

Competências Informacionais Midiáticas: uma Reflexão com Alunos de Administração

Lumary Dinalle Marcolino

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP

Resumo

Com as mudanças ocorridas no mundo do trabalho o ser humano voltou a ser reconhecido no centro da produção. Sendo assim, a informação e o conhecimento tomaram tamanha visibilidade que foi-se necessário compreender as competências informacionais. Para a Administração o saber lidar com a informação se faz preciso, pois o profissional da área deve ser capaz de gerenciar os processos e pessoas por meio das informações que emergem no ambiente organizacional. Neste artigo, procura-se compreender as competências informacionais midiáticas dos alunos de Administração através de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema e a coleta de dados com os estudantes do segundo ano de Administração da FEA - USP Ribeirão Preto.

Palavras-chave

Administração; Competências; Comunicação; Mídias Sociais; Informação.

Introdução

Na Idade Média, o modo de produção era artesanal. O camponês vivia em função da colheita, e da demanda, fazendo com o que o tempo de trabalho fosse medido de acordo com a entrega do produto final. Com a Revolução Industrial, a contagem do tempo passou a ser marcada pelo apito da fábrica, que indicava a finalização de uma jornada de trabalho ou seja, no cumprimento de determinadas tarefas diárias. Com isso, o trabalhador não tem mais a necessidade de conhecer o que será feito com o trabalho desempenhado. “A noção de produto e produção passou a pertencer ao dono da fábrica. Somente ele sabia o que produzir, como, quando e por que” (MIRANDA, 2004, p. 112).

No entanto, com a complexidade do processo de produção em grande escala, foi necessário administrá-la. A administração existe desde a época dos artesãos, segundo Miranda (2004), a diferença é que nas fábricas o administrador não necessita conhecer o produto final, mas sim, saber como controlar os modos de produção e os trabalhadores que desempenham essas funções.

De fato, os estudos iniciais foram desenvolvidos por meio das teorias científicas e práticas dos autores Frederick Taylor (1856-1915) e Henry Fayol (1841-1925), considerados os precursores da Administração.

Nas primeiras décadas do século XX, Taylor elaborou uma nova metodologia para a divisão do trabalho. Por meio da racionalização do processo de produção, o tempo e o método

de execução de uma tarefa deveriam ser determinados pelo administrador. Para que isso fosse possível, “propôs organizar os métodos de trabalho, observá-los, classificá-los, quantificá-los, reduzi-los a formas e leis mecânicas e, então, controlá-los em seus mínimos movimentos” (NASSAR; KUNSCH, 2009, p. 66). O taylorismo, mesmo que não utilizado inteiramente nos dias de hoje, faz parte da corrente conhecida como administração científica.

Por outro lado, Henry Fayol se preocupou em analisar o trabalho de acordo com as funções administrativas dos gestores da organização, dando ênfase na estrutura formal com um todo e não apenas na linha de produção. Essas funções são “planejar, comandar, organizar, controlar e coordenar” (NASSAR; KUNSCH, 2009, p. 67) a organização. Essa metodologia é conhecida como administração clássica.

Mesmo que nas primeiras teorias, a informação não era considerada como um fator de relevante para a produção. Com a evolução da mecanização e a alta concorrência, a qualidade do produto e as preferências do consumidor a tomaram destaque, deixando para trás a visão que a informações consistia apenas em horário de ponto, produtividade e características do trabalho. Com isso, Zarifian (2003) traz que a economia do serviço passou a ser mais valorizada do que a economia do produto.

Segundo o autor (idem), a economia de serviço é composta por três fatores que influenciam na produção, as situações eventuais, a comunicação e o serviço. As organizações, então, começaram a se preocupar com as necessidades dos clientes, suas especificidades para resolver problemas na produção. Para tal, atividade humana passou a ser responsável por gerenciar essas informações, transformá-las em inovações. Com esse papel primordial, a informação passa a ser um dos fatores de produção.

Sendo assim, é delimitada a sociedade da informação. Isso pois, a informação e o conhecimento tornaram-se indispensáveis no processo produtivo e sua viabilidade é reconhecida. Portanto, o trabalhador passou a ocupar novamente um papel central no mundo do trabalho e, com isso, houve uma necessidade de falar sobre competências.

