

XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2018

GT-3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

AS REDES SOCIAIS COMO MEDIADORA DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Everaldo Henrique dos Santos Barbosa (UNESP)

Cássia Regina Bassan de Moraes (UNESP)

*THE SOCIAL NETWORKS AS A MEDIATOR OF THE INFORMATION IN THE ORGANIZATIONAL
CONTEXT*

Modalidade da Apresentação: Pôster

Resumo: As organizações contemporâneas acompanham as evoluções estabelecidas pelos fortes aspectos da globalização, conforme as inovações surgem novas formas de comunicação e mediação também aparecem na sociedade da informação. A acessibilidade e a apropriação da informação estão diretamente relacionadas por meio de uma mediação tecnológica das redes de informação emergindo o desencadeamento de movimentos estratégicos de relacionamento no âmbito organizacional. Portanto, o problema da pesquisa consistiu em responder a seguinte questão: como as redes sociais podem contribuir com a mediação da informação no contexto organizacional? A partir de tais reflexões, o objetivo consistiu em analisar e refletir a representação das redes sociais como mediadora da informação para melhor aproximação entre as organizações e comunidades de interesses comuns. O universo da pesquisa selecionou uma empresa do setor esportivo da cidade de Garça, interior do Estado de São Paulo. A metodologia consistiu em um estudo de caráter descritivo-exploratório, de natureza qualitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados o questionário com perguntas abertas. Os resultados demonstraram que há necessidade da disponibilidade de um profissional mediador da informação para realizar essa ponte entre as organizações e os seus clientes, permitindo a disseminação da informação organizacional em relação a seus produtos e serviços, por meio da rede social como uma ferramenta da informação de auxílio nos negócios. Assim, pode-se dizer que as redes sociais podem ser utilizadas como ferramenta mediadora da informação pelas organizações.

Palavras-Chave: Ciência da Informação; Mediação da Informação; Organizações; Redes Sociais.

Abstract: A contemporary organization is evolving and expanding the dimensions of globalization, as new forms of communication and mediation, and also arise in the information society. Accessibility and the integration of information are aimed at the medium of technological mediation of emerging

information networks and triggering specific relationship relationships. Therefore, the research problem consisted in answering the question: how can social media contribute to mediation in the organizational context? Based on these reflections, the objective is to analyze and reflect social networks as mediator of information to better approximate between organizations and communities of common interests. The research universe chose a company from the sports sector of the city of Garça, in the interior of the State of São Paulo. The methodology consisted of a qualitative descriptive-exploratory study, using as a data collection instrument the questionnaire with open questions. The results showed that there is data available from an information provider about the opportunity to make this partnership between organizations and their customers, allowing a dissemination of information regarding their products and services, through the social network as an information tool business. Thus, it can be said that social networks can be used as mediators of information by organizations.

Keywords: Information Science; Information Media; Organization; Social Networks.

1 INTRODUÇÃO

As organizações contemporâneas, necessariamente, acompanham as evoluções estabelecidas pelos fortes aspectos da globalização. Conforme as inovações surgem, novas formas de comunicação e mediação também aparecem na sociedade da informação. Neste prisma, as redes sociais utilizadas pelas empresas necessitam da disponibilidade de um profissional mediador da informação que fará essa ponte entre as organizações e os seus clientes, permitindo a disseminação da informação organizacional em relação a seus produtos e serviços, possibilitando melhor aproximação entre as pessoas e comunidades de interesses comuns, contribuindo com o conhecimento e desenvolvimento dessas atividades no âmbito organizacional. Desta forma, a mediação pode ser entendida como uma realidade presente nas atividades dos profissionais que lidam com a informação (ALMEIDA JUNIOR; SANTOS NETO, 2014).

As redes sociais são utilizadas pela maioria das pessoas, em diversas partes do mundo, interligando diferentes culturas. Essa tecnologia informacional retrata as novas formas de comunicação, fundamental para a atual Era da Informação, além de ser uma ferramenta de informação e comunicação essencial para o âmbito organizacional contemporâneo (ADAMI, 2008).

Castells (2009) explana que as redes sociais digitais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, sendo um novo sistema de comunicação contemporâneo. Esse sistema de comunicação acentua os aspectos de gostos e interesses dos indivíduos, promovendo uma integração global de culturas.

