que deve definir estratégias, veículos e conteúdos (DURATEX, 2018).

Seguem as principais redes de comunicação externa da Duratex na Figura 14.

Figura 14 - Canais Externos Duratex



Fonte:

<https://duratexsa.sharepoint.com/sites/intranet/Institucional/Paginas/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Duratex-em-rede.aspx>

- **MUNDO D:** Disseminação das práticas da empresa para formadores de opinião.
- **CANAL D:** Publicação digital dedicada à divulgação das diretrizes da Duratex para a cadeia de suprimentos, nossos fornecedores.

6.2.2 Entrevista (gestora)

Com os principais resultados obtidos com a aplicação do roteiro de entrevista (Apêndice A) foi possível observar que a gestora pesquisada atua na organização desde 2017, possuindo formação em psicologia. Ainda, de acordo com suas respostas, considera-se que a Duratex possui uma estrutura organizacional muito eficiente, dando enorme importância a todos os processos produtivos, desde a área florestal (da divisão de madeira), central de desenvolvimento, até a área produtiva fabril (chão de fábrica).

As dificuldades apontadas pela gestora envolveram, principalmente, a velocidade da informação, sendo que o desafio é comunicar antes que as pessoas saibam de outras formas, pois a empresa ainda não faz isso com propriedade, sendo necessário dar à devida importância à gestão da informação.

Foi indicado por ela que a empresa precisa rever os seus processos e estabelecer uma transformação cultural para conseguir se reencontrar no mercado, o que corrobora com as afirmações de Besanko et al. (2006) que ressaltam que a cultura de uma empresa é formada por valores, crenças e normas que determinam e influenciam o comportamento dos seus membros organizacionais possuindo grande influência sobre os seus colaboradores, porque compartilham de uma mesma visão e padrões que resultarão em determinados comportamentos traçados pela organização. Assim, aponta também que a informação e o conhecimento dentro das áreas podem ser melhorados, visto que, internamente isso ainda é considerado ineficaz quando diz respeito à velocidade da informação, deste modo, tendo oportunidade de desenvolvimento, é necessário melhorar a interação entre áreas para colocar em prática os desafios encontrados, o que também se coaduna com a afirmação de Santos (2014) que mencionou que qualquer que seja o modelo utilizado nas organizações pelos seus gestores, tem importância a informação e o conhecimento como elementos críticos de sucesso às decisões tomadas. E é nesse contexto que os “Agentes da Comunicação” têm como responsabilidade elaborar estratégias a fim de melhorar a agilidade do fluxo da informação interna, estabelecendo ações e melhorias para obter competência em informação e midiática.

Os pontos positivos mencionados foram relacionados ao fato de que a empresa tem investido em tecnologia, através do desenvolvimento de canais de comunicação, por exemplo, os Apps (Conectados, Yammer e Catágo Durafloor), entre outros meios de comunicação, tais como: Outlook, Skype, Rádio Comunicador, Rádio florestal, e-mail, murais informativos, entre outros. Essa resposta segue na mesma concepção da afirmação de Belluzzo (2007) ao mencionar que a informação convertida em conhecimento pode ser considerada um elemento para a eficiência e redução nos prazos de respostas e aumento do fluxo de informações de personagens dos mercados globalizados além de otimizar o ritmo acelerado das mudanças sociais que estão

exigindo respostas instantâneas, em que as TIC e a mídia têm papel de importância na atualidade. Assim, tem importância esse investimento em tecnologia a fim de que a Duratex e seus colaboradores possam transformar a informação em conhecimento e aplicá-lo com facilidade por meio da gestão dos processos midiáticos que dá conta das interfaces da comunicação – não apenas do que é produzido em veículos comunicacionais formais, mas também do que circula nos fluxos informais, no universo simbólico, ou na cultura da organização como um todo.

A gestora também respondeu que a Duratex possui políticas para disseminar informações, ferramenta disponível através de documentos físicos, como também pelo portal corporativo, documentos gerais de livre acesso a todos os colaboradores. Além de investir também em treinamentos para capacitação ao acesso e uso da informação de maneira assertiva. Ressalta-se que a tomada de decisão no contexto pesquisado é considerada por Moresi (2000) como um fator complexo que exige capacidade do gestor quanto ao gerenciamento, reflexão, análise e investigação das informações e dados disponíveis na organização. Entretanto, as condições oferecidas aos tomadores de decisão também exercem um papel significativo em suas decisões, conforme explica Perdigão et al. (2012), considerando-se uma ótima estratégia de ação o fato da existência de programas de aprendizagem que possam auxiliar no desenvolvimento da competência em informação e midiática na organização.

6.2.3 Questionário (colaboradores)

A seguir, são apresentadas a tabulação dos resultados do questionário e sua análise, em conformidade com as partes em que se dividiu o instrumento aplicado.

Parte 1 – Dados e informações gerais sobre os colaboradores

Esta primeira parte apresenta a análise das questões de nº 1 a 6, que foram coletadas e possibilitaram a aquisição de informações a partir de respostas baseadas no questionário utilizado (Apêndice B). Conforme Yin (2001) o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens

específicas de coletas e análise de dados. Desta forma, foram fundamentados os resultados por meio das respostas que serviram de embasamento teórico para construção e apresentação dos dados coletados e que são apresentados a seguir.

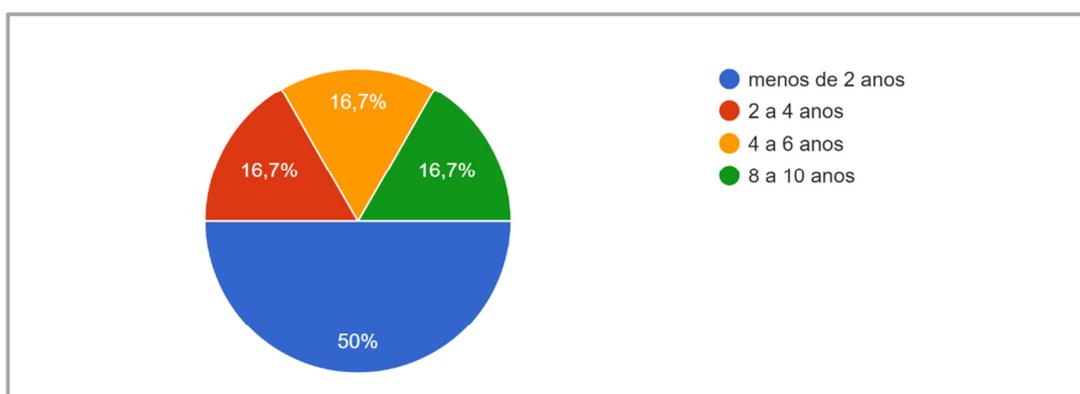
Quadro 15 – Perfil dos colaboradores

Nome	Área de atuação na empresa	Idade	Grau de formação escolar	Tempo de trabalho na empresa
Colaborador A	Segurança	31 a 40 anos	Técnico	2 a 4 anos
Colaborador B	Administração	31 a 40 anos	Graduação	menos de 2 anos
Colaborador C	Manutenção	31 a 40 anos	Graduação	menos de 2 anos
Colaborador D	Produção	31 a 40 anos	Graduação	4 a 6 anos
Colaborador E	Logística	18 a 40 anos	Graduação	menos de 2 anos
Colaborador F	Qualidade	31 a 40 anos	Graduação	8 a 10 anos

Fonte: Elaborado pela autora

O Quadro 15 abrangeu as questões introdutórias do questionário, proporcionando conhecer melhor os “agentes da comunicação” responsáveis pela disseminação da informação na fábrica.

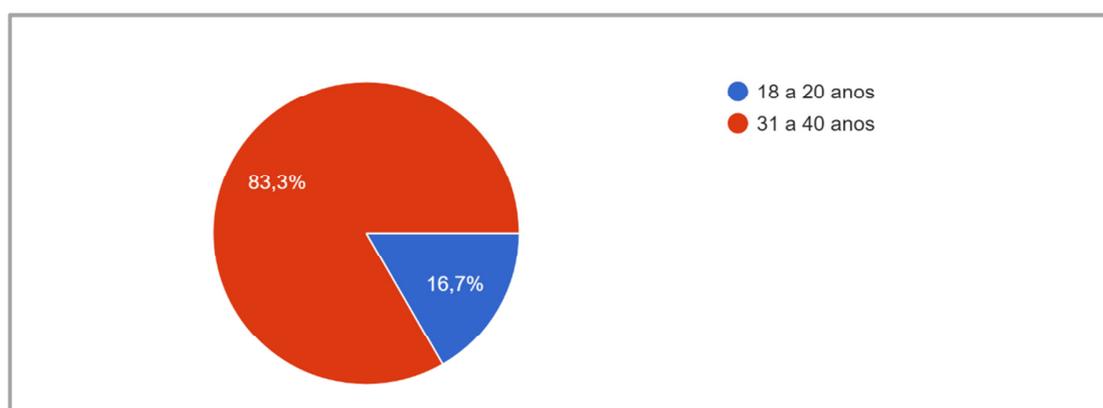
Gráfico 1 - Período de atuação profissional (anos)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

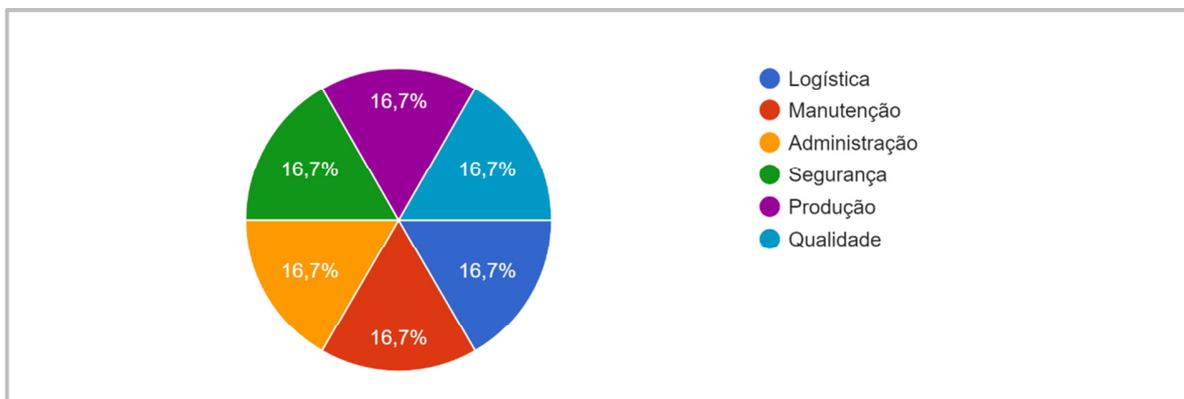
Nesse contexto, podemos observar que 50% dos agentes possuem menos de 2 anos de período de atuação profissional, conforme pode ser visualizado no gráfico 1, o que pode ser considerado um período de pouco tempo de experiência profissional e também, em decorrência, em relação ao uso das tecnologias da empresa. Além disso, é possível verificar que existe uma homogeneidade em relação aos percentuais obtidos (16,7%) em relação aos períodos de 2 a 10 anos, o que pode demonstrar que existe alguma experiência e uso da informação e da mídia na empresa, quando considerarmos a sua somatória que corresponde à outra metade apresentada como resultados pelos sujeitos respondentes.

Gráfico 2 - Idade dos sujeitos pesquisados



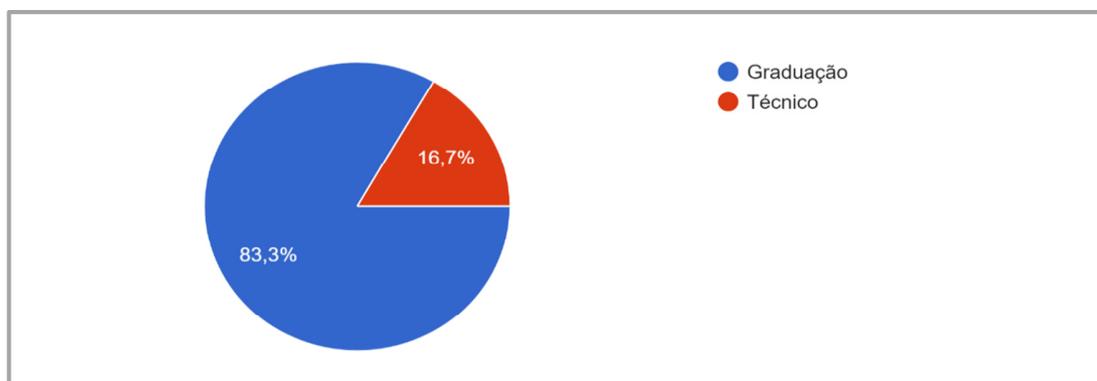
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

A população pesquisada apresentou os seguintes dados: são “agentes da comunicação” considerados jovens, a maior parte apresentando entre 31 a 40 anos de idade média de 83,3% (5 sujeitos), e 16,7% entre 18 a 20 anos (1 sujeito) caracterizando que a empresa possui disseminadores da informação desse teor, responsáveis pela gestão da informação e também se observa que esses colaboradores se baseiam em informações, portanto, a experiência profissional está sendo construída, tornando o conhecimento adquirido diariamente sólido e estável para decisões futuras.

Gráfico 3 - Área de atuação na empresa

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

A população pesquisada apresentou os seguintes dados de Área de atuação na empresa: 16,7% se repartem entre as áreas: Manutenção, Logística, Administração, Segurança, Qualidade e Produção mostrando que os “agentes da comunicação” estão atuando em diferentes áreas da fábrica, fazendo com que a informação possa ser disseminada, igualmente, em todos os setores.