Agora, com o foco na atividade humana e a volta da subjetivação do trabalho, é preciso falar sobre a competência informacional (MIRANDA, 2004). Tal competência deve ser desenvolvida em diversos tipos de trabalho e organizações. O objetivo deste artigo, então, é conhecer as competências informacionais dos alunos de Administração.

Competências Informacionais

De fato, a preocupação em torno das competências informacionais é resultado de um novo modelo de gestão que reconhece a importância das informações recorrentes nas situações de trabalho. Miranda (2004), faz uma retrospectiva do conceito nos últimos 40 anos.

Na década de 70, algumas palavras surgiram para contribuir com a prática de competência informacional, antes mesmo dela existir no vocabulário da época, são: “autonomia, expressão individual e responsabilidade” (MIRANDA, 2004, p.114). Evolução que acarretou a definição na primeira parte dos anos 80, mesmo que ainda associada à qualificação de trabalho.

Com as modificações do mundo do trabalho a partir da década de 90, deu-se início no reconhecimento da definição de competências, que, ao longo dos anos, foi se distanciando de qualificações. Por fim, é próximo aos anos 2 mil, que “a competência toma lugar no contexto da gestão de recursos humanos e se informatiza, tomando também um lugar crescente dentro do debate social” (MIRANDA, 2004, p.114).

Zarifian (2003), propõe que “a competência é uma nova forma de qualificação” (p. 37). Isso pois, trata-se de uma iniciativa de autonomia que vem de dois fatores: internos pessoais e coletivos. Trata-se de uma combinação do conhecimento individual desenvolvido em determinada situação com o coletivo, colocado em prática nas organizações.

O autor (idem, 2003), coloca que os fatores constituem duas competências. A primeira delas, competência individual, é construída por meio da experimentação e aprendizado advindos de uma multiplicidade de fontes. Por outro lado, a competência coletiva, não é só a junção de diversas individuais, mas sim, as que são adquiridas nas redes de trabalho.

Outras competências necessárias para estabelecer as informacionais são: profissional, organizacional e essencial. A primeira delas, competência profissional é a que diz respeito às habilidades e comportamentos que permitem o desenvolvimento de uma organização. Da mesma forma que, a competência organizacional, consiste nos processos e recursos que viabilizem o seu domínio particular. Por fim, a competência essencial, trata-se da integração de habilidades e tecnologias que será vista como o valor organizacional fundamental (MIRANDA, 2004).

No entanto, é no universo da educação que se encontra a competência mais estável e duradoura, a nomeada competência de fundo. Esta é adquirida durante o processo educativo e formalizada nas situações que exigem a aplicação dos conhecimentos, em categorias de situações-problemas (ZARIFIAN, 2003).

É importante reconhecer que, em tempos de cibercultura, as relações com o mundo midiática acarretaram outras vertentes de aprendizados. Por esse lado, é indispensável refletir sobre a presença das mídias na formação das competências informacionais.

A perspectiva de estudos sobre competências informacionais traça que o sujeito está em constante atualização e aprendizado. Dudziak (2008, p.28): aborda o conceito como:

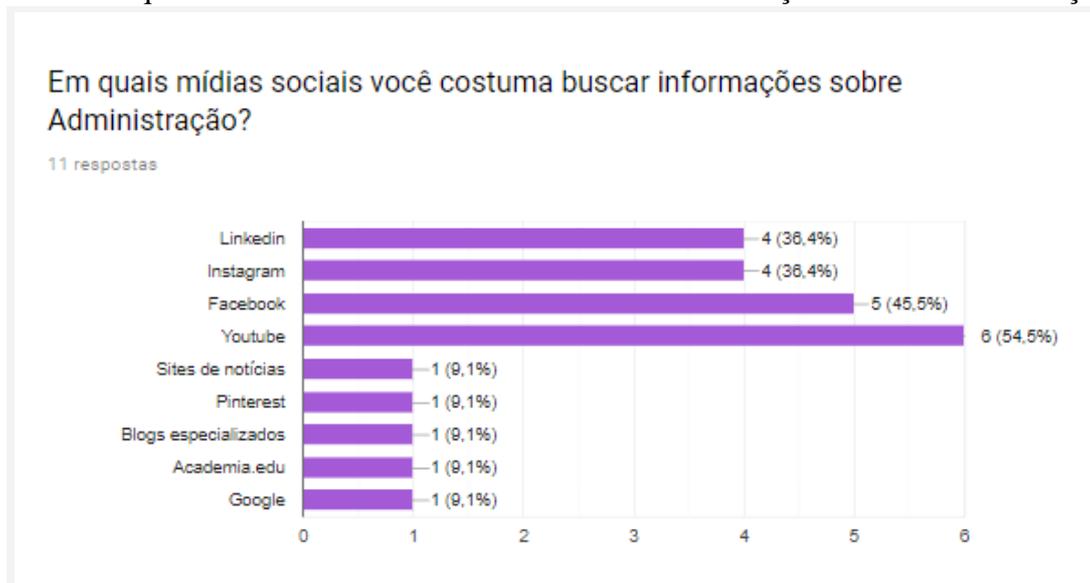
O processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessário à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica, de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida.