Portanto, “as tecnologias digitais em rede podem ser tomadas como elementos mediadores dos processos de aprendizagem” (PEIXOTO; CARVALHO, 2016, p.374).

Diante da necessidade das organizações de se interagirem com a sociedade, nota-se uma característica importante da rede social como uma ferramenta mediadora da informação, pela inovação tecnológica utilizada com base na comunicação em tempo real e da facilidade da democratização e compartilhamento das informações via internet. Além de ser útil no auxílio da gestão e dos processos decisórios.

Neste sentido, pode-se dizer que a mediação da informação é praticada efetivamente com o auxílio das redes sociais, pois elas oferecem ao público/cliente usuário, voz ativa quanto ao seu posicionamento do que lhes agradam e desagradam das suas aprovações e de serem vistos de maneira personalizada, detentores de gostos diferentes, cores, uniformidades e singularidades específicas. As organizações atuam de modo diversificado, atendendo a exigência de um público mais crítico e reflexivo, propiciando às empresas o crescimento dos negócios por meio da valorização dos aspectos apropriadores da mediação da informação que pode ser utilizado e explorado nos ambientes organizacionais.

Portanto, o problema da pesquisa consistiu em responder a seguinte questão: como as redes sociais podem contribuir com a mediação da informação no contexto organizacional?

A partir de tais reflexões, os objetivos consistiram em analisar e refletir a representação da rede social como ferramenta mediadora da informação para melhor aproximação entre as organizações e comunidades de interesses comuns.

2 AR CABOUÇO TEÓRICO-CONCEITUAL

2.1 Mediação da Informação

A mediação está presente em diversas áreas do conhecimento e, potencialmente, proporcionando interações significativas quanto à informação, ambientes organizacionais e a sociedade. A mediação é um ato constituinte de intervenção e intercessão que possibilita ao profissional mediador da informação atuar em caráter de intermédio diante de uma ação a ser realizada. Portanto, mediação não se pode definir como algo concreto, podendo ser considerado muito mais que uma ponte de transmissão, ainda que mediar é uma ação diversificada, podendo ser representada por uma pessoa ou um equipamento de comunicação que esteja sob o domínio de alguém (ALMEIDA JUNIOR; SANTOS NETO, 2014).

A mediação da informação perfaz um núcleo epistemológico recentemente explorado pela Ciência da Informação. A Informação está presente em todos os ambientes, sejam sociais, profissionais e organizacionais. Assim, no ambiente organizacional a mediação da informação torna-se potencialmente significativa para que tomadas de decisões sejam mais assertivas. Para tanto, a necessidade do uso e apropriação da informação determina a exploração de técnicas, meios e ferramentas que propiciem a disseminação da informação entre ambientes organizacionais e sociais. As redes sociais digitais, em especial, assumem um papel importante e contemporâneo para este cenário. Assim, tal fato consiste em inter-relacionar o profissional mediador da informação a fim de suprir necessidades informacionais de um organização em meio a sociedade (ALMEIDA JUNIOR, 2009; ALMEIDA JUNIOR, SANTOS NETO, 2014).

Almeida Junior (2009, p. 92) qualifica a mediação da informação com a seguinte explicação:

Mediação da informação é toda ação de interferência – realizada pelo profissional da informação –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional. (ALMEIDA JÚNIOR, 2009, p.92).

É importante destacar que o profissional da informação deve ter a consciência de que "pensar as demandas informacionais das comunidades é aferir a elas novas formas de mediação" (CAVALCANTE, 2014, p. 261).

Diante de tais conceitos supracitados, pode-se dizer que a mediação da informação no âmbito organizacional é potencialmente importante para a sociedade. O papel do profissional da informação dentro da organização deve acompanhar as necessidades e exigências de mercado, principalmente no âmbito das redes sociais que fortalecem o grande fluxo de informação e interação social.

2.3 Redes Sociais: ferramenta mediadora da informação para o âmbito organizacional

As organizações contemporâneas buscam constantemente novas maneiras para se sobressaírem diante do mercado competitivo. Com o desenvolvimento da tecnologia da informação e comunicação (TIC), a disseminação da informação tornou-se cada vez mais frequente e em tempo recorde no mundo todo, devido aos fortes aspectos da globalização.

As redes sociais possuem grande quantidade de dados e informações que podem ser sociais ou institucionais, possibilitando efetivar e contribuir com a mediação da informação

entre as organizações e a sociedade por meio de um profissional da informação Almeida Junior, (2009); Choo (2003) e Porter, (2004).

