



ORGANIZADORAS

Jussara Borges
Gleise Brandão
Susane Santos Barros

EDUCAÇÃO PARA A INFORMAÇÃO

como promover
competências
infocomunicacionais

Direção editorial Patricia Biegging, Raul Inácio Busarello
Editora executiva Patricia Biegging
Coordenadora editorial Landressa Rita Schiefelbein
Assistente editorial Caroline dos Reis Soares
Diretor de criação Raul Inácio Busarello
Assistente de arte Lígia Andrade Machado
Editoração eletrônica Lucas Andrius de Oliveira
Peter Valmorbida
Imagens da capa Charles Spolier, Baivector - Freepik.com
Revisão Susane Santos Barros, Regina Lima
Orientação pedagógica: Regina Lima
Organizadores Jussara Borges, Gleise Brandão
Susane Santos Barros

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E24

Educação para a informação: como promover competências infocomunicacionais / Organizadoras Jussara Borges, Gleise Brandão, Susane Santos Barros. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

Livro em PDF

ISBN 978-65-5939-423-4

DOI: 10.31560/pimentacultural/2022.234

1. Educação. 2. Competências infocomunicacionais.
3. Propriedade intelectual. I. Borges, Jussara (Organizadora).
II. Brandão, Gleise (Organizadora). III. Barros, Susane Santos
(Organizadora). IV. Título.

CDD: 370

Índice para catálogo sistemático:

I. Educação

Janaina Ramos – Bibliotecária – CRB-8/9166

PIMENTA CULTURAL

São Paulo - SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 2

3

Jussara Borges

A INFORMAÇÃO E A COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

DOI: [10.31560/pimentacultural/2022.234.53-62](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2022.234.53-62)

INTRODUÇÃO

Em 2019, o documentário [Privacidade Hackeada](#) demonstrou como as informações que nós produzimos e disponibilizamos estão sendo utilizadas para vender produtos, eleger políticos e moldar comportamentos. Embora isso não seja exatamente uma novidade, já que a noção de que “informação é poder” é bem conhecida, é verdade que apenas recentemente começamos a nos dar conta do quanto a nossa informação está sendo utilizada como um ativo.

Para algumas empresas isso é tão evidente a ponto de a Amazon, por exemplo, comprar a Whole Foods – uma das maiores redes de supermercados dos Estados Unidos – para ter acesso aos dados comportamentais do consumidor: o que consomem, quando compram, quanto gastam, como pagam, onde moram, que marca preferem etc. É improvável que a Amazon esteja interessada em apenas expandir sua carteira de negócios, o grande ativo adquirido da Whole Foods são os dados que acumula dos clientes.

Esse grande volume de dados que hoje são produzidos ou coletados das pessoas – nem sempre de maneira legal e ética – estão sendo trabalhados por inteligência artificial que está aprendendo sobre preferências e comportamentos a ponto de indicar produtos e serviços que nem sabíamos que queríamos.

Por seu cunho social e humanístico, o bibliotecário – um dos profissionais especialistas em informação – tem responsabilidade fundamental neste contexto: de um lado compreendendo esse universo informacional, suas perspectivas, oportunidades e perigos; de outro formando sujeitos informacionalmente competentes para atuar nesse contexto. Se a informação é um ativo – econômico, social, político – na contemporaneidade, as pessoas precisam de formação para lidar com esse ativo. Este livro entende que aqui reside um papel chave para os bibliotecários: educar para a informação.

A [Unesco](#) vem defendendo que a alfabetização do século XXI deve incluir a capacidade de lidar eficazmente com a informação e as mídias – Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) –, porque é a formação necessária para cidadãos tomarem decisões – sobre saúde, educação, política etc. – baseados em informação e diálogo. Este livro segue esta abordagem, levando os leitores a uma compreensão crítica e reflexiva da informação e da comunicação, permitindo aproveitar os ambientes digitais para aprender, participar, colaborar e produzir conteúdos.