Com uma intensa midiaticização da cultura e sociedade, as mídias deixaram de estar presentes apenas no limite da opinião pública. Atualmente, oferecem esse universo de informações que orientam pessoas e instituições a se reajustarem conforme novas práticas contemporâneas, da mesma forma, também sofrem influência de padrões gerais que são desenvolvidos em sociedade (HJARVARD, 2014, p. 30).

Resultados

Para organização dos resultados a seguir, cada pergunta realizada acompanha as respostas colhidas em imagem e a análise subsequente. Ao fim, apresenta-se dados cruzados que oferecem uma maior interpretação das competências informacionais e o papel das mídias sociais na formação dos alunos de Administração.

Figura 1: Em quais mídias sociais você costuma buscar informações sobre Administração?



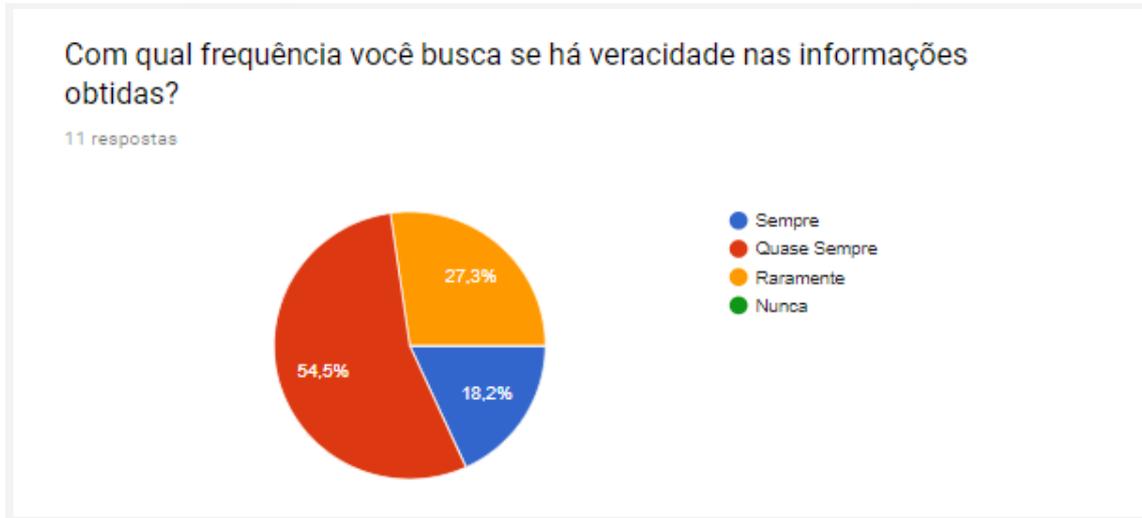
Fonte: elaborada pela autora

Na primeira questão, buscou-se visualizar quais as mídias sociais mais utilizadas pelos alunos quando buscam por informações sobre Administração. O Youtube foi o mais selecionado dentre todos, em seguida o Facebook e em terceiro lugar o LinkedIn e o Instagram. Uma das alternativas, dava a opção de preencher com uma outra sugestão, observa-se então que houve uma participação de busca acadêmica por meio do site Academia.edu.

Segundo a Meio & Mensagem, em uma matéria que compilou os dados oferecidos pelo Youtube numa pesquisa realizada em 2017, o número de brasileiros que usa a plataforma

chegou a 98 milhões sendo 96% jovens de 18 a 34 anos. Portanto, mesmo o LinkedIn sendo uma rede voltada ao negócio, é compreensível a maior aderência pela Youtube.

