

INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS E POLÍTICAS DE INFORMAÇÃO

Gabriela Belmont de Farias

Luciane Paula Vital

Resumo: No cenário de mudanças globais, o conhecimento e a informação são diferenciais competitivos já amplamente reconhecidos pelas organizações. Aspectos que envolvem o gerenciamento de sistemas de informações para negócios são muito discutidos na literatura. Neste artigo, pretende-se abordar preliminarmente o conceito de informação para negócio, gestão de informação e política informacional. Reflete-se sobre a relação entre a necessidade de qualificar o processo de gestão da informação e a inferência das políticas de informação. O objetivo é a inserção de uma discussão a respeito da influência da política de informação no gerenciamento informacional. Procura-se caracterizar o contexto empresarial e o papel da informação, proporcionando uma reflexão sobre a mediação do profissional da informação nesse contexto.

Palavras-chave: Informação para Negócio; Fontes de Informação; Gestão da Informação; Política de Informação.

1 INTRODUÇÃO

As pessoas na sociedade atual vivenciam um contexto de mudanças rápidas e profundas, em comparação com outros períodos da história, pois a globalização e outros fatores relacionados ao desenvolvimento científico, econômico e tecnológico estão provocando uma nova configuração social. Conforme Drucker (1999), essas mudanças vêm surgindo de uma profunda transformação da economia global, caracterizando o que vem sendo chamado de sociedade pós-industrial, no sentido de ter ultrapassado a produção industrial, desenvolvendo um setor voltado para a prestação de serviços. A economia, que no século XVIII era predominantemente agrícola, entra posteriormente na manufatura e na industrialização dos produtos, a chamada sociedade industrial. Já a sociedade pós-industrial, com a automação dos processos produtivos, exige trabalhadores intelectualmente mais qualificados, que saibam buscar, interpretar e desenvolver conhecimentos e informações.

A humanidade para um período em que a gestão cognitiva, centrada no pensar e aprender, é evidenciada. As organizações, para manter e/ou conquistar espaço no mercado, tiveram que se adaptar a esses novos ambientes, em que o valor de produtos e serviços depende cada vez mais do percentual de inovação,

tecnologia e inteligência a eles incorporadas (CAVALCANTI; GOMES; PEREIRA, 2001).

Neste cenário, no qual o conhecimento e a informação são elementos de diferencial competitivo, pode-se considerá-los como fatores essenciais ao desenvolvimento e aprimoramento de processos e serviços, uma resposta às exigências dos clientes e ao mercado, frente a constante luta de sobrevivência no mundo dos negócios.

Entretanto, apesar de reconhecerem essa importância, os líderes não têm direcionado esforços efetivos, tanto tecnológicos quanto de pessoal, no que tange ao gerenciamento da informação. Sendo assim, há o estabelecimento de um caos informacional, que se reflete na hora em que há necessidade de uma informação para tomada de decisão. A tomada de decisão qualificada deve fazer uso de todas as informações disponíveis e que provoquem interferências no processo. É o momento em que o maior número de informações precisa ser disponibilizado sobre o problema, porém, estas informações precisam ser pontuais e eficazes do ponto de vista da tomada de decisão.

O que se pretende neste artigo é abordar preliminarmente o conceito de informação para negócio, gestão de informação e política informacional, buscando a relação entre planejamento estratégico informacional e fontes de informação. Objetiva refletir sobre a importância da informação como ferramenta para a competitividade e a contribuição que as organizações poderão ter com o gerenciamento informacional.

2 INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIO

O termo informação para negócio tem sido utilizado nos países desenvolvidos como prática de fornecimento de informações para negócios. Segundo Borges e Campelo (1997) o termo informação para negócios tem sido pouco utilizado no Brasil e a terminologia se apresenta de forma diferente.

A partir da década de 1980 o conceito de informação para negócio apareceu implícito no termo informação tecnológica e se complica com o aparecimento da expressão informação para a indústria, sendo esta última de uso mais corrente na literatura da área da informação no Brasil.

Aguiar (1991, p.12) define informação para indústria como:

[...] um conjunto de conhecimentos de que a empresa deve dispor a fim de facilitar a execução de operações correntes de natureza administrativa, de produção e de controle; possibilitar o acompanhamento da dinâmica de mercado, para detecção de oportunidades e ameaças; permitir a implementação de estratégias emergenciais para enfrentar

problemas conjunturais; subsidiar as atividades de planejamento estratégico e contribuir para o desenvolvimento tecnológico.

