

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

PABLO VINÍCIUS D'OLIVEIRA MENEZES

**Fluxo de informação para a emissão de selos postais no
Brasil**

RECIFE

2017

PABLO VINÍCIUS D'OLIVEIRA MENEZES

Fluxo de informação para a emissão de selos postais no Brasil

Monografia apresentada ao Departamento de Ciência da Informação da UFPE por Pablo Vinícius D'oliveira Menezes, como requisito parcial para obtenção do título de bacharelado em Gestão da Informação, sob orientação do Prof. Dr. Diego Andres Salcedo.

RECIFE

2017

Catalogação na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

M543f Menezes, Pablo Vinícius D'Oliveira

Fluxo de informação para a emissão de selos postais no Brasil / Pablo
Vinícius D'Oliveira Menezes. – Recife, 2017.

41 f.: il., fig.

Orientador: Diego Andres Salcedo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal
de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Ciência da Informação,
2017.

Inclui referências.



FOLHA DE APROVAÇÃO

Título do TCC

Fluxo de informação para emissão de selos postais no Brasil.

Pablo Vinicius Menezes

(Autor)

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Banca Examinadora, apresentado no Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

TCC aprovado 30 de novembro de 2017

Banca Examinadora:

Orientador – Diego Andres Salcedo
DCI/Universidade Federal de Pernambuco

Examinador 1 – Hélio Márcio Pajeú
DCI/Universidade Federal de Pernambuco

Ismael Rodrigues dos Santos
Examinador 2 – Ismael Rodrigues
PPGCI/Universidade Federal de Pernambuco



Departamento de Ciência da Informação - Centro de Artes e Comunicação - CEP 50670-901
Cidade Universitária - Recife/PE - Fone/Fax: (81) 2126-8780/ 8781 - dci@ufpe.br



PABLO VINÍCIUS D'OLIVEIRA MENEZES

Fluxo de Informação para a Emissão de Selos Postais no Brasil

Monografia apresentada ao Departamento de Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a Orientação do Prof. Dr. Diego Andres Salcedo, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Aprovado em ____ / ____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. (o) Dr. Diego Andres Salcedo - Orientador

Prof. Dr. Hélio Márcio Pajeú - Examinador

Prof. Ismael Rodrigues dos Santos – Examinador.

AGRADECIMENTOS.

Agradeço primeiramente a Deus.

Aos professores do Departamento de Ciência da Informação, em especial ao meu professor e orientador Diego Andres Salcedo pelo apoio e incentivo.

Ao Grupo de Pesquisa IMAGO.

Aos meus amigos e familiares, em especial para meu pai Daniel e minha mãe Eliete por ter me dado condições de realizar esse sonho.

RESUMO

A gestão da informação tem se tornado uma preocupação que cresce nas organizações. Logo, esse estudo tem a ideia de propor a representação do fluxo da informação para o processo de emissão de selos postais no Brasil, com a escolha do tipo comemorativo, como uma forma de melhor atender às necessidades de adequação e acompanhamento desse processo para sugerir melhorias e fazer análises mais eficientes. Para tanto o presente trabalho teve como o objetivo o desenvolvimento de uma pesquisa exploratória com o foco de mostrar o fluxo da informação da emissão de selos postais comemorativos e propor um novo fluxo de informação. O método de pesquisa adotado foi a pesquisa-ação realizada pelo levantamento das instituições participantes desse processo, para buscar um melhor entendimento, com o auxílio da Gestão de Processos de Negócio – BPM para realizar a representação do fluxo da informação. Assim, dentre os resultados imediatos desse trabalho, tem a ajuda de possíveis sistemas de informações para ajudar na tomada de decisão em algumas etapas do fluxo da informação da emissão de selos postais comemorativos. Como resultados potenciais, pode ser comentado através das sugestões propostas nesse estudo, a melhoria na execução de atividades gerenciais, o ganho de tempo e produtividade pela melhor troca ou compartilhamento de informações em sistemas de informação e uma melhor visão sobre como o processo de emissão de selos comemorativos funciona para realizar tomadas de decisões.

Palavras Chaves: Gestão da Informação. Fluxo de Informação. Correios. Memória. Selo Postal.

ABSTRACT

Information management has become a growing concern in organizations. Therefore, this study has the idea of proposing the representation of the flow of information to the process of issuing postage stamps in Brazil, with the choice of the commemorative type, as a way to better meet the adaptation and monitoring needs of this process to suggest improvements and make more efficient analyzes. For this purpose the present work had as its objective the development of an exploratory research with the focus of showing the information flow of the issuance of commemorative postage stamps and proposing a new flow of information. The research method adopted was the action research carried out by the survey of the participating institutions of this process, to seek a better understanding, with the assistance of Business Process Management - BPM to perform the representation of information flow. Thus, among the immediate results of this work, it has the help of possible information systems to assist in decision making in some stages of the information flow of the issuance of commemorative postage stamps. As potential results, it can be commented on through the proposed suggestions made in this study, the improvement in the execution of managerial activities, the gain of time and productivity by the best exchange or sharing of information in information systems and a better view on how the process of emission of commemorative stamps works to make decisions.