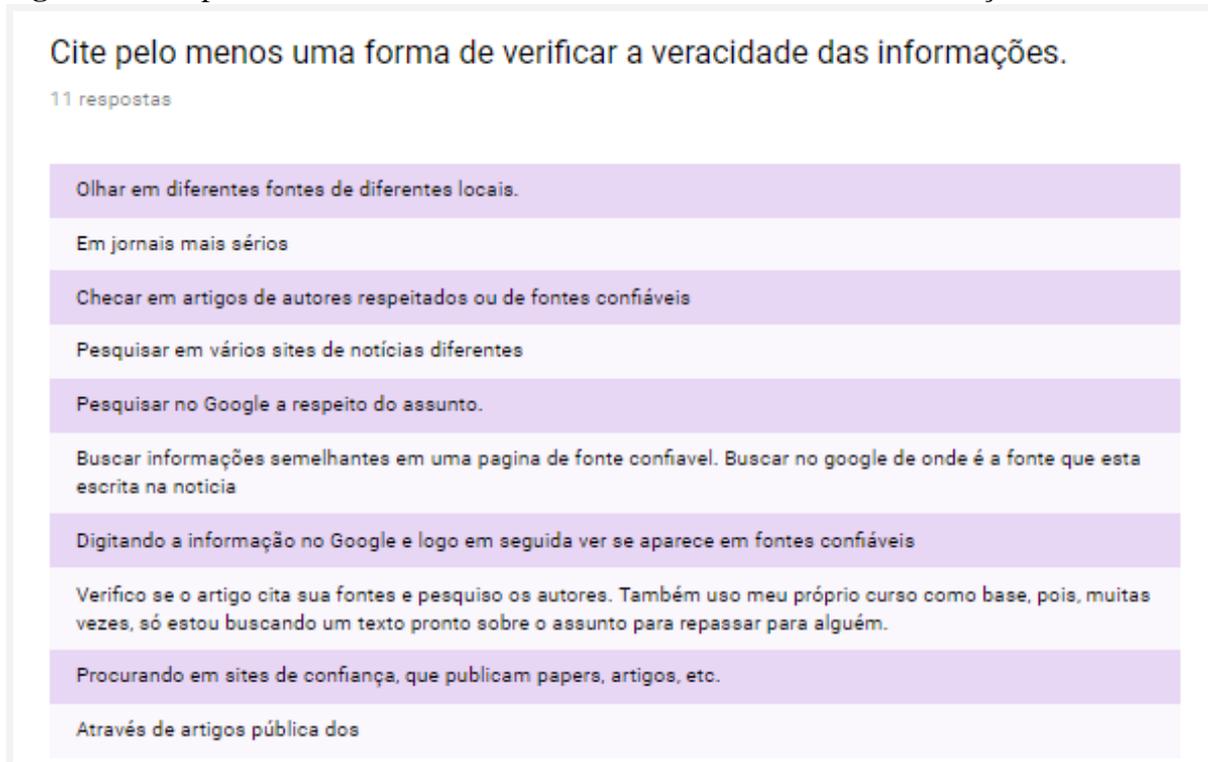
Figura 2: Com qual frequência você busca se há veracidade nas informações obtidas?



Fonte: elaborada pela autora

Para saber a necessidade dos alunos de conhecer a veracidade do conteúdo que buscam nas redes sociais, perguntou-se a frequência que os conteúdos são validados. Isso pois, sendo o Youtube e o Facebook, as redes mais utilizadas pelos alunos, mídias públicas, ou seja, que qualquer um pode inserir um conteúdo, é necessário avaliar a veracidade dessas informações. No entanto, observa-se que há uma parcela significativa, maior que “sempre” de alunos que raramente buscam se o conteúdo é crível.

Figura 3: Cite pelo menos uma forma de verificar a veracidade das informações.