Borges e Campelo (1997) designam o termo informação para negócios a um conjunto de informações destinadas a subsidiar as atividades das organizações no seu processo de desenvolvimento e afirmam que o termo informação para negócio apresenta uma abrangência maior do que informação para indústria, por representar todo o tipo de organização que depende da informação.

Para Duarte (2000, p.25), “o conjunto de informações externas à empresa, utilizadas pelos executivos para redução de incertezas, frente ao ambiente de negócios, têm sido chamadas de informação para negócios.” Os conceitos não estabelecem demarcações claras quanto à sua significação de uns em relação aos outros. Há um intercâmbio entre as definições, o que é muito mais freqüente no contexto das unidades de informação nas organizações, que recebem uma grande massa documental que é de interesse de vários departamentos. Cabe ao profissional promover o discernimento entre os diferentes documentos, levando em consideração o contexto no qual está inserido. A clareza das definições é um ponto importante nesse processo.

Januzzi e Montalli (1999) realizam um amplo levantamento de definições acerca dos termos ‘Informação para negócios’, ‘Informação tecnológica’, ‘Informação para indústria’, entre outros; objetivando uma maior clareza em relação à conceituação. Em relação ao termo ‘Informação para negócios’, julgam mais completa a definição de Montalli (1994) que diz que informação para negócios “é aquela que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatística, legislação e mercado”. Configura-se como uma definição abrangente, tentando ‘dar conta’ de todos os aspectos gerenciais de uma organização.

Será tratado, nesse artigo o termo ‘informação para negócios’ a partir desse enfoque, ressaltando que, em organizações mais focadas em aspectos tecnológicos ou operacionais existem termos mais específicos, como ‘informação tecnológica’ e ‘informação industrial’. O uso do conceito adequado auxilia na clareza dos objetivos da unidade de informação, além de também ser definido por estes, e, conseqüentemente na disponibilização da informação certa no momento oportuno.

A informação, como um precioso recurso para a organização, deve ser tratada de modo a contribuir efetivamente para a melhoria dos resultados organizacionais. A organização necessita identificar onde encontrar as informações

relevantes para o seu processo. Esta informação pode estar disponível nas fontes formais e informais de informação, e saber como tratá-las é indispensável.

3 FONTES DE INFORMAÇÃO

As organizações necessitam utilizar e gerenciar a informação estrategicamente, tanto para a tomada de decisão quanto para a inovação no setor de atuação. Borges e Carvalho (1998, p.76) afirmam que, “a cada dia torna-se mais claro o papel econômico da informação como insumo para o desenvolvimento de produtos, captação de recursos, conhecimento de mercado e sobrevivência de muitas empresas.” Para tanto, necessitam obter informações confiáveis, de maneira rápida e eficiente.

De acordo com Rezende (2002), o que determina a excelência de uma empresa é a habilidade com que ela coleta, organiza, analisa e implementa mudanças a partir de informações.

A disponibilidade e acesso às fontes de informação para negócio se constituem em um valioso diferencial competitivo nas empresas, porém, segundo Valentim (1997) a classe empresarial não consegue visualizar a importância do suporte informacional como auxiliar no domínio dos processos organizacionais. A falta de visualização pode estar relacionada à má adequação ou indisponibilidade das fontes de informação, portanto, se faz necessário que o profissional que atue nesse setor esteja atento para as etapas dos processos de tomada de decisão, assim como naqueles que influenciam a produção e uso da informação.

Informações organizadas e disponíveis adicionam valor à mesma classe empresarial, permitindo tomadas de decisão qualificadas e garantindo a competitividade no mercado. Organizar, disponibilizar de maneira acessível as fontes de informação a respeito de mercado, barreiras técnicas, legislação, companhias, economia, finanças, produtos, tecnologia e políticas governamentais segundo Jannuzzi (2002, p.23), são de fundamental importância para a sobrevivência em longo prazo das organizações brasileiras.

Quanto ao nível de formalização, as fontes de informação podem ser classificadas em formais ou informais. As **informações formais** são aquelas que transitam pelos canais convencionais da organização ou entre organizações. Estas informações normalmente possuem a característica de serem bem estruturadas, podem ser obtidas por meio de publicações, livros, periódicos, teses, patentes, entre outras. Já as **informações informais** são aquelas que não possuem caráter oficial. Este tipo de informação tem como característica a desestruturação; deriva de conversas, seminários, contatos telefônicos, fornecedores, *folders*, entre outros. O que difere uma da outra, basicamente, são o suporte e o nível de processamento aos quais a informação foi submetida.