Gráfico 4 - Grau de formação escolar

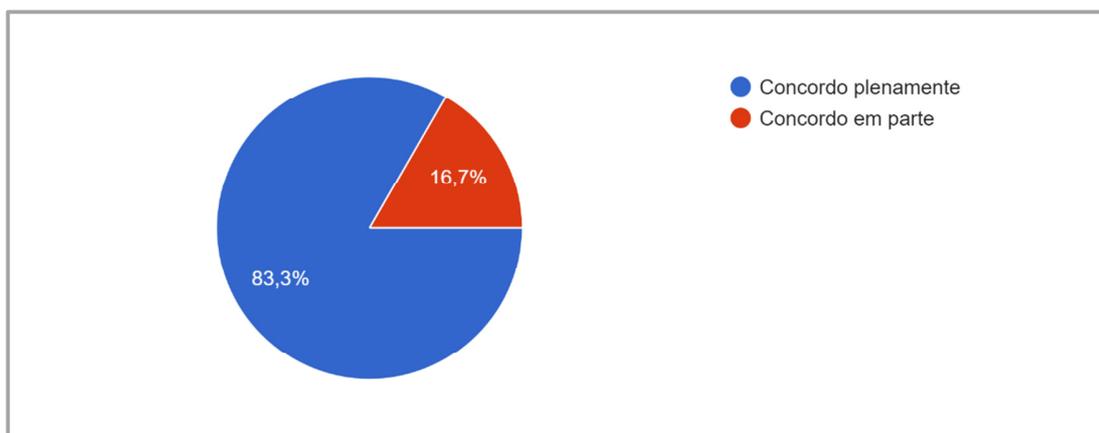
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

A população pesquisada apresentou os seguintes dados de escolaridade: a maioria (83,3%) dos sujeitos participantes possui ensino superior, enquanto que 16,7% possuem formação técnica, demonstrando que profissionalmente os “agentes da comunicação” estão preocupados com sua formação e buscando conhecimento para estarem habilitados a exercerem as funções que desempenham.

Etapa 2 – Análise e articulação dos padrões e indicadores referentes à competência em informação e midiática e ao processo decisório

A análise desta segunda etapa, compreendeu as questões nº 7 a 28, aplicadas aos colaboradores e que compreendem perguntas estabelecidas a partir da identificação de variáveis que constituíram as categorias de análise relacionadas à competência em informação (padrões e indicadores de BELLUZZO, 2007) e midiática (dimensões e indicadores de FERRÉS; PISCITELLI, 2015) e ao processo decisório (dimensões estabelecidas por CHOO, 2003 - necessidade de Informação; busca e uso da Informação) no âmbito da empresa e dos sujeitos pesquisados: (BUY, 2011), tendo sido utilizada a análise de conteúdo de Bardin (2011) como apoio.

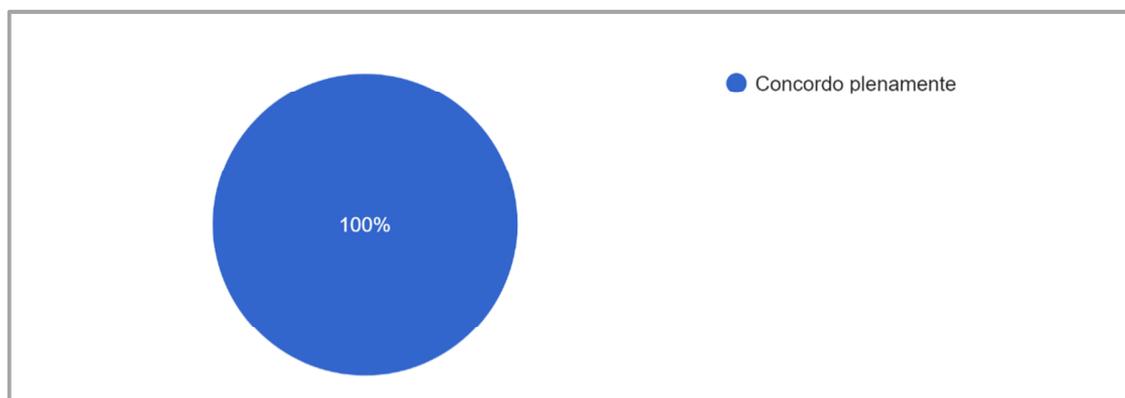
Gráfico 5 - Identificação de um assunto ou outra informação necessária para empresa



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 5, referente à questão de nº 7.1 do questionário, ilustra que 83,3% dos agentes da comunicação na atuação de suas atividades profissionais conseguem identificar um assunto ou informação necessária para empresa, enquanto que 16,7% não possuem domínio total para realizar esse filtro de informações prioritárias e de interesse para empresa. Isso tem importância quando se verifica que para Belluzzo (2007) um dos primeiros requisitos para que a pessoa seja competente em informação corresponde ao que indicou como sendo o padrão 1 da ColInfo – o reconhecimento da necessidade de informação.

Gráfico 6 - Fontes de informações gerais e específicas para aumentar o grau de conhecimento

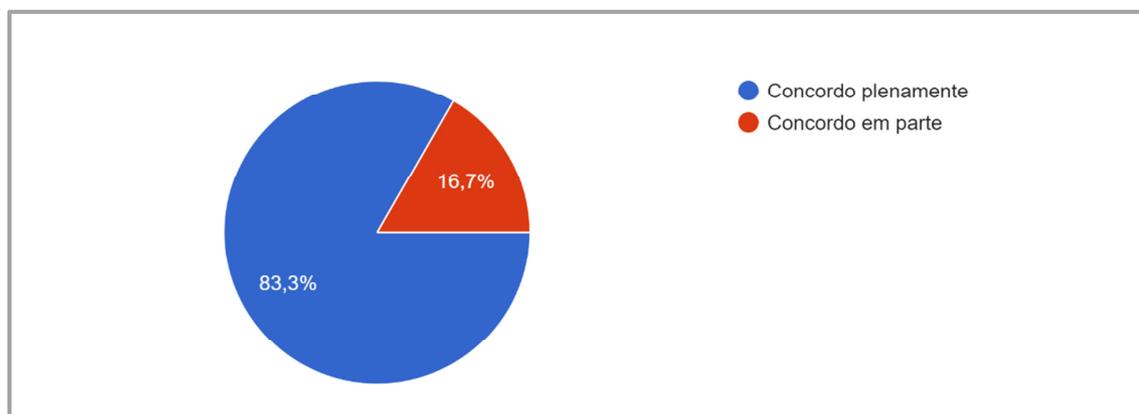


Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Em síntese, os resultados mostrados no gráfico 6 permitem dizer que 100% dos sujeitos pesquisados utilizam fontes de informação gerais e específicas para aumentar o grau de conhecimento, mostrando assim que os agentes da comunicação oferecem um nível desejável de competência em informação ao mencionarem que conseguem identificar um tópico ou formular questões apropriadas, utilizando fontes de informação seguras.

Pode-se destacar que para Belluzzo (2007) a informação convertida em conhecimento pode ser considerada um elemento para a eficiência e redução nos prazos de respostas e aumento do fluxo de informações de personagens dos mercados globalizados além de otimizar o ritmo acelerado das mudanças sociais que estão exigindo respostas instantâneas, em que as TIC e a mídia têm papel de importância na atualidade. Desse modo, as organizações e seus colaboradores devem transformar a informação em conhecimento e aplicá-lo com facilidade por meio da gestão dos processos midiáticos que dá conta das interfaces da comunicação – não apenas do que é produzido em veículos comunicacionais formais, mas também do que circula nos fluxos informais, no universo simbólico, ou na cultura como um todo.

Gráfico 7 - Formula questões apropriadas baseando-se na informação necessária para empresa



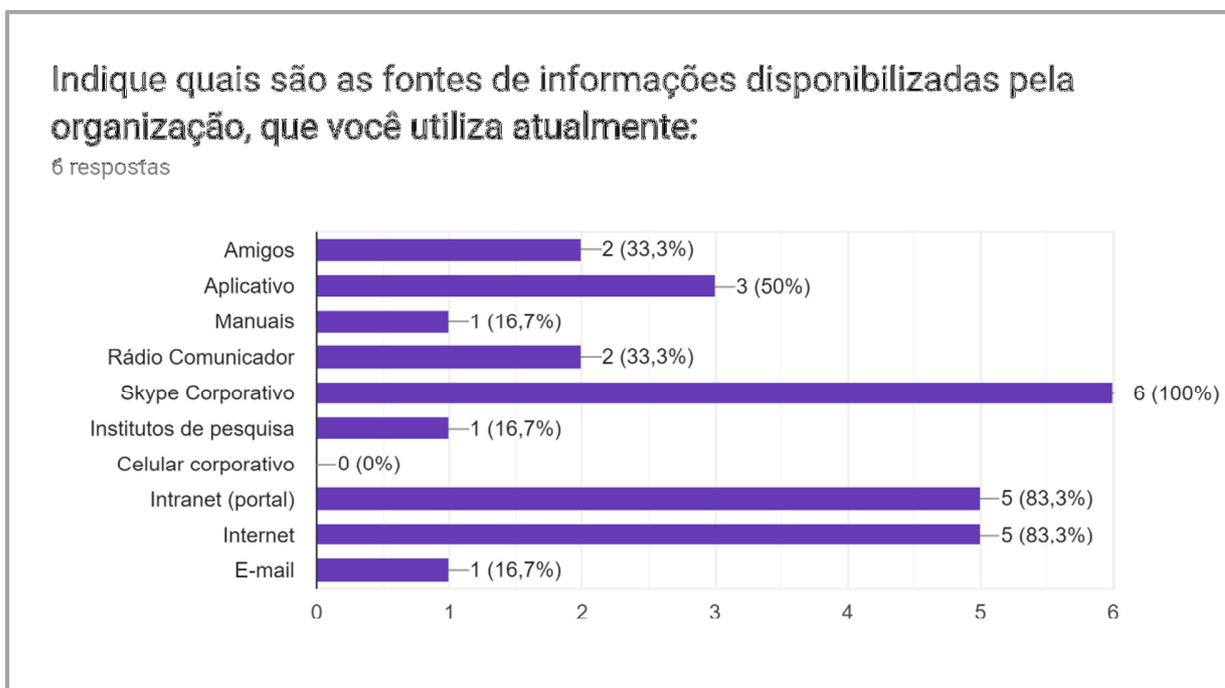
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 7 demonstra que 83,3% dos colaboradores pesquisados concordam que conseguem formular questões apropriadas baseando-se na informação necessária para a empresa em suas atividades profissionais, sendo que apenas 16,7% indicaram concordar em parte.

Vale lembrar que para Rossatto; Cavalcante (2002) o domínio de habilidades, conhecimento e ações que possibilitem aos usuários identificar quais são suas necessidades informacionais, como acessar e usar a informação disponibilizadas em fontes e bases de informação, fornecendo aos gestores a possibilidade de tomar decisões coerentes, assertivas, criteriosas e inteligentes, o que a competência em informação e midiática proporciona.

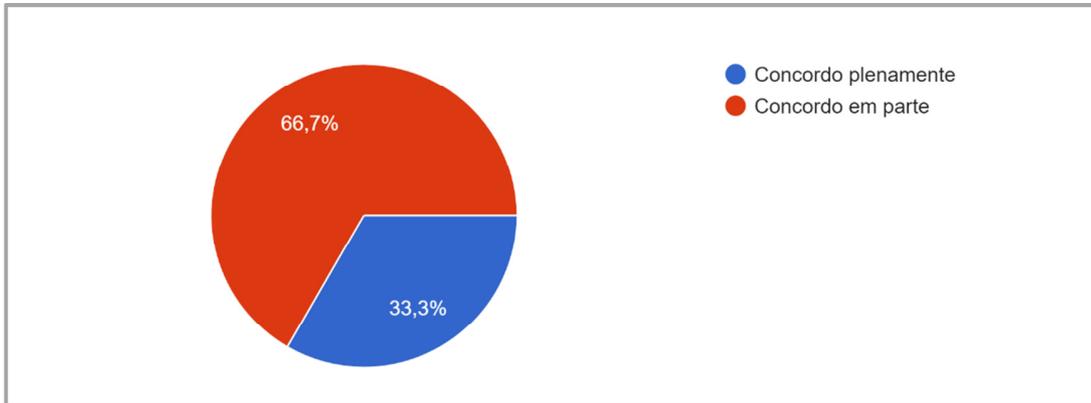
Portanto, ao se comparar as respostas obtidas com as atribuições dos sujeitos pesquisados da instituição em seus respectivos espaços ocupacionais, o conceito de processos midiáticos, no contexto organizacional, está relacionado à produção e reprodução do discurso da organização, em todas as formas em que ele se apresenta. Parte relevante da gestão dos processos midiáticos organizacionais está na elaboração intencional do discurso da organização, passando pela correta segmentação dos públicos estratégicos, definição das mensagens e dos canais de transmissão, a partir do uso ordenado da linguagem institucional.

Gráfico 8 - Fontes de informações disponibilizadas pela organização



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

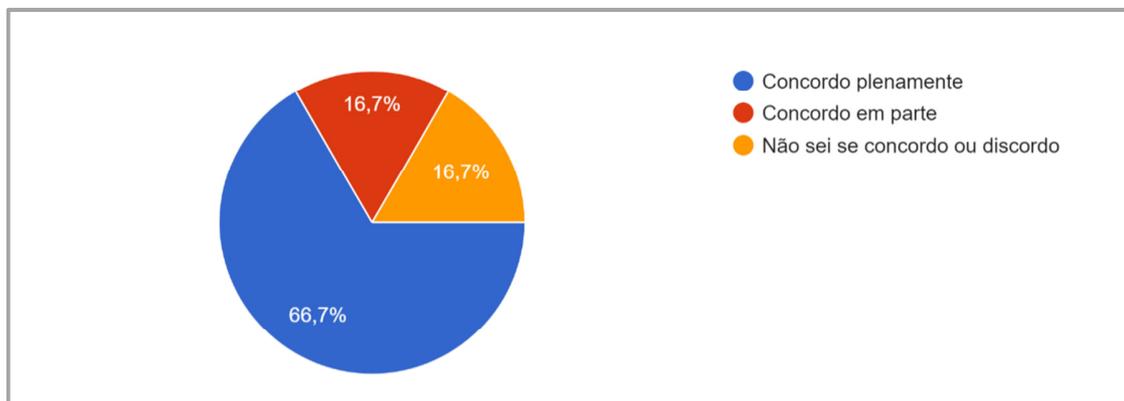
Ao se analisar a média geral dos resultados apresentados no gráfico 8, observa-se que, dentre as fontes de informações disponibilizadas pela empresa, 100% dos sujeitos utilizam o *Skype* corporativo, uma ferramenta de comunicação em chat e chamadas de voz ou vídeo, seguidos de 83,3% que utilizam a Intranet e Internet, 50% preferem os aplicativos, 33,3% usam rádio para se comunicar e amigos, e 16,7% preferem e-mail, manuais ou institutos de pesquisa, e, por final, um dos dados interessantes obtidos refere-se a que nenhum dos sujeitos pesquisados possuem celular corporativo. Aqui, destaca-se que Beal (2004) e Felix (2003) mencionam que a informação possibilita a incerteza na tomada de decisão, mas, para tanto, ela precisa ser trabalhada de forma sistemática para atingir objetivos corporativos, o que na empresa em foco, seria melhorado com a possibilidade de investimento nessa última tecnologia citada.