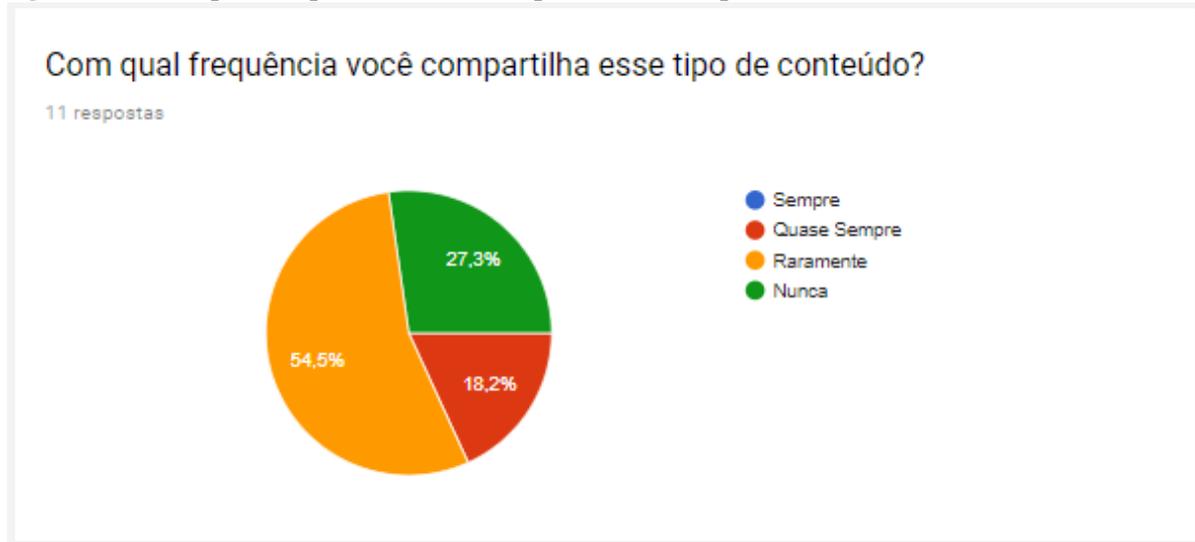


Fonte: elaborada pela autora

Dando continuidade na questão da veracidade, foi solicitado que os alunos citassem pelo menos uma forma de validar os conteúdos. Como resultado, mesmo com uma parcela significativa de alunos que raramente buscam pela credibilidade das informações encontradas nas mídias sociais, mais da metade disseram que quase sempre validam o conteúdo. É relevante, então, observar que para comprovar um conteúdo os alunos sempre vão atrás de outras fontes e, pelo menos três deles, citaram *papers*, artigos e autores do assunto.

Apesar de não conhecer quais os autores e os sites que eles dizem ter de confiança, é visível que sabem como buscar essas informações e como compará-las diante ao conteúdo obtido nas redes sociais.

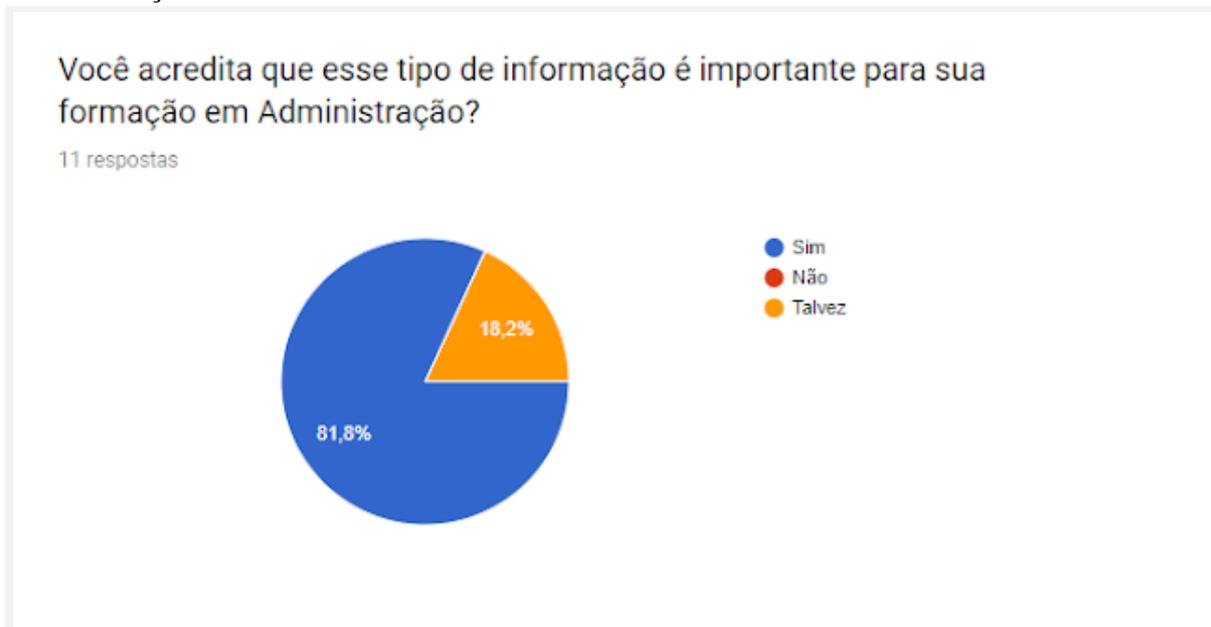
Figura 4: Com qual frequência você compartilha esse tipo de conteúdo?