As informações formais, tanto de origem interna como externa, podem, mais facilmente, integrar o sistema de informações da organização. A escolha da inclusão ou não destas informações, necessariamente passará pela análise de custo/benefício. As informações informais, dificilmente podem ser incluídas no sistema de informações, em virtude de serem bastante desestruturadas e freqüentemente terem pouca garantia quanto à sua integridade.

Entretanto, de acordo com Jannuzzi (2002, p.23) é de fundamental importância,

Organizar e disponibilizar a fluxo de informações a respeito de mercado, barreiras técnicas, legislação, companhias, economia, finanças, produtos, tecnologia e políticas governamentais é um fato que se torna cada vez mais necessário e urgente, para subsidiar a tomada de decisões nas empresas brasileiras, visando à competitividade.

O quadro abaixo fornece um panorama quanto aos tipos de fontes, formais e informais, e os ambientes de obtenção, externos ou internos.

Fontes de Informação	Formal	Informal	Internas	Externas
Manuais de serviço e instruções de operações	X		X	
Rotinas, procedimentos e regulamentos.	X		X	
Políticas funcionais da organização	X		X	
Planejamento operacional e estratégico	X		X	
Legislação trabalhista	X			X
Legislação fiscal	X			X
Legislação comercial	X			X
Catálogos de empresas	X		X	X
E-mail, sites	X	X	X	X
Conversas telefônicas, através de chats		X	X	X
Periódicos entre outros.	X			X

Quadro 1: Fontes de Informação.

Fonte: As autoras

Pressupõe-se que conhecimento codificado transforma-se em informação, que poderá ‘alimentar’ os sistemas disponíveis na organização. No quadro 1, conversas telefônicas ou por meio de *chats* são fontes informais de informação, difíceis de serem codificadas. Mas nem por isso devem ser descartadas; como importante fonte de troca de informações e conhecimentos, é possível a organização e disponibilização de listas de especialistas, com contatos, para otimização e fomento dessas práticas.

Torna-se imprescindível que as fontes e os meios de obtenção da informação sejam identificados a fim de que as necessidades informacionais dos usuários possam ser atendidas. Observa-se que as organizações necessitam definir quais os tipos e de que fontes derivam as informações essenciais a elas. O mapeamento das necessidades informacionais e dos contextos interno e externo apóiam o desenvolvimento de uma política de informação eficiente. Política, que estando explícita, irá embasar o desenvolvimento de uma gestão da informação qualificada, que leva em consideração as características e necessidades do ambiente.

4 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A falta de uma estrutura organizacional sensível e atenta à gestão da informação impede a sinergia entre os diferentes setores, tanto em virtude do excesso como da falta de informação. Mesmo o acesso de forma inadequada aos conteúdos informacionais pode levar os membros da organização a trabalhar com elevados níveis de tensão e imprecisão. Conteúdos informacionais são acessíveis através da disponibilização das fontes apropriadas. Gestão da informação pressupõe a gestão das fontes e estas atendem aos objetivos, contexto enfim, às necessidades do ambiente.

É necessário que a organização busque um diferencial no mercado e seja capaz de vencer o desafio de transformar as informações em conhecimento, e por sua vez, o conhecimento em tecnologia. Ou seja, significa gerenciar informações para agregação de valor ao negócio da organização a partir da disponibilização do conhecimento gerado e que esse seja materializado em algo de que o mercado efetivamente necessite e utilize.

Para que uma organização consiga adotar uma estratégia eficaz de gestão da informação, é necessário que ela desenvolva algumas atividades em relação às fontes de informação que utiliza, dentre as quais: prospectar/monitorar informação; tratar informação; comunicar a informação e usar informação. Davenport (1998) propõe um modelo que chama de ecologia da informação, que focaliza o ambiente informacional da organização e apresenta o caráter fortemente sistêmico no

gerenciamento informacional. Tal sistema deve-se em parte à correlação do modelo proposto com o ambiente organizacional e leva em conta todo o ambiente informacional da organização, rejeitando análises localizadas. O modelo ainda dá relevância ao comportamento dos profissionais diante da informação, colocando-os no centro do ambiente informacional, e não, apenas, à tecnologia.