Gráfico 9 - Diferencia os vários tipos de fontes de informação

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

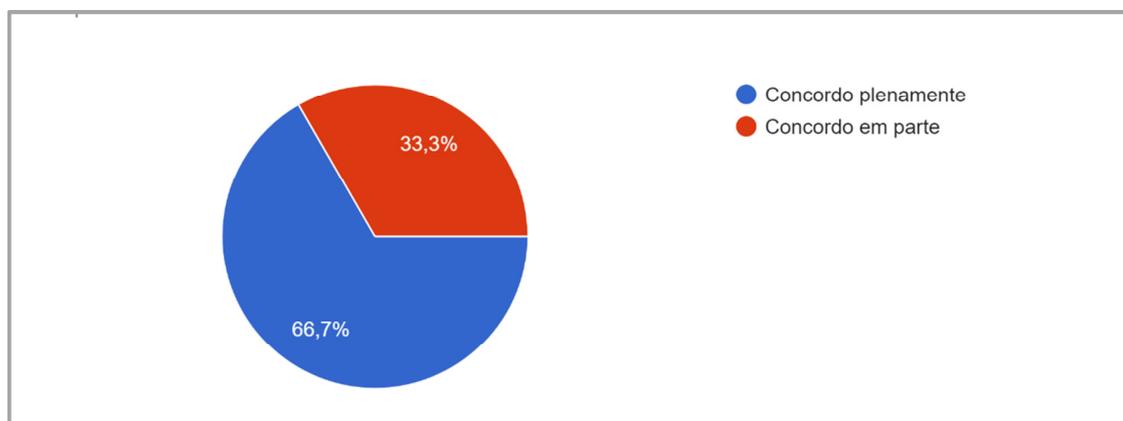
O gráfico 9 aponta que 66,7% dos sujeitos pesquisados conseguem diferenciar os vários tipos de informações, como por exemplo: primárias, secundárias e terciárias, reconhecendo o seu valor e a sua importância para cada área específica. Enquanto que, 33,3% dos sujeitos indicam ter dúvidas para identificar e diferenciar as questões relacionadas aos vários tipos de informações. Embora a maioria haja indicado uma situação que pode ser considerada próxima do ideal, existe, portanto, um contingente de colaboradores que necessitam de aprendizagem com as lides da informação. Evidencia-se aqui a importância da afirmação de Pozzo (2002) quando mencionou que as transformações sociais exigem das organizações industriais mudanças de paradigmas, além de uma reflexão sobre os modelos e técnicas administrativas a serem adotadas devido à complexidade do ambiente organizacional que faz surgir diversificadas demandas de competências, aumentando a distância entre o que as pessoas sabem e o que elas precisam aprender.

Gráfico 10 - Determina a disponibilidade da informação necessária e toma decisões sobre estratégias



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

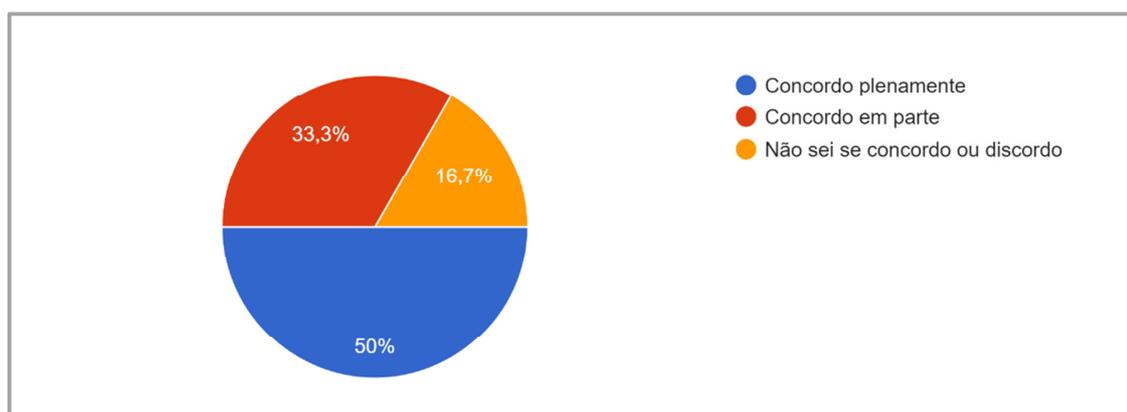
Ao analisar a média geral dos resultados apresentados no gráfico 10, pode-se observar que os sujeitos pesquisados obtiveram 66,7% de concordância plena em conseguir determinar a disponibilidade da informação necessária e tomar decisões sobre estratégias de pesquisa da informação e o uso de serviços de informação e mídias mais adequadas (por exemplo: intercâmbio, utilização de fontes locais, obtenção de imagens, vídeos, textos, material cartográfico, registros sonoros, etc.). Entretanto, tivemos também um percentual de 16,7% que indicou uma concordância em parte e outros 16,7% que ainda apontou não saber se discordava ou concordava, revelando a sua somatória que existem sujeitos que requerem aprendizado para reduzir a incerteza apresentada, o que reafirma a posição de Pozzo (2002).

Gráfico 11 - Utilização de autoajuda dos sistemas de recuperação

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Em síntese, os resultados apontados no gráfico 14, permitem observar que 66,7% dos agentes da comunicação utilizam de autoajuda dos sistemas de recuperação e outros meios como, por exemplo, profissionais da informação e da comunicação para melhorar os seus resultados de busca, porém 33,3 % dos sujeitos ainda possuem dúvidas na fase de busca da informação julga proceder de modo correto. Ressalta-se que recorrer a diferentes fontes de informação e aos sistemas de autoajuda, é uma competência que também está relacionada com a competência em informação e midiática e, segundo Santos (2010), a noção de competência está relacionada à tomada de decisões e à resolução de problemas. Entretanto, essa autora salienta que possuir conhecimentos ou capacidades não é sinônimo de possuir competências, uma vez que se podem conhecer regras de gestão contábil e não saber aplicá-las no momento oportuno. Desse modo, “há necessidade da mobilização de recursos (capacidades, habilidades, saberes, atitudes) para existência de ação concreta. Quando os recursos necessários não existem, não há competência. Quando os recursos existem e não são utilizados de maneira útil e consistente, também não há competência” (SANTOS, 2010, p.115).

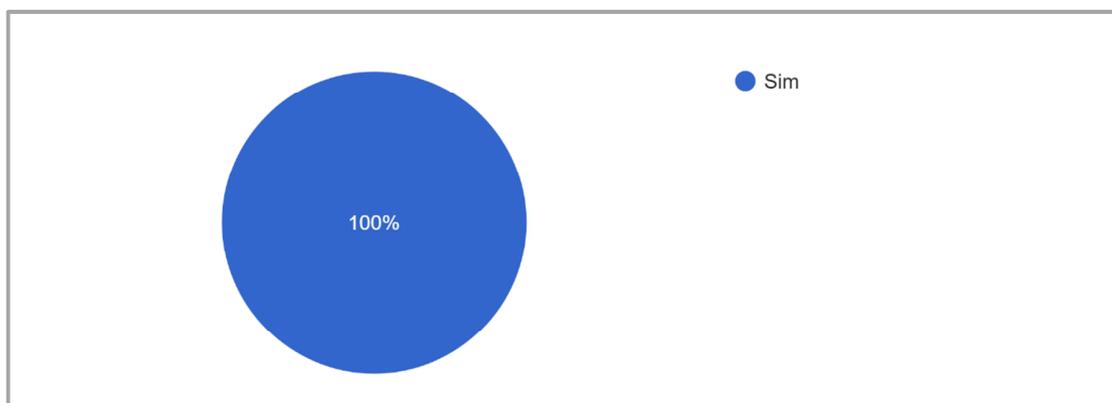
Gráfico 12 - Avaliação da quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca da informação



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 12 aponta que dentre os sujeitos pesquisados, 50% avaliam a quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca da informação para determinar sistemas alternativos de recuperação ou métodos de busca da informação que precisam ser utilizados, enquanto que 16,7% concordaram em parte e outros 16,7% não definiram se concordavam ou não. Esta é uma situação preocupante, uma vez que apenas metade dos sujeitos demonstrou estar consciente de que ser competente em informação deve estar articulado, de acordo com o que apontou Belluzzo (2007) com a indicação do padrão 2. 4.1 de ColInfo, que trata especificamente da avaliação da informação para que se possa identificar lacunas na informação necessária face aos resultados da pesquisa e revisar a estratégia de busca se for necessário obter mais informação.

Gráfico 13 - A empresa oferece algum tipo de auxílio (roteiro, profissional, tutorial ou guia de procedimentos) para o acesso e uso da informação?



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Quando questionados se a empresa oferecia algum tipo de auxílio (roteiro profissional, tutorial ou guia de procedimentos) para o acesso e uso da informação, 100% dos colaboradores responderam que sim (gráfico 13), apontando os itens que serão indicados no Quadro 16.

Quadro 16 - Itens indicados como auxílio para acesso e uso da informação

Treinamentos, Modelo de comunicados via E-mail
Intranet, Impressos e Treinamentos
Treinamentos
Manual da Marca - Intranet
Tecas, canal intranet

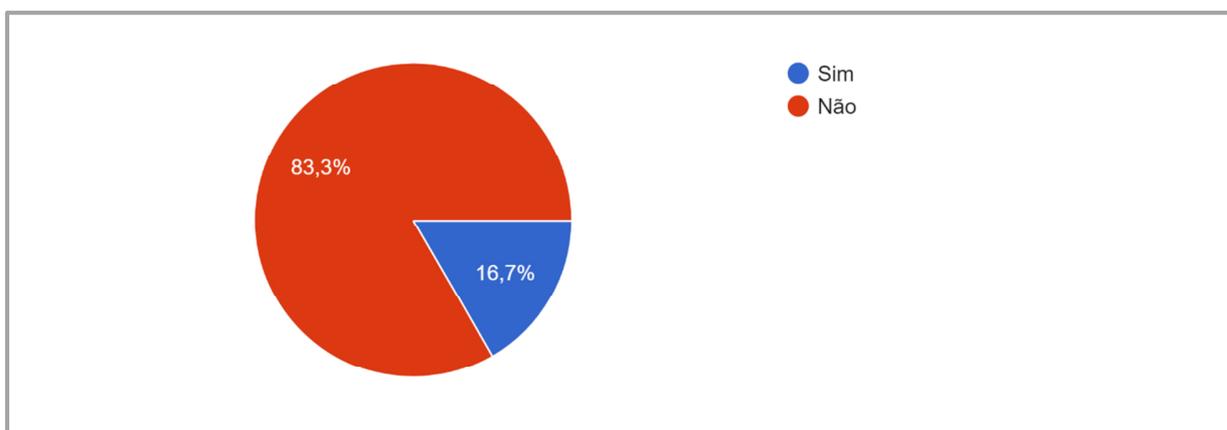
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Os sujeitos indicaram os itens que a empresa fornece para o acesso e uso da informação, dentre eles foram citados: Treinamentos, comunicados via E-mail, impressos, Manual da Marca, Intranet, Tecas físicas e digitais.

É importante ressaltar que o poder da mídia se beneficia da transparência que caracteriza os novos sistemas de representação, causando confusão entre

representação e realidade. A competência midiática confronta, portanto, essa complexidade, combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica. Pois, a competência em informação e midiática envolve o domínio de conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas a seis dimensões básicas. Estas dimensões foram estabelecidas em indicadores, que estão relacionados, em cada caso, com o âmbito de participação das pessoas que recebem mensagens e interagem com elas (âmbito de análise) e das pessoas que produzem mensagens (âmbito de expressão) (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

Gráfico 14 - “Competência em Informação” ou “Information literacy” e “Competência midiática” ou “media literacy”



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Na questão de nº 13 foi perguntado se os sujeitos já tinham ouvido falar sobre “Competência em Informação” ou “Information literacy” e “Competência midiática” ou “media literacy”. Os resultados indicaram que 83,3% dos sujeitos nunca ouviram falar sobre o tema, e apenas 16,7% possuem algum conhecimento sobre esses conceitos. Considera-se que, por atuarem como agentes da comunicação e tratando no cotidiano com a informação e com as mídias e tecnologias disponibilizadas pela organização, esses sujeitos deveriam ter o conhecimento dessas competências e desenvolvê-las a fim de poder desempenhar suas funções com melhor assertividade. Tem importância que nos programas de treinamento oferecidos pela organização esses temas possam ser inseridos como conteúdos estratégicos, conforme menciona Dudziak (2001).

Quadro 17 - Conceito de competência em informação

1 resposta

É conseguir fazer com que a informação seja correta e chegue para todos

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

A resposta obtida nos leva a observar que o colaborador tem vaga noção do que seja a competência em informação e de sua importância para a tomada de decisão no ambiente industrial, atendo-se apenas à confiabilidade da informação e da necessidade de seu compartilhamento, em entretanto, indicar outros elementos que compõem essa competência e que envolvem os padrões e indicadores em relação à necessidade, busca e uso (BELLUZZO, 2007; CHOO, 2003).

Quadro 18 - Conceito de competência midiática

1 resposta

São as plataformas de comunicação interna, como ex.: ramais, intranet, aplicativos e etc.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O sujeito respondente apresentou conhecimento apenas do ponto de vista dos recursos tecnológicos disponíveis na empresa, não demonstrando conhecer as outras dimensões envolvidas e explicitadas por Ferrés e Piscitelli (2015) sobre a competência midiática.