De origem norte-americana, [information literacy](#) poderia ganhar uma tradução próxima a “alfabetização informacional” em português. Os espanhóis, por exemplo, optaram por *alfabetización informacional* e os portugueses por “literacia da informação”. No Brasil, houve um período de discussão e dissenso quanto à nomenclatura: se alfabetização, se letramento, se fluência, tendo predominado a expressão “competência em informação”. O conceito sob a expressão, no entanto, permaneceu pouco alterado ao longo do tempo: a competência em informação relaciona-se à capacidade de identificar que determinada situação pode ser solucionada com informação, saber onde buscá-la (conhecer fontes adequadas), identificar o que é relevante, pertinente e atual, analisar a veracidade e aplicá-la para resolver a situação que deu origem ao processo.

Contudo, a aceleração do fluxo informacional tem propiciado que muitas vezes a informação de que se precisa não chegue a ser registrada, ela está com seu criador ou transmissor, ou seja, com pessoas. Assim, as já clássicas competências em informação – saber buscar, avaliar e gerir informação – continuam importantes e pertinentes, mas é necessário acrescentar competências para interagir, para relacionar-se, ou, como chamamos aqui, competência em comunicação. A convergência e inter-relação entre competências em informação e em comunicação leva à expressão “[competências infocomunicacionais](#)” (BORGES, 2013).

As duas áreas – Informação e Comunicação – têm fronteiras tênues e permeáveis. Neste capítulo, vamos compreender a correlação,

mas também a distinção entre esses conceitos; e como essa compreensão repercute na atuação de profissionais que querem atuar na educação para a informação. Na próxima seção vamos nos dedicar ao conceito de informação e outros dois conceitos que gravitam no seu entorno: dado e conhecimento.

DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Durante os 11 anos que atuei como professora na Universidade Federal da Bahia (UFBA), promovi diversas vezes uma experiência em sala de aula utilizando um chimarrão. O chimarrão é uma bebida tradicional entre os gaúchos, mas para os baianos é algo sobre o que “ouviram falar”. Distribuía, então, três conjuntos de apetrechos necessários para se fazer um chimarrão – cuia, bomba, erva-mate e água quente – para três voluntários. O primeiro recebia o conjunto sem qualquer instrução; o segundo era orientado a ler as [instruções de como fazer um chimarrão](#), que comumente estão na embalagem de erva-mate; ao terceiro eu mesma ensinava a fazer um chimarrão e ele tinha a oportunidade de “treinar” com minha orientação. Neste primeiro momento, os três ficavam incomunicáveis entre si e com os colegas. Em seguida, era-lhes pedido que fizessem um chimarrão diante da turma.

Como vocês podem imaginar, era uma experiência trágica para o primeiro voluntário: sem qualquer pista ou orientação, era comum que ele tentasse visualizar o que o colega ao lado estava fazendo, numa busca desesperada por [qualquer informação](#). A verdade é que ele tinha somente dados: a cuia, a bomba, a erva-mate e a água, mas sem conseguir conectá-los o resultado costumava ser ou um bloqueio completo, uma paralisia total diante do solicitado, ou fazer qualquer coisa, o que resultava em tudo, menos um chimarrão. O segundo voluntário, que tinha a receita do chimarrão, esforçava-se em seguir os passos –

ele tinha a informação de como proceder! –, mas invariavelmente não conseguia manter o “morrinho” de erva-mate na lateral e não conseguia fixar a bomba na erva. O terceiro saía-se muito melhor. Tendo ouvido minhas orientações, visto uma demonstração, dialogado para tirar dúvidas – informações em diferentes formatos –, realizado uma tentativa e experimentado um chimarrão pronto, ele tinha desenvolvido um nível inicial de conhecimento ao colocar em prática as informações que havia recebido.

Esse experimento ajuda-nos a perceber que a aplicação de dados, informação e conhecimento gera produtos e resultados diferentes. Por outro lado, o mesmo experimento também nos leva a identificar a correlação entre os conceitos, porque, por exemplo, nosso segundo voluntário teve a chance de construir sentido para os objetos à sua frente: ao ler as instruções, ele entendeu para que servia cada um dos apetrechos. Podemos então definir informação como uma abstração que representa algo significativo para alguém (SETZER, 1999). Para ilustrar: um demonstrativo contábil é certamente informação para um contador, que é capaz de compreender aquela sucessão numérica, mas não passa de dados – números, símbolos, signos – para uma pessoa leiga no assunto.