As redes sociais digitais ou, originalmente redes sociais, consistem em ferramentas informacionais que pode constituir relacionamentos, sejam afetivos ou profissionais, bem como o compartilhamento de interesses e objetivos comuns. Esses relacionamentos são baseados em estruturas sociais que envolvem pessoas que dividem os mesmos interesses, gostos, credos, entre outros (ADAMI, 2008).

Choo (2003, p.211) ressalta que “As organizações criam e exploram conhecimento para desenvolver novas capacidades e inovações [...]”, desta forma, o uso das redes sociais pelas organizações é uma maneira de atingir o público que não está inserido no ambiente físico, atuando em caráter estratégico para se oferecer acesso ao público *online*.

Silva (2014, p. 29) explana: “[...] a rede é um fenômeno que sempre existiu e que envolve sujeitos coletivos com afinidades e interesses comuns, na troca de experiências, informações e sentidos de forma coletiva”.

De acordo com os conceitos supracitados, pode-se dizer que, as redes sociais proporcionam aspectos relevantes para as organizações e a sociedade, considerando fatores que favorecem a comunicação entre partes e propiciando customização tanto para a organização que se faz uso da ferramenta digital quanto aos cliente/público que adere a ferramenta informacional.

Portanto, adentra-se nos procedimentos metodológicos da pesquisa para a efetivação dos resultados e considerações do presente estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como metodologia, para a realização deste trabalho, foi desenvolvida uma pesquisa de caráter descritivo-exploratório, de natureza qualitativa, a fim de analisar e refletir como as redes sociais podem atuar em caráter de mediação da informação possibilitando melhor aproximação entre as organizações e comunidades sociais. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados o questionário com perguntas abertas. O questionário foi baseado nos autores Almeida Junior (2009); Almeida Junior e Santos Neto (2014); Cavalcante (2014); Castells (2009); Choo (2003); Peixoto, Carvalho (2016); Porter (2004) e Silva (2014). O universo da pesquisa selecionou uma empresa do setor esportivo da cidade de Garça, por oferecer informações de seus produtos e serviços nas plataformas digitais, interagindo diretamente

com a sociedade. A empresa está localizada no interior do Estado de São Paulo, fundada no ano 2000, possui quatro integrantes, o gestor/proprietário que cuida da plataforma digital, um atendente, o responsável pelo caixa e notas fiscais e o profissional responsável pelas mídias sociais. Apenas participaram do questionário o gestor e o funcionário responsável pelas mídias sociais, sugerido pelo fato desses profissionais estarem em contato mais retilíneo com o público digital. A empresa atua no comércio varejista de produtos e artigos esportivos.

4 DISCUSSÕES E RESULTADOS

Em síntese das respostas coletadas do questionário aplicado, destaca-se que no ano de 2013 o proprietário da empresa viabilizou a possibilidade de inserir o nome da empresa, imagens e informações de seus produtos e serviços em perfis sociais, como o *facebook*, a fim de compartilhar informações como estratégia para atingir o público *online* que busca mais praticidade sem sair de casa. Denota-se tal prática com o conceito explanado pelo autor quanto às redes e suas interações, “[...] é um novo sistema de comunicação que fala uma língua universal digital, promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens” (CASTELLS, 2009, p.40).

O gestor da empresa percebeu o grande crescimento de usuários nas plataformas digitais, designando um funcionário para realizar a mediação da informação aos seus clientes reais e futuros por meio das redes sociais. Tal ação contribui como subsídio para a construção do conhecimento no âmbito organizacional. Almeida Junior e Santos Neto (2014, p. 2) explanam que a mediação está presente em todas as atividades do profissional da informação e faz parte da organização do conhecimento (ALMEIDA JUNIOR; SANTOS NETO, 2014, p.2). Tal concepção praticada pela empresa está de acordo com os conceitos dos autores, pois o fato de utilizar a rede social como ferramenta mediadora da informação, vantagens são proporcionadas às organizações. Portanto, “as tecnologias digitais em rede podem ser tomadas como elementos mediadores dos processos de aprendizagem” (PEIXOTO; CARVALHO, 2016, p.374). Ressalta-se a importante função da rede social como ferramenta mediadora da informação para o contexto organizacional.