Quadro 19 - Habilidades importantes no acesso e uso da informação

2 respostas
Objetividade, capacidade de transmitir ideia e coerência
Agilidade, boa interpretação da informação e verificar a veracidade da informação

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Na questão de nº 15 (quadro 19) foi solicitado que os sujeitos indicassem até 3 habilidades no acesso e uso da informação que considerassem as mais importantes a serem desenvolvidas na atividade que exercem na organização, como forma disseminação da informação, destacando-se que os colaboradores, de certa forma, demonstraram a relação de fatores que envolvem a competência em informação e midiática ao indicarem, em especial, “boa interpretação da informação” e “verificar a veracidade da informação”

Convém destacar, ao se observar as respostas dadas pelos sujeitos pesquisados que, de acordo com Choo (2003), a informação é elemento fundamental no processo decisório e o estabelecimento de modelos, regras e rotinas direcionam o comportamento dos indivíduos, envolvendo desde a necessidade cognitiva, passando pelas reações emocionais e dimensões situacionais, a fim de sanar as necessidades e desempenhar corretamente suas atribuições na organização.

Além disso, tem importância salientar a contribuição de Julien (2016) que nos evidencia que é preciso que os colaboradores de uma organização entendam como as habilidades, conhecimentos e atitudes da competência em informação e midiática são desenvolvidos porque não dependem apenas da experiência. Isso vale especialmente para as habilidades de avaliação. Da mesma forma, habilidades eficazes e eficientes para encontrar informações exigem tempo e esforço para aprender. A informação é organizada de maneira complexa, e, muitas vezes, pode ser difícil de acessar, avaliar e usar de forma inteligente. Muitas pessoas não entendem o contexto da informação - como ou por que ela é produzida, nem os propósitos para os quais diferentes tipos de informação são disponibilizados.

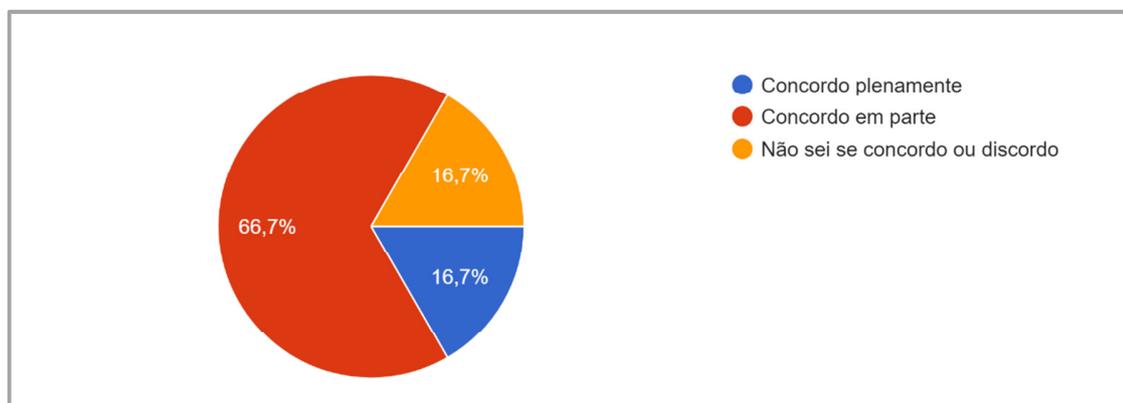
Quadro 20 - Habilidades importantes no acesso e uso das TIC e da mídia

3 respostas
Uso responsável, acessos e recursos: softwares, aplicativos e etc.
Habilidade em comunicação verbal
Liderança, Inteligencia emocional

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Na questão de n° 16 (quadro 20) foi, igualmente, solicitado que os sujeitos indicassem até 3 habilidades no acesso e uso das TIC e da mídia que considerassem as mais importantes, e as condições para seu desenvolvimento, destacando-se como respostas, além de fatores integrantes da competência em informação e midiática, tais como: uso responsável, acessos e recursos, habilidade em comunicação verbal, foi indicado também outros que permeiam essa competência e que têm importância enquanto situações de âmbito estratégico para as organizações – liderança e inteligência emocional. Mas, ressalta-se que Pereira (2010), também destacou a influência dos fatores cognitivos, emocionais e situacionais no comportamento informacional de gerentes, apresentando generalizações quanto aos fatores que influenciam os processos de necessidade, busca e uso da informação, podendo ser aplicáveis à mídia e tecnologia.

Gráfico 15 - Perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato

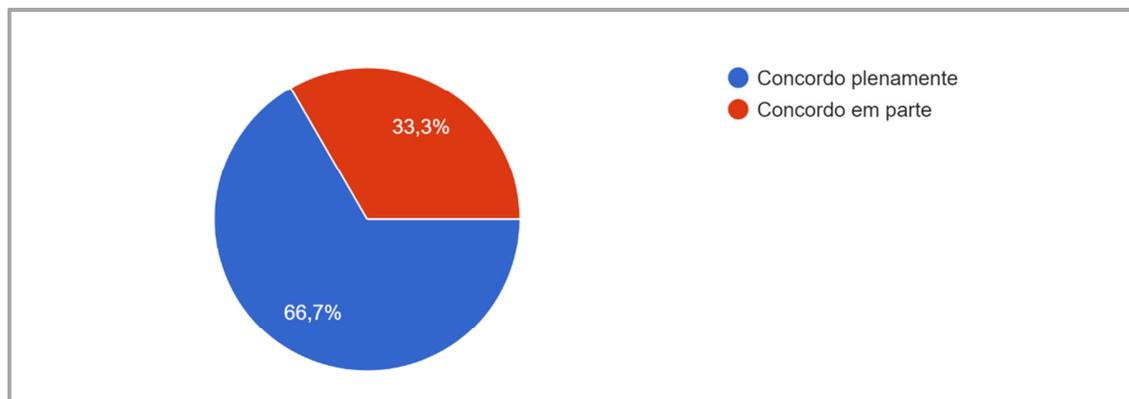


Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Na questão de nº 17.2 (gráfico 15) foi questionado se os sujeitos costumam analisar e avaliar as mensagens/conteúdos a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato, sendo que 66,7% dos sujeitos respondeu que “concordam em parte”, o que pode parecer que nem todos os sujeitos pesquisados têm o mesmo entendimento em relação aos indicadores e padrão mencionados, pois, apenas 16,7% dos sujeitos responderam que “concordam plenamente” e os 16,7% restantes “não sabe se concordo ou discorda” sobre essa perspectiva abordada. Essas respostas levam a inferir a necessidade de se desenvolver nos colaboradores os princípios que norteiam a competência em informação e midiática a fim de que possam reconhecer a sua importância para a tomada de decisões, em especial, nas organizações industriais brasileiras, uma vez que esse processo é um fator complexo que exige capacidade das pessoas quanto ao gerenciamento, reflexão, análise e investigação das informações e dados disponíveis na organização e no ambiente externo. Assim, segundo Moresi (2000), são escolhas situacionais que levam às soluções e resultam em ações, por meio do reconhecimento dos dados e informações corretas para conduzir tanto as pessoas como a própria organização.

Os gráficos a seguir são baseados nas questões de nº 18.1 a 18.3 referentes à busca da informação em face à linguagem em seu âmbito da expressão. As respostas encontram-se agrupadas e sistematizadas no gráfico 16.

Gráfico 16 - Sistemas e representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor

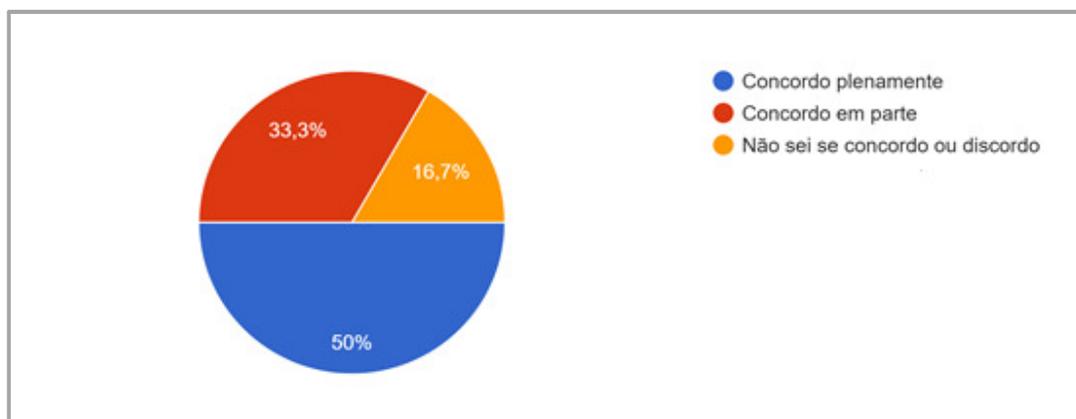


Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 16 aponta que dos sujeitos pesquisados 50% conseguem escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor, enquanto que a outra metade ainda apresenta algum tipo de dificuldade nessa situação comunicativa. Vale lembrar que Ferrés e Piscitelli (2015) indicaram como essa dimensão e âmbito deveriam ser constituídos para a competência midiática estar presente nos colaboradores, a fim de que pudesse ter maior capacidade para, ao final, modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.

As questões de nº 19.1 a 19.3 foram estabelecidas e agrupadas para efeito da interpretação de suas respostas mediante a busca da informação por meio da tecnologia e em seu âmbito da análise, contemplando sua importância para os colaboradores em termos organizacionais. O resultado é apresentado nos Gráficos 17 e 18.

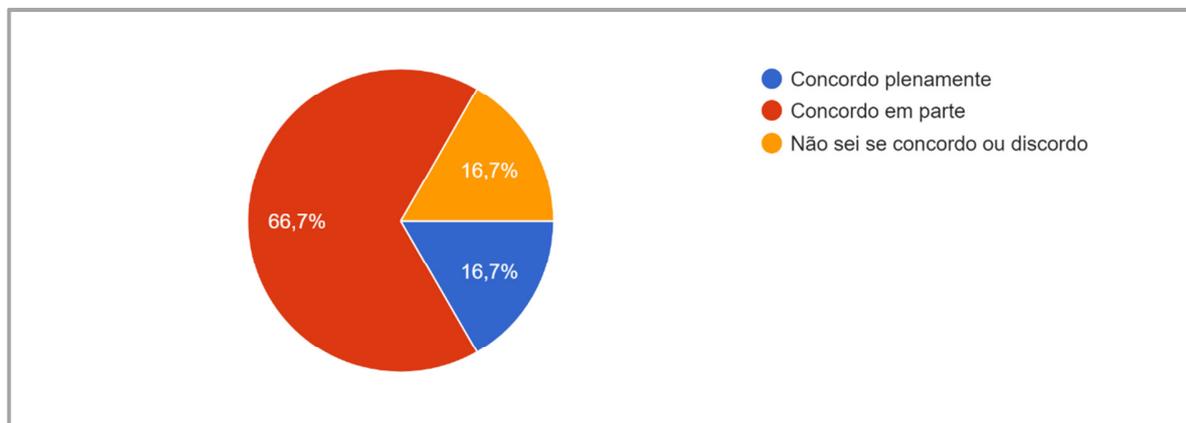
Gráfico 17 - Interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem/conteúdo



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 17 ilustra, portanto, que 50% dos agentes da comunicação conseguem interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem ou conteúdo, enquanto que, 33,3% “concordam em parte” e 16,7% “não sabe se concorda ou discorda”, isso aponta que metade dos sujeitos pesquisados ainda apresentam certa dificuldade nessa questão de avaliar diversos códigos de representação. Entretanto, de acordo com Ferrés e Piscitelli (2015), é de extrema importância saber interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem, compreendendo o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão e estabelecendo relações entre textos – intertextualidade -, códigos e mídias, a fim de proceder à elaboração de conhecimentos abertos, sistematizados e inter-relacionados.

Gráfico 18 - Perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

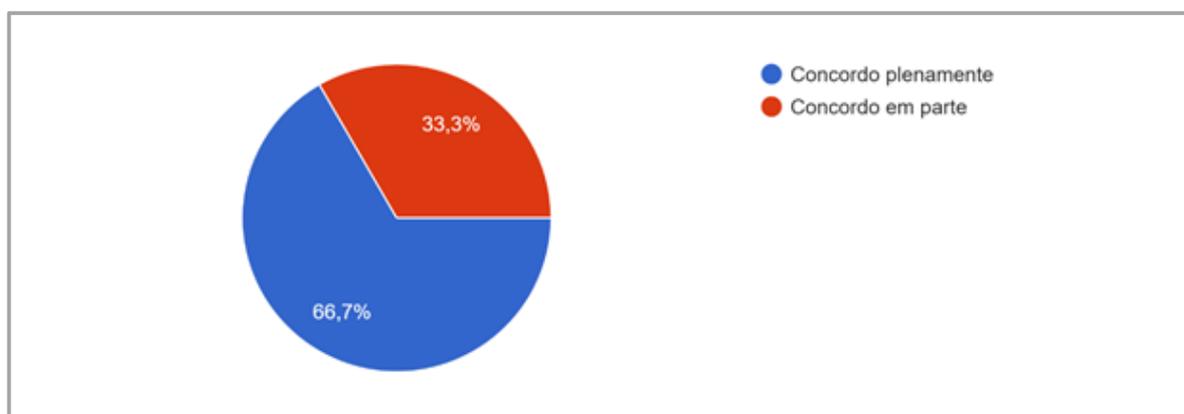
A questão 19.2 referente ao gráfico 18, apresenta que 66,7% dos sujeitos possuem facilidade em analisar e avaliar as mensagens/conteúdos a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato. Embora seja maioria, é importante também destacar que um menor contingente ainda não apresenta esse mesmo perfil, o que pode interferir no contexto do acesso e uso da informação e da mídia e tecnologias disponibilizadas pela empresa.

Tendo em vista esses resultados, não parece existir na totalidade de colaboradores que compõem a área em estudo - “agentes da comunicação” as competências e habilidades necessárias quanto ao acesso e uso da informação de forma adequada e inteligente, permitindo a construção do conhecimento e sua aplicabilidade aos processos e atividades da organização, criando diferenciais competitivos. Acredita-se ser recomendável investir em programas de capacitação voltados à essa finalidade, considerando-se o que afirma Dudziak (2001), quando se refere à necessidade da mobilização de conhecimentos, sendo importante o resgate e a consolidação de um compromisso mais crítico com a informação, mídia e tecnologia. Para tanto, é importante salientar que a organização muitas vezes é responsável pela manipulação de dados visando à produção de novas informações e conhecimentos. Assim, torna-se imperativo que as habilidades e atitudes relacionadas ao universo

informacional, incluindo a capacidade de leitura e escrita, se intensifiquem por meio da aprendizagem na busca pelo acesso, uso e preservação da informação e do conhecimento.