Conhecimento, por sua vez, é um passo além: é uma abstração interior, pessoal, e construída a partir da experiência única de cada pessoa que, a partir da interligação de conceitos diversos, é capaz de criar algo novo. O conhecimento é, portanto, um estágio qualitativamente superior ao uso da informação. Provoca alterações no estado cognitivo do indivíduo, isto é, no seu estoque mental de saber acumulado, proveniente de uma interação positiva com uma estrutura de informação. Essa modificação altera o seu saber, porque acrescenta novo saber ou porque sedimenta um saber já estocado ou, ainda, porque modifica um saber anteriormente estocado. Se nenhuma alteração ocorrer no indivíduo, não aconteceu a apropriação da informação e, portanto, não se efetivou a relação informação/conhecimento (BARRETO, 1996).

Assim, informação e conhecimento, embora conceitos distintos, são complementares, pois da mesma forma que informação pode ser fruto de um conhecimento acumulado e explicitado por outrem, o conhecimento pode ser fruto de informação apropriada (SIRIHAL; LOURENÇO, 2002).

Portanto, o grande volume de dados que hoje circula na Internet depende da capacidade de compreensão humana para que se constitua em informação. Assim como a quantidade de títulos de uma biblioteca não equivale ao conhecimento gerado ou mantido pela instituição, no contexto digital fica ainda mais explícito que quantidade não é qualidade, ao contrário: “Em um ambiente onde os usuários estão sobrecarregados de informação, estar apto a analisar, julgar, avaliar e interpretar informação e contextualizá-la torna-se uma habilidade crucial.”¹ (ROMANI, 2009, p. 21, tradução nossa)

O que faz a diferença é a capacidade das pessoas de construir sentido a partir de dados e gerar conhecimento dentro de cada contexto. Nisto incidem as competências infocomunicacionais. E por falar em infocomunicação, cadê a comunicação nisso tudo? Ou será que informar e comunicar são a mesma coisa?

INFORMAR E COMUNICAR SÃO A MESMA COISA?

Vamos considerar as duas mensagens: “Informo que a pauta de nossa reunião foi alterada para incluir a discussão do curso de Competências.” E “comunico que a pauta de nossa reunião foi alterada para incluir a discussão do curso de Competências.” No dia a dia as

¹ Tradução livre de: “In an environment where users are overload with information being able to analyse, judge, evaluate and interpret information and placing it in context becomes a crucial skill.”

duas expressões – informar e comunicar – são usadas como quase sinônimos e, de fato, é preciso concordar que assumiram sentidos comuns na compreensão compartilhada.

Contudo, um olhar mais apurado, leva-nos a observar que “comunicar” é mais exigente; demanda, minimamente, a construção de relações entre os interlocutores: enquanto a informação exige a produção de sentido a partir de dados, a comunicação exige a produção de relações a partir da informação (MUCCHIELLI, 1998).

Assim, quando uma biblioteca anuncia em seu site que todos os empréstimos serão automaticamente renovados enquanto perdurar o período de isolamento social decorrente da pandemia de covid-19, ela está informando. Contudo, se a biblioteca deseja interagir com o sujeito, por exemplo, auxiliando no uso de acervos digitais durante o período de atendimento remoto, ela terá de estabelecer um canal de comunicação – e-mail, chat, mídias sociais etc. –, estar preparada para o diálogo – responder aos contatos, usar uma linguagem adequada etc. – e construir uma relação de reciprocidade com o sujeito:

[...] a mensagem necessita de um *contexto de referência*, que precisa ser acessível ao receptor. [...] É necessário ainda um *código comum* ao emissor e ao receptor e finalmente, um contato, isto é, um *canal* físico ou uma conexão virtual e uma *atitude psicológica* entre o emissor e o receptor que os capacitem a entrar e a permanecer em contato (BARRETO, 2009, p. 1, grifos nossos).