Conforme Oliveira e Bertucci (2003, p.9) os objetivos da gestão estratégica da informação são:

- a) Promoção da eficiência organizacional de forma a organizar e suprir as demandas por informações vindas de dentro e de fora;
- b) Planejamento de políticas de informação;
- c) Desenvolvimento e manutenção de sistemas e serviços de informação;
- d) Otimização de fluxos de informação; e
- e) Controle da tecnologia de informação.

A gestão da informação proporciona uma visão crítica e abrangente da atmosfera competitiva; por conseguinte, é possível desenvolver ações estratégicas visando maior competitividade.

Para Davenport (1998, p.176), o processo de gestão da informação é composto por quatro etapas:

Determinação das exigências – Identificar como os gerentes percebem os ambientes informacionais e como compreendem que tipo de informações um administrador realmente precisa. Implica entender o mundo dos negócios e requer as perspectivas política, psicológica, cultural, estratégica e ferramental além das avaliações individual e organizacional;

Obtenção – Obter informações é uma atividade que deve incorporar um sistema de aquisição contínua que, de forma geral, consiste nas seguintes atividades: exploração de informações; classificação e formatação e estruturação das informações;

Distribuição – refere-se às formas de comunicação e divulgação utilizadas;

Uso da Informação – Diz respeito à utilização da informação disponibilizada. Está ligado à maneira como se procura, absorve e digere a informação antes de torna uma decisão.

As etapas do processo de gestão da informação levantadas por Davenport (1998) estão intrinsecamente relacionadas ao gerenciamento das fontes de informação; como salientado anteriormente, gestão da informação é também a gestão das fontes. A primeira etapa, determinação das exigências, é o momento onde se realiza um levantamento das necessidades informacionais, delimita-se o tipo de informação que as pessoas necessitam no desenvolvimento dos processos, sejam operacionais, seja a tomada de decisão. Quando o tipo de informação é mapeado, as fontes podem ser identificadas com mais facilidade, determinando as etapas seguintes: de obtenção, distribuição e uso. Por exemplo, uma empresa da área tecnológica necessita que seus funcionários troquem informações (entre eles ou com outros especialistas), e, para isso, precisa divulgar as especialidades de cada funcionário e listas de contato externas. A partir desse diagnóstico, é possível implantar ações que possibilitem ou otimizem esse processo, sem esquecer que o ambiente informacional das organizações está sujeito às variações dos ambientes de negócios internos e externos, provocando uma reavaliação organizacional frente às novas demandas.

A gestão da informação, como visto, é necessária para a manutenção da competitividade organizacional. Torna-se imprescindível o desenvolvimento de estratégias voltadas a ela, de forma que sejam catalisados os fluxos de informação, buscando, entre outras coisas, subsidiar o processo de tomada de decisão. O desenvolvimento de ações estratégicas direcionadas à manutenção e ao crescimento da organização necessita de informações precisas, de modo que as mesmas sejam potencializadas durante o processo de análise, interpretação, reflexão e definição da ação a ser empregada sobre o fenômeno percebido.

Percebe-se que a gestão de informação não é suficiente para estabelecer padrões e normas para o fluxo de informação de uma organização, portanto se faz necessário agregá-la a uma política de informação flexível.

5 POLÍTICA DE INFORMAÇÃO

A organização, independente do ramo de negócio, precisará de informações que indiquem as tendências, desafios e caminhos, proporcionando maior segurança para o desenvolvimento das ações estratégicas.

A política de informação poderá ser uma ferramenta existente na organização que defina a modelagem dos sistemas de informações utilizados internamente. A política de informação deve estar de acordo com a estratégia geral da organização; deverá haver sincronismo entre o planejamento estratégico da organização e a política de informação.

A organização deve definir sua política geral de informação para que, mediante a racionalização dos recursos, possa tirar melhor proveito da informação,

visando melhorar sua performance e alcançar seus objetivos de uma forma mais eficaz. Davenport (1998, p. 92) define cinco tipos de política de informação:

Utópico tecnocrático – a forte abordagem técnica como solução para todos os problemas. Enfoca fortemente a modelagem e categorização da informação e está sempre atenta a novas tecnologias de software e de hardware. A política utópica tecnocrática dá mais ênfase à tecnologia que à informação, tecnologia é um suporte que torna possível a circulação, armazenamento e disseminação da informação com maior eficácia, com importância indiscutível no processo de gestão da informação. Porém, aliado à tecnologia, a qualidade, confiabilidade e a precisão da informação são elementos fundamentais, definidores do ‘sucesso’ da gestão e algumas vezes são negligenciados nessa política.