Questões de nº 20.1 a 20.4 são baseadas na busca da informação por meio da tecnologia em seu âmbito da expressão e sua importância, sendo que as respostas acham-se agrupadas e sistematizadas no Gráfico 19.

Gráfico 19 - Sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa



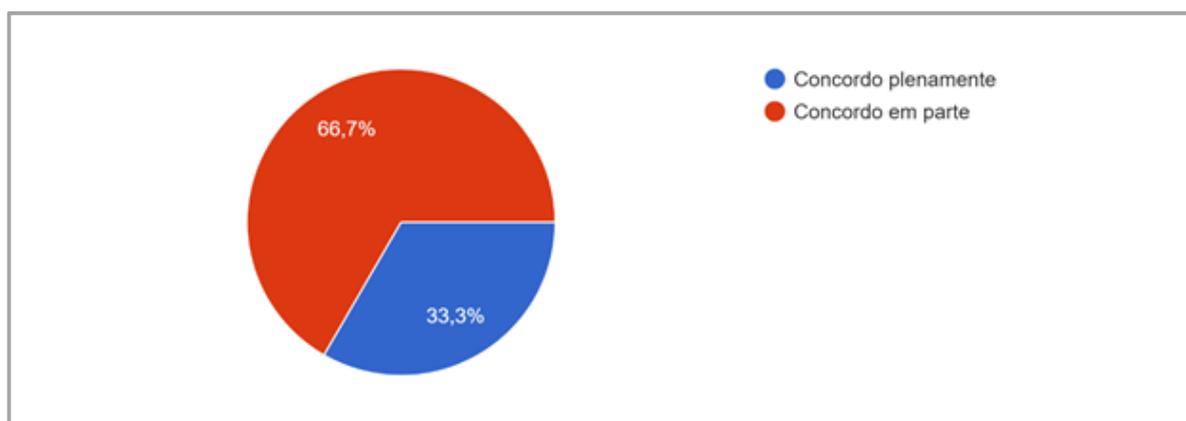
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Em síntese, o gráfico 19 mostra que 66,7% dos sujeitos conseguem escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor, no tocante à tecnologia e no âmbito da expressão. Porém, deve-se considerar ainda que a média de 33,3% indica a indecisão por parte dos sujeitos pesquisados em relação à pergunta efetuada e seus desdobramentos.

Desta forma, compreende-se que é essencial a capacidade de se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados, modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor, adaptar-se as ferramentas tecnológicas aos objetivos comunicativos almejados, elaborar e manipular imagens e sons a partir do conhecimento de como se constroem as representações da realidade (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

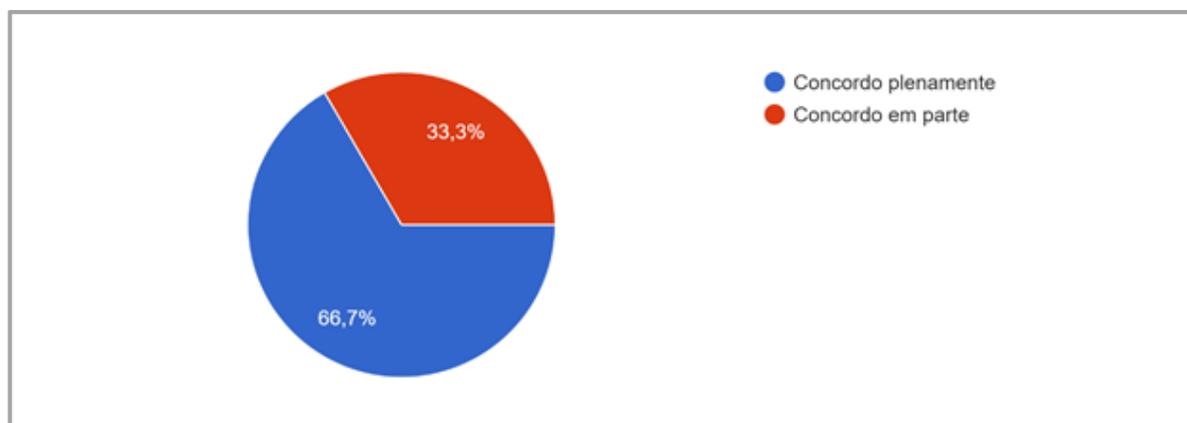
Questões de nº 21.1 a 21.5 são relacionadas à busca da informação mediante os Processos de interação em seu âmbito da análise e sua importância. As respostas acham-se agrupadas e apresentadas nos Gráficos 20 e 21.

Gráfico 20 - As necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural e outros



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 20 aponta que 66,7% dos colaboradores pesquisados possuem conhecimento em discernir o porquê determinados meios, produtos ou conteúdos são apreciados. Porque estes têm êxito, individual ou coletivamente: quais as necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural, etc. Mas, ainda não se conta com o mesmo perfil para outros colaboradores, o que requer também investimento em sua capacitação. Isto porque, ressalta-se que, o conhecimento da importância do contexto nos processos de interação é fundamental, além do desenvolvimento da capacidade de seleção, revisão e auto avaliação do próprio consumo midiático, de acordo com critérios conscientes e racionais. Avaliando os efeitos cognitivos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas, discernindo e gerindo as dissociações que por vezes são produzidas entre sensação e opinião, entre emotividade e racionalidade (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

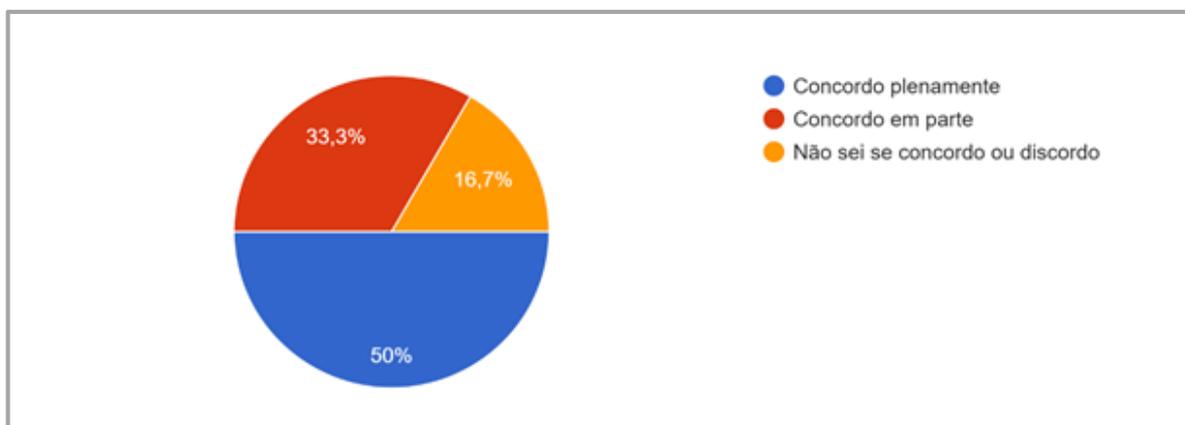
Gráfico 21 - Avaliar os efeitos das emoções

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Questão de nº 21.3 (gráfico 21) apresenta como resultados que 66,7% dos sujeitos conseguem avaliar os efeitos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas. Isso pode ser observado ser um elemento importante, considerando-se os padrões e indicadores de CoInfo (BELLUZZO, 2007) e também os princípios de Ferrés e Piscitelli (2015), ao se referirem ao componente “atitudes” que envolvem tanto a competência em informação como também a midiática.

Questões de nº 22.1 a 22.4 são referentes à busca da informação mediante aos Processos de interação em seu âmbito da expressão e sua importância. As respostas acham-se agrupadas e sistematizadas nos Gráficos 22 e 23.

Gráfico 22 - Normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações

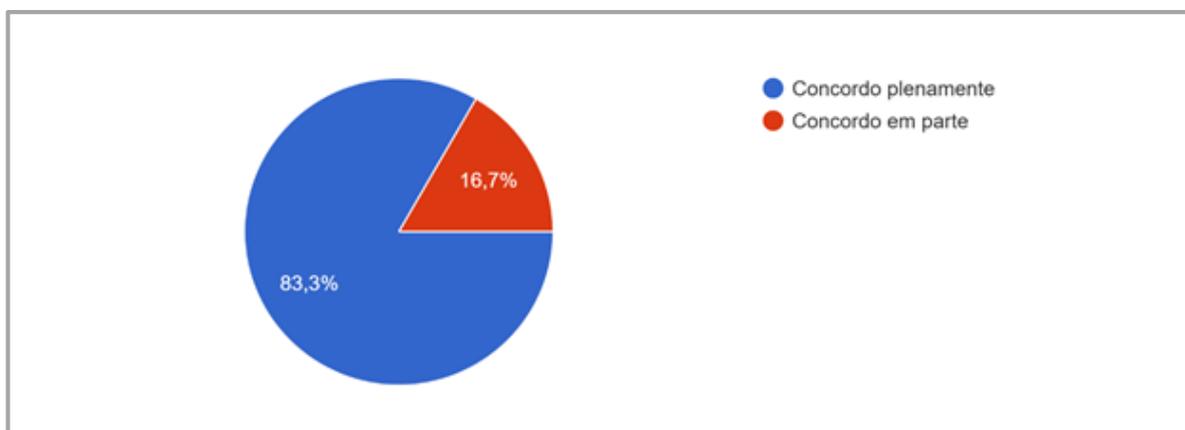


Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Questão n° 22.3 (Gráfico 22) apresenta em síntese que 50% dos agentes da comunicação possuem conhecimento das possibilidades legais de reclamação diante do descumprimento das normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações. Mas, deve haver a preocupação com a outra metade que não apresentou respostas que indicassem haver a mesma condição desse conhecimento, considerando-se que 33,3% respondeu concordar em parte e outros 16,7% que ficou incerto se concordaria ou não.

Encontramos em Ferrés e Piscitelli (2015), em síntese, que uma atitude ativa na interação com as telas, deve ser entendida como oportunidade para construir uma cidadania mais plena, um desenvolvimento integral, para transformar o indivíduo e o seu entorno. Obtendo capacidade de executar um trabalho colaborativo mediante a conectividade e a criação de plataformas que facilitam as redes sociais, facilitando o fato de interação com pessoas e coletivos em diversos ambientes cada vez mais plurais e multiculturais.

Questões de n° 23.1 a 23.4 são referentes a busca da informação mediante aos Processos de produção e difusão em seu âmbito da análise e sua importância. Enquanto que as questões de n° 24,1 a 24.3 são referidas a busca da informação mediante os Processos de produção e difusão em seu âmbito da expressão e sua importância. As respostas foram agrupadas e sistematizadas no Gráfico 23.

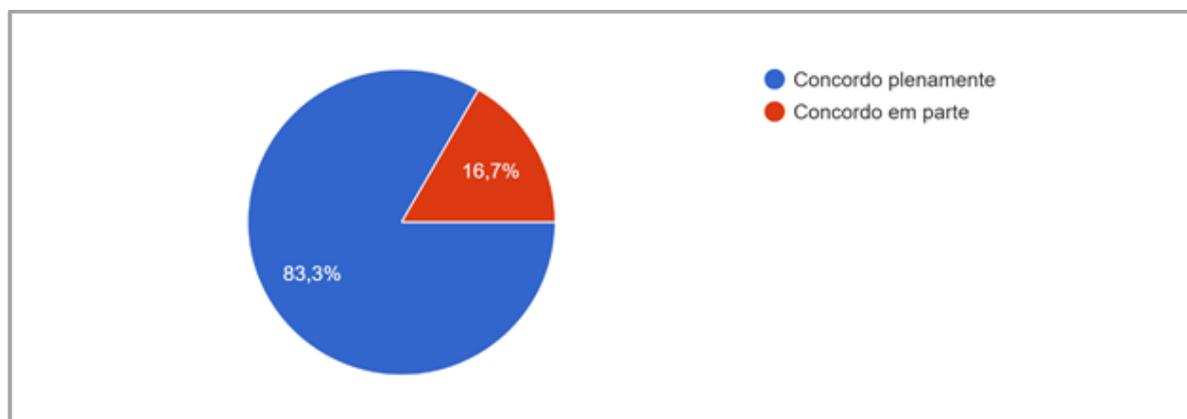
Gráfico 23 - Compartilhar e disseminar informação

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Destaca-se ao observar o gráfico 23, que os sujeitos pesquisados priorizam compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas, apontando a média de 83,3%. Entretanto, existe um percentual de 16,7% que indicou concordar apenas em parte em termos de importância, o que requer também um investimento em capacitação para que os colaboradores, em sua totalidade, apresentem um perfil de habilidades condizente com os princípios da competência em informação e midiática.

Corroboram com essa necessidade, considerando-a de alta relevância, autores como Ferrés e Piscitelli (2015) ao afirmarem que o desenvolvimento da capacidade de manejar a própria identidade online/off-line e ter uma atitude responsável diante do controle de dados privados, próprios ou de outros. Isso está relacionado com a capacidade de criar redes de colaboração e retroalimentá-las e ter uma atitude comprometida em relação a elas, possibilitando selecionar mensagens significativas, apropriar-se delas e transformá-las para produzir novos significados.

Questões de nº 25.1 a 25.3 são referentes a busca da informação mediante a Ideologia e valores em seu âmbito da análise e sua importância. Seguido das questões de nº 26.1 a 26.4 que são referentes à busca da informação mediante a Ideologia e valores em seu âmbito da expressão e sua importância. As respostas acham-se agrupadas e sistematizadas no Gráfico 24.