Choo (2003, p.211) ressalta que “As organizações criam e exploram conhecimento para desenvolver novas capacidades e inovações [...]. Na prática, o gestor apresentou que as vendas nos últimos anos obtiveram queda. A facilidade e a praticidade virtual denota a razão dessa realidade vivida pelas empresas, fazendo com que a empresa pesquisada investisse na

capacidade de um profissional da informação para promover a mediação da informação de maneira competente e satisfatória, a fim de suprir as necessidades e interesses dos clientes.

O profissional da informação é importante ter consciência que "pensar as demandas informacionais das comunidades é aferir a elas novas formas de mediação" (CAVALCANTE, 2014, P.261). O funcionário afirma que reconhece a necessidade de se ter conhecimento mais aprofundado sobre as informações produzidas pelas redes sociais para melhor atuação. Nesses aspectos, os conceitos dos autores e as ações da empresa apresentam-se parcialmente ligados.

Ainda, foi questionado ao gestor e funcionário, como a mediação da informação pode contribuir com a gestão da empresa. As respostas foram unânimes, enfatizou-se a importância de um profissional da informação mediar informações relevantes entre a empresa e a sociedade. Assim, interesses comuns podem ser sanados com mais facilidade.

Almeida Junior, (2009); Choo (2003) corroboram explanando que as redes sociais são ferramentas as quais possuem grande quantidade de dados e informações que podem ser sociais ou institucionais, contribuindo com a interação entre as organizações e a sociedade por meio de um profissional mediador (ALMEIDA JUNIOR, 2009; CHOO, 2003 e PORTER, 2004). Percebe-se que a empresa estabelece práticas que estão de acordo com os pensamentos dos autores mencionados neste trabalho. Assim, denota-se que o conceito e a prática estão inexoravelmente ligados e são fundamentais para efetivar ideias e conceitos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos do trabalho foram atingidos, pois as redes sociais são ferramentas essenciais que contribuem com a mediação da informação organizacional e social, favorecendo os aspectos mercadológicos e a tomada de decisão. No entanto, percebe-se uma necessidade de aprimoramento em questão de competências midiáticas, visando aproveitar o máximo possível das informações coletadas pela plataforma digital.

Acredita-se que não basta a empresa estar inserida nas redes sociais, a questão de capturar, apropriar e explicitar os dados e informações coletadas é de extrema importância para que a gestão da empresa seja mais satisfatória e significativa.

Portanto, sugere-se a capacitação de um profissional mediador da informação com especialidade em mídias sociais, pois o profissional competente em mídias sociais possui papel de mediador, porém esse profissional possui conhecimento além de apenas mediar a

informação. O profissional midiático é capaz de relacionar os dados e informações recebidas para construir conhecimento e atrelar as informações com os objetivos gerais da empresa.

Assim, indicam-se investigações futuras com estudos de casos e a pesquisa fenomenográfica, visando avaliar e problematizar outras questões pertinentes e inovadoras.

REFERÊNCIAS

- ADAMI, Anna. **Redes sociais**. Junho, 2008. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/>>. Acesso em: 20 jul. 2018.
- ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v.2, n.1, p. 89-103, jan./dez. 2009. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/17/39>>. Acesso em: 21 jul. 2018.
- ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de; SANTOS NETO, J. A. dos. **Mediação da informação e a organização do conhecimento**: interrelações. Londrina, v. 19, n. 2, p. 98 - 116, maio./ago. 2014.
- CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1, 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. p. 39-66.
- CAVALCANTE, Lídia Eugenia. A mediação da informação sob a perspectiva do usuário em comunidades locais. In: CASARIN, Helen de Castro Silva. (Org.). **Estudos de usuários da informação**. 1ed. Brasília: Thesaurus, 2014, p.255-271.
- CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003, p. 27-28.
- PEIXOTO, J.; CARVALHO, R. M. A. Tecnologias e relações pedagógicas: a questão da mediação. **Revista Educação Pública**, Cuiabá, v.25, n. 59, p. 367-379, maio/ago. 2016.
- PORTRER, Michael E. **Vantagem Competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- SILVA, Alzira Karla Araújo da. A dinâmica das redes sociais e as redes de coautoria. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 4, Número Especial, p. 27-47, out. 2014. Disponível em:
<<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/21275/11747>>. Acesso em: 30 jul. 2018.