Dessa forma, uma vez estabelecida a comunicação, ainda é necessário mantê-la: ouvir, entender o lugar de fala do interlocutor, compreendê-lo em seu contexto – ideológico, cultural, religioso etc. – e a partir disso retroalimentar o diálogo numa dança de idas e vindas que exige ajuste contínuo de todas as variáveis acima grifadas: contexto de referência, código comum – ajuste da linguagem –, canal de comunicação e atitude psicológica.

A compreensão de comunicação neste capítulo, portanto, segue o viés social, ou seja, não se restringe à transmissão de informação entre um polo emissor e um polo receptor, mas à interação entre os sujeitos sociais, onde a relação é tão importante quanto a informação (conteúdo) que circula entre eles. Como diz Wolton (2006, p. 175): “Comunicar não é apenas produzir e distribuir informação, é também ser sensível às condições nas quais o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela em função das suas escolhas filosóficas, políticas, culturais.”

Essa compreensão parece fundamental em um contexto em que as bibliotecas têm recebido inúmeros questionamentos sobre sua [sustentabilidade](#) em razão da disponibilidade de informação supostamente livre e *on-line*. Historicamente as bibliotecas atuam na mediação entre informação e conhecimento, auxiliando as pessoas a desenvolver sentido e novos significados para avançar na construção do conhecimento. Se as pessoas hoje trabalham, estudam e atuam no ciberespaço, é aí que devemos atuar, em uma atitude proativa de aproximação, de interação e, portanto, de comunicação.

Será que o *site* e as mídias sociais da biblioteca em que atuam são espaços de comunicação? Ou apenas transmitem informações? Como posso fortalecer a relação com o público?

CONCLUSÃO

Com a emergência das chamadas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), no final do século passado muitas iniciativas se voltaram à alfabetização digital. De fato, considerando-se o volume e variedade de informações em ambientes digitais, o domínio de ferramentas de acesso e gestão dos conteúdos se coloca como um pré-requisito à atuação de profissionais de informação (CATTs; LAU, 2008). Claro está

que as pessoas podem empregar competências infocomunicacionais independentemente das TIC, mas é inegável o papel que assumiram na sociedade como mediadoras da informação e da comunicação.

Por isso, neste livro, em geral, nos referimos às competências infocomunicacionais em ambientes digitais. Contudo, não se deve confundir essas competências com habilidades digitais. Essas habilidades para operar recursos e sistemas são subjacentes, mas insuficientes. Analogicamente, seria o mesmo que confundir a habilidade de utilizar uma caneta com a competência de redigir textos. Assim, se o digital é o ambiente de atuação, as competências em seu aspecto mais comunicativo, social e informativo são o foco de análise (BORGES, 2018).

REFERÊNCIAS

BARRETO, Aldo. A eficiência técnica e econômica e a viabilidade de produtos e serviços de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 25, n. 3, 1996. Disponível em: <http://www.ibict.br/cionline>. Acesso em: 10 nov. 1999.

BARRETO, Aldo. Mediações digitais. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, v. 10, n. 4, ago. 2009.

BORGES, Jussara. **Participação política, internet e competências infocomunicacionais**: evidências a partir de organizações da sociedade civil de Salvador. Salvador: Edufba, 2013.

BORGES, Jussara. Competências infocomunicacionais: estrutura conceitual e indicadores de avaliação. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 28, n. 1, p. 123-140, jan./abr. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/issue/view/2010/showToc>. Acesso em: 13 abr. 2018.

CATTS, Ralph; LAU, Jesus. **Towards information literacy indicators**. Paris: Unesco, 2008.

MUCCHIELLI, Alex. **Les sciences de l'information et de la communication**. 2. ed. Paris: Hachette, 1998.

ROMANI, Juan Cristobal Cobo. **Strategies to promote the development of E-competencies in the next generation of professionals: european and international trends.** Cardiff: Cardiff University, 2009.

SIRIHAL, Adriana Bogliolo; LOURENÇO, Cíntia de Azevedo. Informação e conhecimento: aspectos filosóficos e informacionais. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 12, n. 1, 2002.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação.** Casal de Cambra: Caleidoscópio, 2006.