Keywords: Information management. Flow of information. Post offices. Memory. Postage stamp.

LISTA DE GRÁFICOS E FIGURAS

Figura 1 – Comparativo dos modelos de gestão da informação.....	10
Figura 2 – Os três fluxos de informação de uma empresa.....	11
Figura 3 – Construção de Fluxo de Informação.....	12
Figura 4 – Estrutura organizacional dos Correios.....	16
Figura 5 – Selo Postal Olho de Boi.....	19
Figura 6 – Legenda do Fluxograma	22
Figura 7 – Fluxograma da emissão de selos postais comemorativos - Atual.....	23
Figura 8 – Fluxograma da emissão de selos postais comemorativos - Novo.....	24

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dado, Informação e Conhecimento.....	7
Quadro 2 – Cargos dos Correios.....	16

LISTA DE SIGLAS

BPM	Business Process Management
CFN	Comissão Filatélica Nacional
ECT	Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos
GI	Gestão da Informação
ONU	Organização das Nações Unidas
UPU	União Postal Universal

SUMÁRIO

	Página
AGRADECIMENTOS	(vi)
RESUMO	(vii)
ABSTRACT	(viii)
1 – INTRODUÇÃO	1
2 – JUSTIFICATIVA	3
2.1 – Objetivo Geral	3
2.2 – Objetivos específicos	3
3 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
3.1 – Dados, Informação e Conhecimento	4
3.2 – Gestão da Informação	7
3.2.1 – Fluxo de Informação	11
3.3 – Gestão por Processo de Negócios - BPM	13
3.4 – OsCorreios	13
3.5 – Memória Postal	17
4 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	20
5 – ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	21
6 – CONCLUSÕES	24
REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

As empresas tem a informação como um dos principais recursos para conseguir atingir as metas e resultados esperados. A informação acaba se tornando peça fundamental para o sucesso desejado das organizações, pois este está ligado diretamente com a sua gestão e o planejamento das suas atividades (MORESI, 2000). Portanto, com a utilização das tecnologias de forma eficiente e com ajuda da gestão da informação, faz com que a organização alcance suas metas e propósitos dispondendo de informações suficientes e de qualidade.

Segundo Gewandsznajder (2005) Com o crescimento das tecnologias e uma maior utilização de computadores e sistemas de informação, vai proporcionar a produção e o acesso de grandes volumes de dados e informações, criando significamente impactos na relação com o uso da informação. Essas transformações de um modo geral, são analisadas pelo lado tecnológico e muitas vezes esquecendo os atributos que são relacionados à utilização dessas informações (Maia, 2009).

Marchand et al. (2000) realizou uma pesquisa com 109 gestores de 22 países e o resultado mostrou que para eles a utilização efetiva da informação para conseguiram uma melhor performance dos negócios não depende exclusivamente de investimentos em Tecnologias da Informação, mas é primordial o desenvolvimento de ação de boas práticas relacionadas ao gerenciamento do ciclo de vida das informações e de aspectos relacionados a informação como crenças, valores pessoais e entre outros. Logo, a informação é um recurso único estratégico para as organizações, podendo ser comparada a o grau de importância como a terra, o trabalho e o capital (AUSTER; CHOO, 1996). Portanto, esse recurso no âmbito das organizações, quando é comparado a outro recurso qualquer, ele tem que ser usado e gerenciado da melhor maneira possível para poder tirar o máximo proveito e melhorar o desempenho (PARSONS, 1996).

Com o avanço da tecnologia da informação e da comunicação, fez com que a quantidade de dados aumenta-se em uma escala exorbitante (MAIA, 2009). Todavia, a organização que obter a informação, não necessariamente, constitui como um diferencial, mas aquelas que utilizarem a informação de forma estruturada vão obter esse diferencial (ABIB, 2006). Diante de um grande volume de dados, as organizações não dependem exclusivamente das tecnologias para o uso efetivo, mas de atributos ligados a acumular o seu verdadeiro valor e assim com condições de melhorar a eficácia nas tomadas de decisões (GEWANDSZNAJDER, 2005).

A informação precisa ficar adequada e analisada de forma correta para o contexto em que se está inserida (DAVENPORT, 1998), visto que, ela pode possuir vários significados para cada pessoa (ANGELONI, 2003). Logo, a informação é interpretada de inúmeras formas, assim o que para uma pessoa é considerada informação para outra pode ser uma “mera” informação ou um dado.

Os gestores das empresas possuem dificuldades no momento da tomadas de decisões, pelo fato da falta de informações apropriadas. O motivos para que isso ocorra são pela inadequação e falta da informação devido a escassez de recursos disponíveis para processá-las eficientemente. E com isso acaba prejudicando as atividades devido à

incerteza, riscos e dificuldades de possíveis análises (BOOF, 2000). A falta de informação apresenta um grave problema para as organizações, já que as decisões que são tomadas de maneira equivocada podem gerar prejuízos presentes ou futuros, podendo até levar a organização à ruína (GEWANDSZNAJDER, 2005).

