

CULTURA ORGANIZACIONAL/CULTURA INFORMACIONAL NO PROCESSO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA.

Luciane de Fátima Beckman Cavalcante, Marta Lígia Pomim Valentim – Ciência da Informação – Biblioteconomia – Departamento de Ciência da Informação – Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília.

A inteligência competitiva organizacional (I.C.O.) é um processo que engloba todo o ambiente organizacional, visando o melhor aproveitamento informacional para a organização bem como o sucesso da mesma em mercados competitivos, tendo como matérias-primas dados, informação e conhecimento produzidos, tanto no ambiente interno, quanto externo à organização. Desse modo, o processo de I.C.O. envolve atividades de prospecção e monitoramento informacional, assim como a gestão da informação e do conhecimento.

Nesse contexto, sendo a cultura organizacional como afirma Shein (2001, p.35) toda e qualquer crença, valor, atitude, modo de pensar e agir compartilhados entre os indivíduos de uma organização. A cultura informacional refere-se à maneira como a informação é tratada e trabalhada no ambiente organizacional. Percebe-se, então, que a cultura organizacional é a base para o processo de I.C.O. no âmbito organizacional, uma vez que como apontam Valentim e Woida (2004) sem uma cultura organizacional positiva em relação à construção, socialização e compartilhamento de dados, informação e conhecimento, dificilmente é possível implementar tal processo. Também nos mostra Borges (1995) ao afirmar que a competitividade de uma empresa está relacionada com a capacidade da mesma em obter, processar e disponibilizar a informação.

Partindo-se do pressuposto que o ambiente externo não pode ser controlado ou modificado por uma única organização, mas, que ao interagir com este ambiente, auxilia na atuação coletiva, resultando em pressões que predominam no mercado, entende-se que a organização está sujeita às ações de forças, e que necessita direcionar seus esforços para a criação de uma cultura que vise o comportamento positivo em relação à geração, compartilhamento e uso da informação e conhecimento, colaborando com o processo de inteligência competitiva organizacional. Esta construção da cultura se dá através do estabelecimento de regras implícitas e explícitas; por meio da interação com os agentes que a compõem; pelo estabelecimento de uma simbologia comum; pelo incentivo a trocas constantes de informação e de conhecimento entre os indivíduos; pela eliminação dos obstáculos na comunicação; e, pelo estímulo a postura pró-ativa nos indivíduos.

A relação, tanto da cultura organizacional, quanto informacional junto ao processo de I.C.O. se faz importante, no sentido de que ambas são essenciais para o reconhecimento da identidade da organização, tendo em vista que tal reconhecimento propicia que as atividades de prospecção e monitoramento informacional, gestão da informação e a gestão do conhecimento sejam realizadas no processo de I.C.O. A partir desse reconhecimento, bem como de seu entendimento se torna possível efetivar o processo de I.C.O. No entanto, é necessário esclarecer que as culturas aqui mencionadas e o próprio processo de I.C.O. não seriam possíveis sem o envolvimento dos indivíduos, visto que executam grande parte dos processos organizacionais, bem como estabelecem as relações de trabalho que movem a organização.

Desse modo, percebe-se que a cultura organizacional e informacional também atua como influenciadora do processo de tomada de decisão na organizacional, porquanto elas apóiam a construção de significado coletivo, facilitando a decisão do líder a partir do conhecimento coletivo existente na cultura corporativa. Pesquisar-se-á como a cultura organizacional afeta o comportamento informacional das pessoas, voltado ao processo de inteligência competitiva organizacional e, como se dá a formação dessa cultura, se ela é imposta ou não aos indivíduos, de que maneira se desenvolve; ou, como ela se forma sendo produto da interação e da contribuição de cada indivíduo integrante do grupo.

Dessa forma, a compreensão e a análise da cultura organizacional bem como da cultura informacional, objetiva verificar como ela influencia o comportamento informacional das pessoas no âmbito organizacional, uma vez que o processo de inteligência competitiva organizacional é permeado por dados, informação e conhecimento. Além disso, deve-se considerar que a organização possui uma cultura própria, assim como possui diferentes subculturas, que influenciam profundamente as atitudes e o comportamento das pessoas no âmbito corporativo. Tem-se por objetivo então obter um

diagnóstico da cultura organizacional, como influenciadora do comportamento informacional das pessoas, visando maior eficiência ao processo de inteligência competitiva organizacional nas indústrias do setor alimentício. Tal diagnóstico será realizado no setor alimentício da região de Marília, Estado de São Paulo. A pesquisa é do tipo descritiva/exploratória, de natureza qualitativa, coletará os dados por meio da aplicação de uma entrevista estruturada e realizará a análise dos dados obtidos utilizando a análise de conteúdo de L. Bardin. A partir da análise dos dados será possível obter um diagnóstico sobre os fenômenos inerentes à cultura informacional das indústrias pesquisadas em relação ao processo de inteligência competitiva organizacional.

Como resultado parcial, a partir da análise da literatura foi possível identificar as correntes teóricas mais importantes sobre a cultura organizacional, bem como foi possível definir e conceituar termos para o processo de inteligência competitiva, estabelecendo as relações entre cultura organizacional/informacional e o processo de inteligência competitiva organizacional.

A relevância do tema pesquisado é dada em grande parte, na literatura da área de estudos organizacionais, repetindo-se na área de estudos sobre inteligência competitiva. É importante mencionar que a pesquisa está na fase inicial e, portanto, ainda não tem condições de apresentar resultados finais, uma vez que não verificou *in loco* a realidade proposta na pesquisa. No entanto, a análise da literatura sobre o tema, nos leva a compreender a importância de uma análise mais aprofundada da cultura organizacional, bem como ela influencia o comportamento informacional em organizações corporativas.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995. 226p.

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.

SCHEIN, E. H. **Guia de sobrevivência da cultura corporativa**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001. 191p.

VALENTIM, M. L. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 3, p. 1-23, jun. 2003.

_____; WOIDA, L. M. Cultura organizacional no processo de inteligência competitiva. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v.5, n.4, p.1-8, 2004. Disponível em: <http://www.dgzero.org/ago04/F_I_art.htm>. Acesso em: 10 ago. 2004.

Bolsa: Balcão/CNPq