Gráfico 24 - Novas ferramentas comunicativas

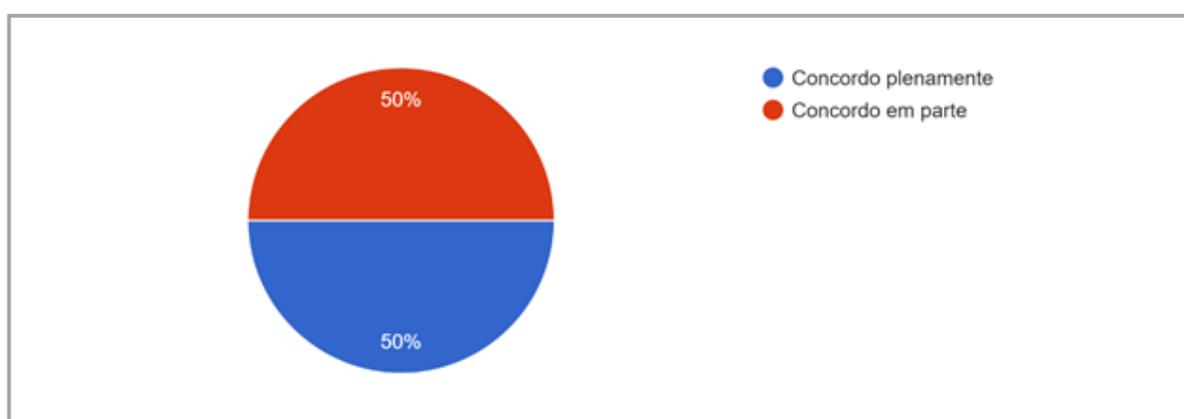
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O gráfico 24 ilustra que 83,3% dos sujeitos utilizam as novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos, como uma atitude de compromisso social e cultural.

Nesse cenário observa-se que de acordo com Ferrés e Piscitelli (2015) que é indispensável a capacidade de descobrir o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade, frequentemente em relação às comunicações inadvertidas. Ainda, citam que têm importância saber avaliar a confiabilidade das fontes de informação, extraindo conclusões críticas, tanto do que se diz, quanto do que se omite, deste modo desenvolve-se as intenções ou interesses subjacentes, tanto nas produções corporativas quanto nas populares, assim como sua ideologia e valores, explícitos ou latentes, adotando uma atitude crítica em relação a eles. Apontam também, esses autores, que estabelecendo a capacidade de analisar as identidades virtuais individuais e coletivas e de detectar os estereótipos, sobretudo de gênero, raça, etnia, classe social, religião, cultura, deficiência, etc., analisando suas causas e consequências, elaborando produtos e modificando os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas, é que torna assim possível aproveitar de maneira significativa ferramentas do novo ambiente comunicativo para se comprometer como cidadão ou cidadã de modo responsável na cultura e na sociedade (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

Questões n° 27.1 a 27.3 são referentes a busca da informação mediante a Estética em seu âmbito da análise e sua importância. Enquanto que, as questões de n° 28.1 a 28.3 foram atribuídas baseadas nos conceitos da busca da informação mediante a Estética em seu âmbito da expressão e sua importância. As respostas a essa questões foram agrupadas e sistematizadas no Gráfico 25.

Gráfico 25 - Mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Ao analisar o gráfico 25 observa-se que 50% dos sujeitos pesquisados produzem mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade, atribuindo importância a tais situações no seu cotidiano. Entretanto, as respostas dos outros 50% demonstraram haver incerteza quanto a isso, o que de certa forma, traz consigo preocupação quanto às questões dos processos decisórios, uma vez que esses são requisitos de importância que podem criar conflitos entre a equipe devido às lacunas existentes entre os colaboradores em relação às habilidades consideradas de alta relevância por autores como Ferrés e Piscitelli (2015).

Pode-se constatar que é fundamental obter a capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica, desenvolvendo a sensibilidade para reconhecer uma produção midiática que não se adequa às exigências mínimas de qualidade estética. Desta forma,

estabelecendo a capacidade de relacionar as produções midiáticas com outras manifestações artísticas, detectando influências mútuas, identificando as categorias estéticas básicas como a inovação formal e temática, a originalidade, o estilo, as escolas e tendências, com a possibilidade de produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade, deste modo potencializando a criatividade, a inovação, a experimentação e a sensibilidade estética (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

Nesse aspecto, a organização poderá compartilhar e proporcionar aos “Agentes da comunicação” maior conhecimento frente às informações estratégicas, que possibilitem conhecer de maneira aprofundada as tomadas de decisões, diretrizes e políticas que compreendem a organização, proporcionando assim um aprofundamento no conhecimento de informações que compõem o seu mercado de negócio, custo e riscos de seu ambiente organizacional, informações relativas aos produtos que estão sendo elaborados, atualizações constantes com informações que sejam importantes para compor suas ações e complementarem seu conhecimento profissional.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como objetivo principal identificar a situação da competência em informação e midiática no contexto das organizações industriais e estabelecer inter-relação com o processo decisório, tendo como ambiência de pesquisa a Duratex S.A., em sua Unidade de Agudos (SP), com foco na seção “Agentes de Comunicação”.

A partir desse objetivo, este estudo fundamentou-se em ampla revisão bibliográfica e documental para análise seletiva do estado da arte, em um primeiro momento, sobre as organizações industriais no cenário contemporâneo, competência em informação e midiática e o processo decisório nas organizações industriais sob o enfoque dessa competência, o que permitiu construir referencial teórico de apoio ao estudo de caso, além de possibilitar a aplicação de padrões e indicadores de *performance* para avaliação de profissionais quanto à sua compreensão. Além disso, também permitiu a transposição e aplicação de princípios envolvendo especialmente o tema - competência em informação para o acesso e uso de informação e sua contribuição para a tomada de decisão em ambiente industrial corporativo. Em decorrência, pode-se constatar que:

- ✓ As organizações industriais, a exemplo das demais na sociedade contemporânea, apresenta-se, em linhas gerais, caracterizada por uma economia informacional e exige maior qualificação das pessoas no sentido de acesso e uso da informação e da mídia e tecnologias para a construção de conhecimento, considerando-se a mediação de TIC e a necessidade de compartilhamento, cooperação e tomadas de decisão mediante a integração e interação comunicacional nos ambientes organizacionais.
- ✓ Em decorrência das características marcantes de mudanças sociais em curso, há novas exigências de competências para o cidadão e o trabalhador, destacando-se a Competência em Informação e Midiática, principalmente no que se refere às estruturas organizacionais nos ambientes industriais.

- ✓ A partir da análise de conceitos e definições obteve-se uma visão aprofundada sobre a temática, mostrando que é possível estabelecer ações de melhoria com o auxílio da competência em informação e midiática, fator indispensável para o sucesso da gestão da organização, pois com elas é possível adotar medidas e formular objetivos com a finalidade de gerar processos decisórios mais assertivos, deste modo aumentando a capacidade produtiva e, conseqüentemente, seus resultados.
- ✓ Porém, nota-se que os estudos referentes à competência em informação e midiática no ambiente de trabalho são ainda recentes e, pela escassez de relatos (WEBBER; JOHNSTON, 2017) têm apresentado dificuldades para pesquisadores e organizações que se voltam para essas questões. Embora o mundo do trabalho já tenha constatado que faltam aos empregados as habilidades necessárias para o uso eficaz da informação, não tem sido fácil promover competência em informação e midiática nesse cenário, por motivos tais como: os executivos não têm familiaridade com a terminologia, tampouco com o conceito dessas competências e têm dificuldade em definir os objetivos de aprendizado e os currículos para treinamento; a competência em informação e midiática demanda, não somente mudança no comportamento, mas também na forma de avaliar a necessidade de acessar e usar eficazmente a informação no trabalho. É um processo lento e requer mudança na cultura da organização, para que recepcione formas inovadoras de trabalhar, dando aos colaboradores oportunidade de fazer seus próprios julgamentos e tomar decisões para solucionar problemas de trabalho; nas organizações, a expectativa é de que os empregados tenham aprendido o trato da informação na escola, no pressuposto de que aqueles que se graduam têm habilidades para organizar, filtrar e apresentar a informação, não sendo necessário promovê-las no ambiente de trabalho. (CHEUK, 2002).
- ✓ Além disso, outros fatores, como a falta de entendimento pacífico sobre o conteúdo e o objetivo da competência em informação e midiática e a indefinição de quais habilidades e em que nível são necessárias no âmbito organizacional,

contribuem para dificultar a promoção da dessas competências no mundo corporativo (BRUCE, 1999).

O percurso metodológico realizado para o desenvolvimento do estudo de caso (pesquisa documental, observação *in loco* mediante entrevista estruturada com a gestora e questionário aplicado aos colaboradores do setor em estudo – Agentes de Comunicação -Duratex / Agudos-SP) permitiram identificar a necessidade do estabelecimento de ações junto aos colaboradores com foco à formação e capacitação em competência em informação e midiática em ambientes de organizações industriais, confirmando os pressupostos desta dissertação pela evidência da importância de proporcionar um patamar desejável para a conquista de habilidades reais para o acesso e uso da informação e de melhorias nos processos de comunicação, nos serviços e recursos disponibilizados na organização estudada. Evidenciou-se, portanto, ser necessária a importância da tomada de decisão assertiva dentro do processo decisório, pois as decisões são tomadas de acordo com as políticas, procedimentos ou regras, desenvolvendo um conjunto de alternativas para responder as necessidades da situação e solucionar as causas, desta forma monitorando a implementação da decisão e avaliando sua eficácia no alcance das metas estabelecidas pela organização.

Acreditando na importância de estudos e pesquisas que possam trazer melhor compreensão entre as questões que envolvem esse cenário industrial, as tecnologias inovadoras e a competência em informação e midiática, buscou-se oferecer, inclusive uma visão abrangente da inter-relação entre padrões e indicadores da competência em informação e midiática em articulação com abordagens conceituais relacionadas aos processos decisórios, representada na forma de quadros conceituais e que, embora de natureza teórica, podem ser considerados como subsídios a novos estudos e pesquisas com sua aplicação e validação em outros contextos, sendo este o principal propósito desta contribuição.

REFERÊNCIAS

- ACRL. ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES. **Global perspectives on information literacy**: fostering a dialogue for international understanding. Chicago, IL: Association of College and Research Libraries, 2017.
- ACRL. ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES. **Information literacy competency**: Standards for Higher Education. Chicago, ACRL, 2000.
- ANTONY, R.N. **Planning and control system**: a framework for analysis. Cambridge Harvard University Press, 1965. 180p.
- ANSOFF, H. I. **Corporate strategy**. New York, McGraw-Hill, 1965.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BASSETTO, C.L. **A inter-relação entre competência em informação e a construção de conhecimento corporativo em ambiência de redes organizacionais**: um estudo do SEBRAE-SP / Escritório Regional de Bauru. 206 f.(Dissertação de Mestrado-UNESP- Marília), Marília, 2012.
- BAUMAN, Z. **Globalização as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar , 1999.
- BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.
- BELLUZZO, R.C.B. **Construção de mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. 2 ed. Bauru: Maria do Carmo Fortuna, 2007.
- BELLUZZO, R. C. B. Como desenvolver a Competência em Informação: uma mediação integrada entre a biblioteca e a escola. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 11-14, 2008.
- BELLUZZO, R.C.B. **A competência em informação no Brasil**: cenários e espectros. São Paulo: ABECIN Editora, 2018. Disponível em: <http://www.abecin.org.br/> Acesso em: 29 jun. 2018.
- BELLUZZO, R.C. B.; FERES, G. G. (Org.). **Competência em informação**: das reflexões às lições aprendidas. São Paulo: FEBAB, 2013. v. 1, p. 58- 74.
- BELLUZZO, R. C. B.; KOBAYASHI, M. C. M.; FERES, G. G. Information literacy: um indicador de competência para a formação de professores na sociedade do conhecimento. **Educação Temática Digital**, Campinas, v. 6, n. 1, 81-89, 2004.

BENITO MORALES, F. Nuevas necesidades, nuevas habilidades, fundamentos de la alfabetización em información. In: GOMÉZ HÉRNADEZ, J. A. et al. (Orgs.). **Estrategias y modelos para enseñar a usar la información**. Murcia: KR, 2000.

BESANKO; D. et al. **A economia da estratégia**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BITENCOURT, C. **Gestão contemporânea de pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. Porto Alegre: Bookman, 2004.

BORGES, M. E. N. A informação como recurso gerencial das organizações na sociedade do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v.24, n.2, p.181-188, maio/ago. 1995.

BRANDÃO, H. P. Aprendizagem e competências nas organizações: uma revisão crítica de pesquisas empíricas. **Gestão. Org., Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v.6, n.3, p. 321-342, 2008.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem populacional**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/popul/default.asp>. Acesso em: 17 ago. 2017.

BRUCE, C.S. Workplace experiences of information literacy. **International Journal of Information Management**, v.19,n.1, p. 33-47, 1999.

BUY, A. **Técnicas de pesquisa**: observação, questionário e entrevista. 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/narf2916/tnicas-de-pesquisa-observao-questionrio-e-entrevista> . Acesso em: 11 mai. 2018

CAMPELLO, B. S. **Biblioteca escolar**: temas para uma prática pedagógica. Belo Horizonte: Autêntica, 2002

CANONGIA, C. "**Sistema de inteligência**: uso da informação para dinamização, inovação e competitividade". In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INFORMAÇÃO E ÉTICA, 1, 1998, Florianópolis, Anais eletrônicos. Florianópolis: UFSC, 1998.

CAREGNATO, S. E. O desenvolvimento de habilidade informacionais: o papel das bibliotecas universitárias no contexto da informação digital em rede. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**, Porto Alegre, v.8, p.47-55, 2000.

CARTA DE MARÍLIA. III Seminário de Competência em Informação: cenários e tendências. Disponível em: <http://www.lti.pro.br/userfiles/downloads/CARTA_de_Marilia.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

CARVALHO, G. M. R. de; TAVARES, M. S. Informação e conhecimento: uma abordagem organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.

CASARIN, H.C.. Competência informacional e midiática e a formação de professores de ensino fundamental: um relato de experiência. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, n. especial, p. 301-321, jan./jul. 2017.

CASTELLS, M. Flujos, redes e identidades: uma teoria crítica de la sociedade informacional. **Actas del congreso internacional**. Nuevas perspectivas críticas em educacion. Barcelona: Paidós, 1994.

CATTS, R.; LAU, J. **Towards information literacy indicators**. UNESCO: Paris, 2008.

CHEUK, B. **Information literacy in the workplace context: issues, best practices and challenges**. White paper prepared for UNESCO, The US National Commission on Libraries and Information Science, and the National Forum on Information Literacy, for use at the Information Literacy Meeting of Experts, Prague, The Czech Republic, 2002.

CHIAVENATO, I. **Administração, teoria, processo e prática**. São Paulo: Makron Books, 2000.