Fonte: elaborada pela autora

Com a finalidade de conhecer mais sobre o compartilhamento de informações sobre Administração, perguntou-se a frequência que os estudantes reproduzem esses conteúdos. Percebeu-se que a parcela de alunos que, em algum momento, compartilham as informações sobre Administração recebida nas redes não chega a 20%. A maioria dos entrevistados disseram que raramente ou nunca externalizam os conhecimentos adquiridos na internet.

Figura 5: Você acredita que esse tipo de informação é importante para sua formação em Administração?

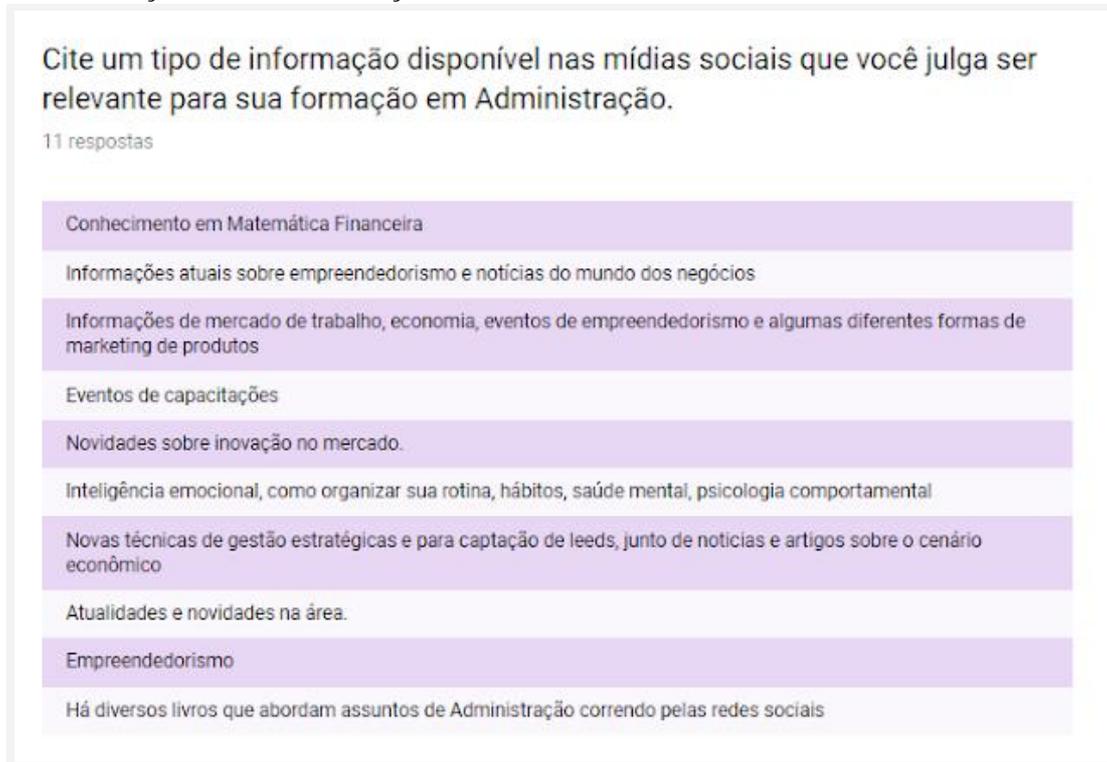


Fonte: elaborada pela autora

Em seguida, a pesquisa buscou saber a relevância do conteúdo disponível online para a formação de Administração. Como a maioria dos alunos disseram não compartilhar as

informações recebidas, podemos considerar que eles buscam apenas para consumi-las. Reflexo do fato, obtém-se na figura 5, pois todos os alunos responderam que de certa forma esses conteúdos são importantes para a formação acadêmica.

Figura 6: Cite um tipo de informação disponível nas mídias sociais que você julga ser relevante para sua formação em Administração.