Anárquico - inexistência de qualquer política de gerenciamento de informação. Os indivíduos determinam seus próprios sistemas de informações e a forma de gerenciá-los. A política anárquica não seria exatamente uma política, mas sim a falta dela. Davenport (1998) diz que esse tipo de política é freqüente em locais onde os funcionários trabalham essencialmente com conhecimento, como por exemplo, cientistas, consultores, programadores, onde cada um cria seu ‘sistema de informação’. Em empresas menores essa situação também é freqüente, e possível pelo fato de o presidente ou diretor ter conhecimento e domínio sobre todos os processos; correndo o risco de, na falta do diretor, o caos ser instaurado.

Feudalista – o gerenciamento da informação por unidades ou funções individuais, que definem suas próprias necessidades de informações, reportando somente parte das informações para a organização. A política feudalista dificulta ou impede, a disseminação da informação na organização como um todo e, sabendo-se que a maior parte da informação que uma empresa necessita encontra-se dentro dela mesma, esse tipo de política cria sérios entraves ao fomento e compartilhamento de informações entre os diferentes pares. O feudalismo não leva em consideração o contexto mais amplo, delimitando-se aos problemas informacionais do setor.

Monárquico – o gerenciamento da informação é ditado pelo líder da organização que define o sistema de informações e o nível de acesso dos demais componentes da organização. A política monárquica apresenta características similares à feudalista, sendo que o poder de decisão sobre as informações, fontes que irão circular pela organização encontra-se centrada em uma pessoa.

Federalista – o gerenciamento da informação é feito com a participação de todos os elementos da organização, poucas decisões centralizadas. O objetivo é que a política seja determinada como resultado do consenso. Há uma certa autonomia dos diferentes setores, porém, o objetivo final é sempre compartilhado por todos os membros e as decisões são discutidas com toda a organização.

Os diferentes tipos de políticas informacionais possuem vantagens e desvantagens, sofrem a influência do contexto, das características mais específicas da organização e o profissional da informação precisa diagnosticar qual é a política

predominante para que possa trabalhar os pontos fortes e fracos dessa política, buscando uma democratização do acesso, disseminação e uso da informação.

Conforme Davenport; Eccles e Prusak (1992, p.64) “[...] o gerenciamento da política da informação requer uma mudança na cultura organizacional e novas tecnologias”. O gerenciamento da informação precisa que todos os gerentes apoiem e participem além de ver a informação como elemento importante para seus sucessos, estando dispostos a gastarem tempo e energia negociando para encontrar suas necessidades de informação. Cumpre lembrar que, por denotar poder e ser um elemento essencial em todos os processos organizacionais, a informação nunca é neutra, e nem todas as pessoas têm interesse que ‘tudo’ circule nos diferentes setores. Essas são algumas questões que o profissional terá que enfrentar ao implantar e/ou gerenciar um sistema de informação para negócios, questões essas que fazem parte do contexto político e econômico da sociedade atual.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O volume de informações que precisa ser gerenciado por uma organização atualmente cresce em ritmo acelerado. A inovação e a capacidade de resposta que uma empresa possui frente aos desafios que se colocam, dependem fundamentalmente, de informação e conhecimento. Esses elementos configuraram-se como fundamentais, tanto no desenvolvimento quanto no aprimoramento de produtos e processos, como na tomada de decisão, seja em organizações públicas ou privadas.

Sendo assim, a configuração de uma política de informação é o primeiro passo na garantia de uma gestão da informação realmente eficaz. É a política instaurada ou negociada que irá permitir que as fontes de informação necessárias sejam mapeadas e disponibilizadas para os atores ativos dos processos. Uma política de informação monárquica, por exemplo, em setores onde os funcionários precisam trocar conhecimentos e informações, dificultaria o processo, não permitiria o aproveitamento do potencial da informação que circula na organização. Sendo assim, essa política, nesse ambiente, seria prejudicial ao processo de gestão da informação. Entretanto, esse mesmo fato pode não ocorrer em outros setores, apesar de, como acredita a maioria dos profissionais da informação, é sempre prejudicial não disponibilizar informação a quem dela necessita.