CHILD, J. **Organização: princípios e prática contemporâneos**. São Paulo: Saraiva, 2012.

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.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2006.

CHOO, C. W. et al. Information culture and information use: an exploratory study of three organizations. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, Bloomington, v. 59, n. 5, p. 792– 804, 2008.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET DO BRASIL. **Cresce uso de Internet e redes sociais por microempresas no Brasil, aponta pesquisa do Cetic.br**. 2017. Disponível em: <https://www.cgi.br/noticia/releases/cresce-uso-de-internet-e-redes-sociais-por-microempresas-no-brasil-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CORDEIRO, I.C. **Argumentação e leitura: a importância do conhecimento prévio**. 2005. Disponível em: http://www.faccar.com.br/eventos/desletras/hist/2005_g/2005/textos/005.html . Acesso em: 10 abr. 2018.

COSTA, A.B. da. **Inovações e mudanças na organização industrial**. Ensaios FEE, Porto Alegre, v.21, n.2, p.7-31, 2000.

DAMASIO, M.J. **Contributos para a constituição de uma literacia mediática.** Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/damasio-manuel-literacia-mediatica.html. Acesso em: 28 jun.2018.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial:** como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DE SORDI, J. O. **Administração da informação:** fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2008.

DIAS, M. M. K.; BELLUZZO, R. C. B. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente.** Bauru: Edusc, 2003.

DI CROCE, D. **Media literacy:** teacher resource guide. Toronto: Canadian Broadcasting Corporation. 2009.

DOYLE, C. **Information literacy in a information society:** a concept for the information age. ERIC Clearinghouse on Information & Technology. Syracuse University, New York, jun.1994. Disponível em: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED372763.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2018.

DUDZIAK, E.A **Information literacy e o papel das bibliotecas.** 2001. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes da USP. São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-30112004-151029/pt-br.php> Acesso em: 24 de fev. 2018.

DUDZIAK, E.A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, p.23-35, jan./abr. 2003. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/123/104>>. Acesso em:20 jun.2018.

DURATEX. **Áreas de Negócio.** 2018a. Disponível em: <<http://www.duratex.com.br/pt/quem-somos/a-duratex>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

_____. **Duratex em Rede.** 2018c. Disponível em: <<https://duratexsa.sharepoint.com/sites/intranet/Institucional/Paginas/Comunicação/Duratex-em-rede.aspx>>Acesso em: 31 out. 2018.

_____. **Estrutura de Governança.** 2018b. Disponível em: <<http://www.duratex.com.br/pt/quem-somos/governanca> >. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. **Missão, visão e valores.** 2018c. Disponível em: <http://www.duratex.com.br/pt/Nossa_Empresa/MissaoVisaoValores.aspx>. Acesso em: 20 jun. 2018.

DURAND, T. Forms of incompetence. In: Fourth International Conference on Competence-Based Management. **Proceedings...** Oslo: Norwegian School of

Management, 1998.

DUTRA, J. S. **Competências**: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2004.

FARIAS, G. B. de. Competência informacional e midiática no ensino de biblioteconomia: apontamentos para o contexto brasileiro. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 111-135, 2017.

FELIX, W. **Introdução à gestão da informação**. Campinas: Alínea e Átomo, 2003.

FERREIRA, J.; NEVES, J.; CAETANO, A. **Manual de psicossociologia das organizações**. Lisboa: McGraw Hill, 2001.

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina, Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, v.9, n.1, p. 1-16, junho 2015.

FLEURY, M.T.L.; FLEURY, A.C.C. Alinhando estratégia e competências. **Revista de Administração de Empresas**, v. 44, n. 1, p. 44-69, 2004.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. C. C. Construindo o conceito de competência. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, p. 183-196, 2000.

FLEURY, M. T. L.; OLIVEIRA Jr. M. M. (Orgs.). **Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências**. São Paulo: Atlas, 2008.

GARCIA, L. G.; PINHEIRO, C. B. F. Desenvolvendo a competência informacional das organizações por meio da gestão de pessoas por competências. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 20, n. 43, p. 133-152, ago. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOLDMAN, S.; NAGEL, R.; PREISS, K. **Agile competitors and virtual organizations: strategies for enriching the customer**. New York, Van Nostrand, 1995.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro**: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. 15.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

HARDWICK, M.; BOLTON, R. The Industrial Virtual Enterprise. **Communications of the ACM**, v. 40, p. 59- 60, 1997.

HATSCHBACH, M. H. L. **Information literacy**: aspectos conceituais e iniciativas em ambiente digital para o estudante de nível superior. 2002. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, IBICT/UFRJ, Rio de Janeiro, 2002.

HEIN, L.H. **Introdução quantitativa às decisões administrativas**. São Paulo: Atlas, 1962, 465p.

HORTON JÚNIOR, F. W. **Overview of information literacy resources**. UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/overview_info_it_resources.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2018.

HUNT, E. Intelligence as an information processing concept. **British Journal of Psychology**, v. 71, p. 449-474, 1980.

JENKINS, H. **Una cultura de la convergencia**. Barcelona: Paidós, 2008.

JOHNSON-LAIRD, P.N. **The computer and the mind**: an introduction to cognitive science. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1988.

JULIEN, H. Beyond the hyperbole: Information literacy reconsidered. **Communications in Information Literacy**, v.10, n.2, p.124-131, 2016.

KENDALL, K. E.; KENDALL, J. E. **Análisis y diseño de sistemas**. México : Prentice-Hall, 1991, 881p.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LANCASTER, F. W. O currículo da Ciência da Informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 17, n.1, p. 01-05, jan./jun. 1989.

LASTRES, H. M. M., ALBAGLI, S. (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LE BOTERF, G. De la compétence : essai sur un attracteur étrange. In: LE BOTERF. **Les éditions d'organisations**. Paris: Quatrième Tirage, 1995.

LEE, A. Y.I.; SO, C. Y.K. Media literacy and information literacy: similarities and differences. **Comunicar: Media Education Research Journal**, v. 21, n. 42,p.137-145, 2014.

LYLES, M. A. **Organizational learning and knowledge transfer in international joint ventures**. Trabalho apresentado no Seminário Internacional Competitividade Organizacional - Gestão do Conhecimento e Universidade Corporativa, São Paulo, 1999.

MACCRIMMON, K. R. Managerial decision making. In: MCGUIRE, J. W., ed. **Contemporary management: issues and dewpoints**. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, p.43-44, 1973.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIOTTO, F. L. O Conceito de competitividade da empresa: uma análise crítica. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, vol. 31, n. 2, abr-jun 1991.

MARTIN, A.; MADIGAN, D. (Ed.). **Digital literacies for learning**. London: Facet Publishing, 2006.

MCGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação**: uma análise introdutória. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MIRANDA, R. C. da R. O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas. **Ciência da Informação**, Brasília, v.28, n.3, p.284-290, set./dez. 1999.

MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. **Ciência da Informação**, Brasília, v.33, n.2, p.112-122, maio/ago. 2004.

NONAKA, I.; TAKEUSCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 19. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PARAVENTI, A. C. Uso estratégico das publicações na gestão dos relacionamentos organizacionais. In. FARIAS, L. A. de (Org.). **Estratégia em relações públicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

PARKER, B. Evolution and revolution: from International Business to Globalization. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W.(Eds.) **Handbook of organization studies**. London, Sage, 1996.

PEREIRA, F. C. M. Necessidades e usos da informação: a influência dos fatores cognitivos, emocionais e situacionais no comportamento informacional de gerentes. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.15, n. 3, p. 176-194, set./dez. 2010.

PÉREZ , M.A.; DELGADO , Á. De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. **Comunicar**, v.39 , p. 25-34, 2012.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información**: dimensiones e implementación para el éxito organizacional. Argentina: Rosario, Santa fé: Nuevo Parhadigma Ediciones, 2007.

PONTES, J. J.; TALAMO, M. F. M. Alfabetização digital: proposição de parâmetros metodológicos em competência informacional. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 19, n. 2, p. 81-98, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000007564&dd1=035e1>>. Acesso em: 13 jan. 2018

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. **Competitive strategy**. New York, The Free Press, 1980.

PORTER, Michael E. **Competitive advantage**. New York, The Free Press, 1985.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

QUINN, J. B.; ANDERSON, P.; FILKELSTEIN, S. Gerenciando o intelecto profissional: extraindo o máximo dos melhores. In: **Harvard Business Review: gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 2000. p. 174-196.

RICHARDSON, G.B. The organization of industry. **Economic Journal**, v.82, n.327, p. 883-896, Sep. 1972.

RIZZO, G. A., FALSARELLA, O. M. Estrutura informacional para monitoramento do planejamento estratégico apoiado no *balance scorecard*. **eGesta - Revista Eletrônica de Gestão de Negócios**, v.2, n.2, p. 113-137, 2006.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROSSATO, M.A.; CAVALCANTE, M. **Metodologia de mapeamento da competência dos colaboradores**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DO CONHECIMENTO, 2002, Curitiba. Anais... Curitiba: PUC/PR, 1 CD-ROM. 2002.

SANTAELLA, L. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. **Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo**, v.1, n.1, 2007.

SANTOS, C. A. **Análise de instrumentos de avaliação da competência informacional voltados para a educação superior**. Marília. 180f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista. Marília, 2011.

SANTOS, J. **Educação profissional & práticas de avaliação**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

SANTOS, V.C.B dos. **A competência em informação na construção da inteligência competitiva nas organizações: o caso da empresa Mizumo Pompéia/SP** 2014.164f.

Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Campus de Marília. Marília, 2014. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/PosGraduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/santos_vcbd_me_mar.pdf Acesso em: 27 jun.2018.

SCHEIN, E. **Guia de sobrevivência da cultura corporativa**. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2007.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1934

SCHUMPETER, J.A. **Capitalism, socialism and democracy**. 2.ed. New York: Harper and Brothers, 1947.

SIMON H.A. **Comportamento administrativo**: estudo dos processos decisórios nas Organizações Administrativas. Rio de Janeiro: Aliança para o Progresso, 1965. 311 p.

SIMON H.A. **The shape of automation**: a psychological analysis of conflict, choice and commitment. New York: Macmillan, 1977, 111p.

SPARROW, P.R.; BOGNANNO, M. Competency requirement forecast: issues for international selection and assesment. In: MABEY, C.; ILES, P.(Eds). **Managing learning**. London: Routledge, 1994.

TAYLOR, F. W. **Princípios de administração científica**. 7.ed. São Paulo : Atlas, 1987

TERRA, J. C. T. **Gestão do conhecimento**: aspectos conceituais e estudo exploratório sobre as práticas de empresas brasileiras. 1999. Tese (Doutorado) – Poli-USP. Universidade de São Paulo, São Paulo.

UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional**. 2016. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/communication-and-information/access-toknowledge/media-and-information-literacy/>. Acesso em: 02 abr. 2018.

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v.3, n.4, p. 1-13, ago. 2002.

_____. Ambientes e fluxos de informação. In: _____. (Org.) **Ambientes e fluxos de informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 13-22.

_____. Informação e conhecimento em organizações complexas. In: _____. (Org.) **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008. p. 11-25.

VALENTIM, M.L.P.; SOUSA, J.F.de. Fluxos de informação que subsidiam o processo de inteligência competitiva. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e

ciência da informação, v. 18, n. 38, p. 87-10, set./dez., 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/15182924.2013v18n38p87/25958>. Acesso em: 20 maio 2018.

WEBBER, S.;JOHNSTON, B.. Information literacy: conceptions, context and the formation of a discipline. **Journal of Information Literacy**,v.1, n.1,p.156-183, 2017.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013. Disponível em: < <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf> Acesso em: 28 jun. 2018.

WOOD JR., T.; PICARELLI FILHO, V. **Remuneração e carreira por habilidades e por competências**: preparando a organização para a era das empresas de conhecimento intensivo.3.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

YAFUSHI, C. A. P. **A competência em informação para a construção de conhecimento no processo decisório**: estudo de caso na Duratex de Agudos (SP). 2015. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia e Ciências UNESP. Marília. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/yafushi_cap_me_mar.pdf. Acesso em: 24 de jun. 2018.

YIN, R.K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Pesquisadora	Caroline dos Santos Cardoso
Orientadora	Doutora Regina Célia Baptista Belluzzo
Instituição de Ensino	Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Programa	Pós-graduação em Mídia e Tecnologia
Título da Dissertação	A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA COMO DIFERENCIAL NO PROCESSO DECISÓRIO: ESTUDO DE CASO NA DURATEX (AGUDOS/SP)
Palavras - Chaves	Competência em informação e midiática; Processo decisório; Competitividade.

Empresa	Duratex S.A.
Endereço	Rod. Marechal Rondon - Km. 323
Bairro	Agudos, Zona Rural – SP
CEP	17.139-899
CNPJ	97.837.181/0019-76
Telefone	(14) 3262 – 8310
Endereço Eletrônico	http://www.duratex.com.br/

Nome do Entrevistado	
Telefone	
E-mail	

1. Cargo/Função:
2. Área de atuação:
3. Tempo de atuação:
4. Formação acadêmica:
5. Experiência Profissional:
6. Como identifica o mercado de atuação da organização?

7. A partir de um modelo básico de atividades de uma organização (planejamento, apoio, produção e atendimento) como identificar as principais áreas (linhas produtivas) em que se divide a organização em foco?
8. Como considera a informação e o conhecimento para o desempenho ideal e a inovação nas áreas identificadas?
9. Como ocorrem os processos de acesso e uso da informação nessas linhas produtivas?
10. Quais são as principais mídias utilizadas pela empresa?
11. Quais as facilidades e dificuldades encontradas para as tomadas de decisão no decorrer desses processos?
12. A organização oferece programas de capacitação para o acesso e uso da informação?
13. Quais os tipos de informação que você necessita para desenvolver suas atividades de rotina diária?
14. O que você considera em ser “competente em informação e no uso da mídia” na sua área de atuação?
15. A empresa possui alguma política para identificar, tratar, disseminar e compartilhar informações que são úteis em suas atividades, processos ou gerenciamento?
() Sim Qual?: () Não

16. Como ocorre a troca e compartilhamento de conhecimento e informações entre os "agentes da comunicação" da unidade?

17. Existe alguma coisa que gostaria de acrescentar a esta entrevista?

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO**QUESTIONÁRIO**

Este questionário é parte integrante do projeto de pesquisa da aluna Caroline dos Santos Cardoso para a obtenção do título de Mestre junto ao Programa de Pós-Graduação de Mídia e Tecnologia, UNESP-FAAC-Bauru, sob a orientação da Profa. Dra. Regina Celia Baptista Belluzzo e contamos com sua colaboração no sentido de responder às questões que são apresentadas a seguir, o que consideramos ser de grande importância para a consecução da pesquisa em foco.