Fonte: elaborada pela autora

Dando continuidade na temática de relevância, solicitou-se exemplos de conteúdos que os alunos julgaram ser úteis. Apresenta-se, então, que os conteúdos mais relevantes para a formação de Administração para os alunos são os voltados ao ambiente organizacional, como técnicas de gestão de pessoas e negócios. É interessante notar a busca por novidades e inovação, além de conceitos que vem recebendo uma importância maior nos últimos anos, como as questões voltadas à saúde mental e empreendedorismo.

Dois alunos responderam buscar na internet conteúdos que não são advindos das redes, como os eventos e livros. Isso mostra que, além da procura por conteúdo sobre Administração nas redes sociais, os graduandos utilizam da tecnologia para obter informações com mais acessibilidade e agilidade do que se encontrado no ambiente acadêmico, por exemplo.

Figura 7: Nesse espaço, cite um exemplo de informação voltada à Administração que você encontrou nas mídias sociais. Qual a fonte desse conteúdo?

Nesse espaço, cite um exemplo de informação voltada à Administração que você encontrou nas mídias sociais. Qual a fonte desse conteúdo?

11 respostas

Sistemas de amortização - canais de youtube

Instagram da fornes sempre posta coisas sobre grandes empresários e empresárias. Mas nas mídias sociais não custumo muito procurar, deixo para sites de notícias etc

Informações de eventos de startups realizado em São Carlos, podendo interferir no meu maior networking.
Fonte confiável

Informações sobre empreendedorismo. Fonte: site de notícias

Dados sobre o que os americanos mais investem conforme a classe social. Fiquei sabendo via Ricardo Amorim. "Fonte: Edward N.Wolf(2017). Survey of Consumer Finances"

Li recentemente habitos que a escritora começou a incrementar na sua rotina matinal e como isso estava sendo benéfico para ela e aumentando sua qualidade de vida, eram habitos desde mais basicos como arrumar a cama até meditar e fazer exercicio físico. Tava lendo no Pinterest e ele me direcionou diretamente para o blog

Encontrei um texto, postado por uma EJ sobre técnicas para melhorar a eficácia de anuncios nas redes sociais

Plano de carreira. Página no Facebook do Na Prática.

Não me lembro

Videos sobre Comportamento Organizacional, a fonte foi o Youtube

Fonte: elaborada pela autora

Para reconhecer os eventuais assuntos buscados nas redes, refletindo sobre a importância e a acessibilidade dos conteúdos, foi solicitada alguma informação encontrada na internet. Os exemplos citados pelos alunos conferem os tópicos observados na questão anterior. É citado perfil da Forbes, uma revista internacional de negócios e do Na Prática, iniciativa que oferece cursos, conteúdos digitais e conferências para desenvolvimento de profissionais e alunos, segundo o site oficial da marca. Além de tópicos já levantados como, empreendedorismo, inovação, gestão organizacional e inteligência emocional.

Conclusões Finais

Como visto no início do trabalho, o administrador na índole da profissão precisa saber compreender as informações que surgem na organização para melhor administrá-la, sendo em pessoas ou processos. Para tal, é necessária uma iniciativa por parte do profissional e responsabilidade na coleta de informações. Reconhecer as competências informacionais não é suficiente para caracterizar sua importância, é preciso avaliá-las na prática para que se crie um valor dentro da atividade.

Considerando que os alunos estudados serão futuros administradores e que, com a midiaticização, uma das fontes mais utilizadas para a busca por informações são as mídias online, buscou-se reconhecer as competências dos estudantes em compreender os conteúdos ali dispostos. Segundo Zarifian (2003), as palavras-chave quando se pensa em competência são: responsabilidade, iniciativa, inteligência prática, transformação, conhecimento, compartilhamento e mobilização.

Relacionado com o pressuposto do autor (*idem*), a pesquisa decorreu em quatro principais tópicos: fonte, veracidade, relevância e conteúdo. A respeito da fonte, observou-se que os alunos buscam as informações em sites de notícias, mídias sociais e blogs sobre o assunto e, na questão de veracidade, há uma certa preocupação sobre a confiabilidade das fontes.

Sendo assim, é visualizado que os alunos possuem competência para internalizar os conteúdos e responsabilidade para conferir se as informações podem ser aplicáveis. No entanto, não houve um resultado positivo no compartilhamento dessas informações e em práticas que revelam uma mobilização conjunta dos alunos ao pensar numa competência informacional coletiva. Também, existe uma iniciativa dos futuros administradores em buscar por conteúdos que, segundo eles, são relevantes para a formação acadêmica. Há inclusive, muitos exemplos citados no que diz respeito à inteligência prática, o que não é muito comum de ser explorado no ambiente acadêmico.