A relação entre organizações e a informação é marcada por aspectos políticos e econômicos. A importância da informação produzida e disponibilizada em uma organização é muito grande, daí a preocupação no gerenciamento dos sistemas de informação e a crescente discussão sobre gestão da informação. Nesse processo, algumas vezes os aspectos culturais, políticos e econômicos, que podem

ser implícitos ou explícitos através de políticas de informação, não são levados em consideração. Do ponto de vista do profissional da informação, esses aspectos irão definir o gerenciamento da informação, e, portanto, é preciso conhecê-los. A partir do reconhecimento dessas políticas, o processo pode sofrer inferências na busca de uma maior qualificação ou ‘democratização’ no âmbito organizacional.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Afrânio Carvalho. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. *Ciência da Informação*, Brasília, v.20, n.1, p.7-15, jan./jun. 1991.
- BORGES, Mônica E. N.; CARVALHO, G.M. Natália. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. *Ciência da Informação*, Brasília, v.27, n.1, p.76-81, jan./abr.1998.
- _____; CAMPELLO, Bernadete Santos. A organização da informação para negócios no Brasil. *Perspectivas em Ciência da informação*, Belo Horizonte, v.2, n.2, p.149-161, jul./dez. 1997. Disponível em: <
<http://www.eci.ufmg.br/pcionline/viewarticle.php?id=125&layout=abstract> >.
Acesso em: 28 ago. 2006.
- CAVALCANTI, M.; GOMES, E.; PEREIRA, André. *Gestão de empresas na sociedade do conhecimento: um roteiro para a ação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DAVENPORT, T. H.; ECCLES, R. G.; PRUSAK, L. Information Politics. *Sloan Management Review*, Knoxville, v.34, n.1, p.53-65, 1992.
- _____. *Ecologia da Informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação*. São Paulo: Futura, 1998.
- DUARTE, Luiz Otávio Borges. Informação para negócios na internet: estudo das necessidades informacionais da indústria moveleira de Minas Gerais. *Perspect. Ciênc. Inf.*, Belo Horizonte, v.5, n.1, p.23-40, jan./jun. 2000.
- DRUCKER, Peter. *Sociedade pós-capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa. *Informação tecnológica e para negócios no Brasil*. Campinas: Alínea, 2002. 134p.
- _____; MONTALLI, Kátia Maria Lemos. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. *Ciência da Informação*, Brasília, v.28, n.1, jan./abr. 1999.
- MONTALLI, K. M. L. Informação para negócios no Brasil: reflexões. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE INFORMAÇÃO PARA INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 1.,1993, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte : UFMG/EB, 1994. p.165-173.
- OLIVEIRA, M.; BERTUCCI, M. da G. E. de S. A pequena e média empresa e a gestão da informação. *Informação e Sociedade*, Paraíba, v.13, n.2, jul./dez. 2003.

Disponível em: < <http://www.informacaoesociedade.ufpb.br/issuev13n203.htm>>.
Acesso em: 28 nov. 2005.

REZENDE, Yara. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. *Ciência da Informação*, Brasília, v.31, n.1, p.75-83, jan./ abr. 2002.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. *O custo da informação tecnológica*. São Paulo: Polis, 1997.

INFORMATION MANAGEMENT AND INFORMATION POLITICS

Abstract: In the setting of global changes, the knowledge and the information are differential competitive already broadly recognized by the organizations. Aspects that involve the information systems management for business are broadly discussed in the literature. In this article intends to approach preliminarily the concept of information for business, management of information and political information. Seeking reflect about the relation between the need of qualify the trial of management of the information and to influence of the information politics. The objective is the insertion of an argument as to the influence of the information politics in the information management. It seeks the business context be characterized, and the paper of the information, providing a reflection about the mediation of the information professional in that context.

Keywords: Business Information; Information Spring; Information Management; Information Politics.

Gabriela Belmont de Farias

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina. Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista da CAPES.
E-mail: gabriela_belmont@yahoo.com.br

Luciane Paula Vital

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação e Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Especialista em Gestão de Bibliotecas. Bolsista da CAPES.
E-mail: lucianepv@ced.ufsc.br - lucianepv@yahoo.com.br

Artigo recebido em: 29/08/2006
Aceito para publicação em: 15/12/2006