Agradecemos pela participação.

1. **Nome** _____

2. **Área de atuação na empresa:**

- Logística
- Manutenção
- Administração
- Recursos Humanos
- Segurança
- Produção

3. **Função ocupacional:** _____

4. **Idade:**

- 18 a 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- mais de 50 anos

5. **Grau de formação escolar:**

- Ensino Médio
- Graduação
- Especialização
- Outra: Identifique:-----

6. **Tempo de trabalho na empresa:**

- menos de 2 anos

- 2 a 4 anos
- 4 a 6 anos
- 6 a 8 anos
- 8 a 10 anos
- mais de 10 anos

A partir desse momento, para efetivar as respostas de alguns tópicos, será utilizada a escala abaixo indicada:

- 1 Concordo plenamente;**
- 2 Concordo em parte;**
- 3 Não sei se concordo ou discordo;**
- 4 Discordo plenamente;**

7. Na atuação de suas atividades profissionais você tem facilidade em:

7.1 Identificar um assunto ou outra informação necessária para empresa
Escala de valor ()

7.2 Utilizar fontes de informação gerais e específicas para aumentar o grau de conhecimento
Escala de valor ()

7.3 Formular questões apropriadas baseando-se na informação necessária para empresa
Escala de valor ()

7.4 Indique quais são as fontes de informações disponibilizadas pela organização, que você utiliza atualmente:

- Amigos
- Aplicativo
- Manuais
- Rádio Comunicador
- Skype Corporativo
- Institutos de pesquisa
- Celular corporativo
- Intranet (portal)
- Internet
- Outros meios. Indique quais são: _____

8. Quando você precisa divulgar um comunicado, o que faz para decidir qual informação a ser recuperada:

8.1 Identifica o valor e as diferenças de potencialidade de fontes em uma variedade de formatos (documentos, pessoas, instituições, etc.) para a empresa

() Escala de valor

8.2 Identifica o propósito e o tipo de informação a que se destinam as fontes

() Escala de valor

8.3 Diferencia os vários tipos de fontes de informação, como por exemplo: primárias, secundárias e terciárias, reconhecendo o seu valor e a sua importância para cada área específica.

() Escala de valor

8.4 Determina a disponibilidade da informação necessária e toma decisões sobre estratégias de pesquisa da informação e o uso de serviços de informação e mídias mais adequadas (por exemplo: intercâmbio, utilização de fontes locais, obtenção de imagens, vídeos, textos, material cartográfico, registros sonoros, etc.)

() Escala de valores

8.5 Determina planejamento factível e um cronograma adequado para a obtenção da informação necessária

() Escala de valor

9. Na fase de busca da informação julga proceder de modo correto quando da:

9.1 Seleção de tipos de sistemas de recuperação da informação e da variedade de formatos de documentos impressos e eletrônicos

() Escala de valor

9.2 Identificação dos tipos de informação contidos em um sistema tradicional e eletrônico e os tipos de fontes indexadas

() Escala de valor

9.3 Identificação de palavras-chave, frases, sinônimos e termos relacionados com a informação necessária

() Escala de valor

9.4 Utilização de autoajuda dos sistemas de recuperação e outros meios como, por exemplo, profissionais da informação e da comunicação para melhorar os seus resultados de busca.

() Escala de valor

9.5 Utilização de serviços de informação tradicionais, eletrônicos ou pessoas especializadas para recuperar a informação necessária

() Escala de valor

9.6 Avaliação da quantidade, qualidade e relevância dos resultados da busca da informação para determinar sistemas alternativos de recuperação ou métodos de busca da informação que precisam ser utilizados

() Escala de valor

9.7 Identificação de lacunas na informação face aos resultados obtidos

() Escala de valor

9.8 Anotação das fontes de pesquisa para referencição bibliográfica

() Escala de valor

9.9 Compreensão da necessidade de organização e tratamento da informação obtida

() Escala de valor

10. A empresa oferece algum tipo de auxílio (roteiro, profissional, tutorial ou guia de procedimentos) para o acesso e uso da informação?

() Sim () Não

Em caso positivo, indicar os itens existentes:

1 - _____

2 - _____

3 - _____

11. Após a realização da busca da informação:

11.1 Seleciona a informação relevante baseado na compreensão das ideias e princípios contidos nas fontes de informação

() Escala de valor

11.2 Reformula conceitos e a informação obtida com suas próprias palavras

() Escala de valor

11.3 Identifica textualmente a informação que foi adequadamente transcrita ou parafraseada

() Escala de valor

11.4 Examina e compara a informação de várias fontes para avaliar a sua confiabilidade, validade, precisão, autoridade, atualidade e ponto de vista ou tendências

() Escala de valor

11.5 Analisa a lógica da argumentação da informação obtida

() Escala de valor

11.6 Reconhece a habilidade para interpretar autoria ou créditos encontrados nas fontes como meios para acessar informação precisa e válida.

() Escala de valor

11.7 Compreende a necessidade de verificar a precisão e completeza de dados ou fatos.

() Escala de valor

11.8 Determina se a informação obtida é suficiente e adequada ou se é necessário obter mais informação.

() Escala de valor

11.9 Avalia se as fontes de informação são confiáveis ou contraditórias.

() Escala de valor

11.10 Compara a nova informação com o conhecimento próprio e outras fontes consideradas como autoridade no assunto para conclusões.

() Escala de valor

12 Quanto a compreensão das questões legais e éticas que envolvem a informação:

12.1 Consegue identificar e analisar questões relacionadas ao livre acesso e acesso restrito de informações na organização

() Escala de valor

12.2 Compreende as questões legais acerca do direito de propriedade intelectual

() Escala de valor

12.3 Utiliza e obedece adequadamente às políticas institucionais de acesso e uso das fontes de informação

() Escala de valor

12.4 Preserva a integridade das fontes de informação, equipamentos, sistemas e instrumentos disponibilizados

() Escala de valor

13 Você já ouviu falar sobre “Competência em Informação” ou “Information literacy” e “Competência midiática” ou “media literacy”?

() Sim () Não

14 Se respondeu afirmativamente à resposta anterior, descreva o seu conceito a respeito de ambas:

Competência em informação	Competência midiática

15 Indique até 3 habilidades no acesso e uso da informação que considera as mais importantes a serem desenvolvidas na atividade que exerce na organização como forma disseminação da informação:

- a) _____
 b) _____
 c) _____

16 Indique até 3 habilidades no acesso e uso das TIC e da mídia que considera as mais importantes, e as condições para seu desenvolvimento:

- a) _____
 b) _____
 c) _____

17 Na busca da informação mediante a linguagem e seu âmbito da análise, você considera importante:

17.1 Interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem/conteúdo

() Escala de valor

17.2 Analisar e avaliar as mensagens/conteúdos a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato.

() Escala de valor

17.3 Compreender o fluxo de conteúdos e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão.

() Escala de valor

18. Na busca da informação em face à linguagem e seu âmbito da expressão, você considera importante:

18.1 Poder se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados.

() Escala de valor

18.2 Escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor.

() Escala de valor

18.3 Modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.

() Escala de valor

19. Na busca da informação por meio da tecnologia e seu âmbito da análise, você considera importante:

19.1 Interpretar e avaliar os diversos códigos de representação e a função que cumprem em uma mensagem/conteúdo.

() Escala de valor

19.2 Analisar e avaliar as mensagens/conteúdos a partir da perspectiva do significado e do sentido, das estruturas narrativas e das convenções de gênero e de formato.

() Escala de valor

19.3 Compreender o fluxo de conteúdos e informações de múltiplas mídias, suportes, plataformas e modos de expressão.

() Escala de valor

20. Na busca da informação por meio da tecnologia e seu âmbito da expressão, você considera importante:

20.1 Poder se expressar mediante uma ampla gama de sistemas de representação e significados.

() Escala de valor

20.2 Escolher entre diferentes sistemas de representação e estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor.

() Escala de valor

20.3 Modificar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor.

() Escala de valor

20.4 Manusear com correção ferramentas em um ambiente multimidiático e multimodal.

() Escala de valor

21. Na busca da informação mediante os Processos de interação e seu âmbito da análise, você considera importante:

21.1 A seleção, revisão e auto avaliação do próprio consumo midiático, de acordo com critérios conscientes e racionais.

() Escala de valor

21.2 Discernir porque determinados meios, produtos ou conteúdos são apreciados. Porque estes têm êxito, individual ou coletivamente: quais as necessidades e desejos satisfazem no nível sensorial, emocional, cognitivo, estético, cultural, etc.

() Escala de valor

21.3 Avaliar os efeitos das emoções: ter consciência das ideias e valores que se associam aos personagens, ações e situações e que geram, de acordo com os casos, emoções positivas e negativas.

() Escala de valor

21.4 Discernir e administrar as divergências que por vezes são produzidas entre sensação e opinião, entre emotividade e racionalidade.

() Escala de valor

21.5 Conhecer a importância do contexto nos processos de interação.

() Escala de valor

22. Na busca da informação mediante aos Processos de interação e seu âmbito da expressão, você considera importante:

22.1 Executar um trabalho colaborativo mediante a conectividade e a criação de plataformas que facilitam as redes sociais.

() Escala de valor

22.2 Interagir com pessoas e coletivos diversos em ambientes cada vez mais plurais e multiculturais.

() Escala de valor

22.3 Conhecer das possibilidades legais de reclamação diante do descumprimento das normas vigentes em termos audiovisuais, com atitude responsável em tais situações.

() Escala de valor

23. Na busca da informação mediante aos Processos de produção e difusão e seu âmbito da análise, você considera importante:

23.1 Conhecer as diferenças básicas entre as produções individuais e coletivas, populares e corporativas, e no caso da última, de titularidade pública ou privada.

() Escala de valor

23.2 Conhecer os fatores que convertem as produções corporativas em mensagens submetidas às condições socioeconômicas de toda uma indústria.

() Escala de valor

23.3 Conhecer os sistemas de produção, as técnicas de programação e os mecanismos de difusão em nível básico.

() Escala de valor

24. Na busca da informação mediante os Processos de produção e difusão e seu âmbito da expressão, você considera importante:

24.1 Trabalhar de maneira colaborativa na elaboração de produtos multimídia ou multimodais.

() Escala de valor

24.2 Selecionar mensagens significativas, apropriar-se delas e transformá-las para produzir novos significados.

() Escala de valor

24.3 Compartilhar e disseminar informação através dos meios tradicionais e das redes sociais, incrementando a visibilidade das mensagens, em interação com comunidades cada vez mais amplas.

() Escala de valor

25. Na busca da informação mediante a Ideologia e valores e seu âmbito da análise, você considera importante:

25.1 Identificar o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade.

() Escala de valor

25.2 Avaliar a confiabilidade das fontes de informação, extraindo conclusões críticas, tanto do que se diz, quanto do que se omite.

() Escala de valor

25.3 Buscar, organizar, contrastar, priorizar e sintetizar informações procedentes de distintos sistemas e diferentes contextos.

() Escala de valor

26. Na busca da informação mediante a Ideologia e valores e seu âmbito da expressão, você considera importante:

26.1 Utilizar as novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos, como uma atitude de compromisso social e cultural.

() Escala de valor

26.2 Elaborar produtos e modificar os existentes para questionar valores ou estereótipos presentes em determinadas produções midiáticas.

() Escala de valor

26.3 Utilizar as ferramentas do novo ambiente comunicativo para se comprometer como cidadão ou cidadã de modo responsável na cultura e na sociedade.

() Escala de valor

27. Na busca da informação mediante a Estética e seu âmbito da análise, você considera importante:

27.1 Capacidade de extrair prazer dos aspectos formais, ou seja, não apenas o que se comunica como também a forma como se comunica.

() Escala de valor

27.2 Sensibilidade para reconhecer uma produção midiática que não se adequa às exigências mínimas de qualidade estética.

() Escala de valor

27.3 Capacidade de relacionar as produções midiáticas com outras manifestações artísticas, detectando influências mútuas.

() Escala de valor

28. Na busca da informação mediante a Estética e seu âmbito da expressão, você considera importante:

28.1 Produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade.

() Escala de valor

28.2 Apropriar-se e transformar produções artísticas, potencializando a criatividade, a inovação, a experimentação e a sensibilidade estética.

() Escala de valor

29. Outras considerações referentes à pesquisa que gostaria de acrescentar:

ANEXOS

ANEXO A – OFÍCIO DE AUTORIZAÇÃO DE UTILIZAÇÃO/DIVULGAÇÃO DE DADOS DA EMPRESA

Duratex S.A.
 Av. Paulista, 1938 – 5º andar
 01310 942 - Bela Vista
 São Paulo – SP – Brasil
 T. 11 3179 7221
 F. 11 3179 7488



São Paulo, 18 de abril de 2018

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

DURATEX S.A. ("DURATEX"), com sede na Avenida Paulista nº 1.938, 5º andar, no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob nº 97.837.181/0001-47, neste ato representada na forma de seu **Estatuto Social**, por seus representantes legais abaixo identificados, declaram que as informações e/ou documentos disponibilizados para o trabalho (O PROCESSO DECISÓRIO NO AMBIENTE INDUSTRIAL SOB O ENFOQUE DA COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E MIDIÁTICA, COMO DIFERENCIAL EM MERCADO COMPETITIVO) solicitados pela estudante (Caroline dos Santos Cardoso) matriculada no curso de pós-graduação (Mestrado em Mídia e Tecnologia), pela instituição de ensino (Universidade Estadual Paulista – UNESP – Bauru/SP), podem ser publicados para os fins específicos constantes na solicitação enviada à empresa.

São Paulo, 18 de abril de 2018.

Sem mais, subscrevemo-nos.

Edison Alexandre Neves de Oliveira
 RG 22.327.823-3

DURATEX S.A.

DURATEX S.A.
 José Luiz Dieguez Neto
 Gerência de Operações Industriais
 Agudos e Botucatu