Por fim, nos conteúdos trazidos pelos alunos, encontra-se as competências que foram identificadas por Wood Jr. (1999) em um trabalho com executivos brasileiros. Observa-se a busca por assuntos de inovação, empreendedorismo e gestão, além de novidades no universo da Administração e eventos da área. Em suma, pode-se identificar as competências interacionais, competências de soluções de problemas, competências de comunicação e competências de capacitação. “Nessas competências, incluem-se a seleção de informações e o domínio de metodologias e ferramentas adequadas para tratamento dessas informações com vistas a gerar resultados apropriados com eficácia e eficiência” (MIRANDA, 2004, p. 120).

De modo geral, é necessário estabelecer que a competência informacional ultrapassa cada vez mais os limites das profissões que lidam com informação. Atualmente, com a forte presença das mídias sociais e o universo de informações que se lida a todo momento, é preciso ter um cuidado em compreender tais conteúdos principalmente na educação. Assim como visto com os estudantes da pesquisa, é preciso estabelecer a competência de comunicação, que diz respeito ao “domínio dos processos de comunicação, o que envolve a linguagem, capacidade de compreensão e de transmissão de ideias” (*idem*).

Considerando que, a competência é “um saber responsável, reconhecido, que implica em mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos e habilidades, que agreguem valor econômico à organização e valor social ao indivíduo” (Fleury & Fleury, 2001, p. 21). É necessário que haja uma preocupação das universidades em trabalhar as competências informacionais com seus alunos. Apesar de existir algumas com propostas curriculares que favorecem o uso da mídia em sala de aula, “ainda faltam materiais pedagógicos e metodologias de trabalho apropriadas para atividades dessa natureza, as quais envolvem habilidades de leitura multimodal, conhecimentos técnicos específicos e formação de critérios de julgamento que não se limitem a criticar a cultura de massa” (ALMEIDA, CERIGATTO, ANDRELO, 2013, p. 63).

Referências

ALMEIDA, Lígia B. C; CERIGATTO, Mariana P.; ANDRELO, Roseane. **Mídia-educação: uma proposta de formação de profissionais de comunicação**. Líbero – São Paulo – v. 16, n. 32, p. 61-70, jul./dez. de 2013

BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista; LISBÔA, Eliana Santana; COUTINHO, Clara Pereira. **Google Educacional: utilizando ferramentas Web 2.0 em sala de aula**. EducaOnline, v. 5, n. 1 Janeiro/Abril, 2011, p. 31.

Departamento de Administração, FEA-RP - USP; **Projeto Político Pedagógico do curso de bacharelado**; Disponível em: < www.fearp.usp.br/images/grd/PPP_2019_Adm_Diurno.pdf > Acesso em: 04 de jul de 2019.

DUDZIAK, E. A. **A information literacy e o papel educacional das bibliotecas**. 2001. 173f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2001.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira**. 2. ed. São Paulo : Atlas, 2001.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

HJARVARD, S. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultura**. In Revistas USP, Matrizes, v.8, São Paulo, 2014.

Ranking Universitário Folha 2018; Disponível em: <<https://ruf.folha.uol.com.br/2018/ranking-de-cursos/administracao-de-empresas/>> Acesso em: 04 de jul de 2019.

Meio & Mensagem; **Quem são os usuários do Youtube no Brasil**; Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/07/24/quem-sao-os-usuarios-do-youtube-no-brasil.html>> Acesso em: 11 de jul de 2019.

MIRANDA, Silvânia Vieira. **Identificando Competências Informacionais**. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n.2 p.112 -122, maio/ago. 2004

NASSAR, Paulo. **Conceitos e processos de comunicação organizacional**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Gestão Estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2ª ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

WOOD JÚNIOR, Thomaz (Coord.). **Remuneração por habilidades e por competências: preparando a organização para a era das empresas de conhecimento intensivo**. 2. ed. São Paulo : Atlas, 1999. 181 p.

ZARIFIAN, Philippe. **O modelo da competência: trajetória, histórica, desafios atuais e propostas**. Trad Eric R. R. Henault. São Paulo: Senac, 2003.