Para que a informação se torne bem gerida é necessário que tanto a teoria e a prática estejam interligados no aspecto da criação, identificação, coleta, validação, representação, recuperação e uso da informação, mas sempre se preocupando com o produtor/consumidor da informação que busca nesta um sentido e uma finalidade para usar no seu contexto (MARCHIORI, 2002).

Através da eficácia do processo de gestão da informação que envolve tecnologias, pessoas e valores comportamentais, ela vai conceder a possibilidade de uma nova visão na prestação dos serviços públicos (ARAÚJO; LAIA, 2004). Diante do ambiente do setor público, onde existe escassez de recursos e a necessidade de poder aplicá-los de forma eficiente, a informação apropriada é essencial para contribuir na melhoria da gestão (FALEIROS, 1997).

Logo nessa linha de pensamento, o correios é uma empresa pública federal responsável pela realização do sistema de envio e entrega de cartas e correspondências no Brasil (CORREIOS, 2017). E por ser uma das instituições que estão envolvidas no processo de escolha e produção de selos, é primordial que exista a gestão da informação com o intuito de agilizar e melhorar o processo de emissão de selos postais.

Então para fazer a representação do fluxo da informação dos processos é necessário o auxílio ferramentas. As organizações em geral, procuram uma maneira de solucionar uma série de problemas organizacionais. Logo, a Gestão por Processo de Negócios – BPM é um importante instrumento para buscar o entendimento e procurar melhorias nos processos (BALDAM, 2009).

Portanto, para atingir os resultados satisfatórios, as empresas precisam de bons funcionários, gerenciamento adequado e trabalhar com modernas tecnologias. Logo com os Correios cada vez mais precisam investir em inovação tecnológica para conseguir uma boa produção e uma excelente qualidade aos clientes. Com a gestão orientada aos processos, vai ajudar em um melhor entendimento dos objetivos finais das empresas. Além disto, o BPM remete a uma noção de que os processos e os resultados são a real situação junto a seus clientes (MASCHKA, 2014). Através da modelagem e análise dos processos de negócio, vai permitir a empresa melhorar a sua eficácia e a qualidade de trabalho executado (PEROTTONI et al., 2001).

Visando compreender e abrir discussão sobre o assunto, este trabalho vai discorrer sobre a criação, com a ajuda do BPM, do fluxo da informação do processo de emissão de selos postais comemorativos no Brasil, mostrando o passo a passo de cada etapa e logo após isso será feita a criação de um novo fluxo de informação com a intenção de ajudar a melhorar o processo.

O trabalho está dividido em 6 capítulos, além da introdução. No capítulo segundo faz-se a justificativa do trabalho, além de expor o objetivo geral e o objetivo específico. No capítulo terceiro será mostrado a fundamentação teórica que foi separado pelos temas que são “Dados, Informação e Conhecimento”, “Gestão da Informação”, “Correios” e “Memória postal”. O capítulo quarto será apresentado o objeto de

pesquisa. No capítulo quinto mostra os procedimentos metodológicos, na qual, demonstra como foi feito o trabalho. No capítulo sexto será observado os fluxos de informação criados. No capítulo sétimo é mostrada a conclusão sobre qual a importância da utilização dos fluxo de informação no processo de emissão de selos postais comemorativos no Brasil.

2. JUSTIFICATIVA

A utilização do fluxo da informação como apoio à gestão da informação nas organizações é uma importante ferramenta gráfica que comunicam, representam e mostram os processos presentes das atividades rotineiras da organização como uma forma de auxiliar a tomada de decisão.

O aspecto social da pesquisa é relevante pelo fato de que é apresentado uma proposta para uma adequada gestão da informação no processo de emissão de selos postais comemorativos no Brasil. Vai trazer uma contribuição para a melhoria desse processo e elevar a qualidade da informação que o serviço público tanto necessita e espera levar à sociedade.

Diante da escolha dos assuntos e da quantidade de selos que as instituições que acontece todos os anos, é primordial o uso da gestão da informação para obter um gerenciamento de informações mais eficaz e eficiente. Com a possibilidade de gerenciamento e melhor aproveitamento das informações presentes no processo, pode trazer resultados imediatos e futuros para que se alcance as metas e objetivos dos correios, proporcionando uma melhoria da gestão dos seus recursos na emissão de selos. Além do mais, essa pesquisa pode ser justificada como base de referência para possíveis estudos semelhantes em outras organizações públicas ou privadas.

Portanto, o fluxo da informação vai servir para que os gestores tenham as ideias claras e visíveis acerca da atividade de busca da solução de problemas diante das necessidades organizacionais e com isso as tomadas de decisões pode se tornar eficientes em qualquer tipo de organização.

2.1 Objetivo Geral

Mostrar o fluxo da informação da emissão de selos postais comemorativos e propor um novo fluxo de informação, na qual, servirá de suporte à Gestão da Informação para as instituições participantes do processo tomarem decisões.

2.2 Objetivos específicos

- Buscar na literatura especializada os fundamentos teóricos de “Dados, Informação e Conhecimento”, “Gestão da Informação”, “Gestão por Processo de Negócios” , “Fluxo da Informação”, “História dos Correios” e “Memória Postal”;
- Verificar os mais diversos fluxos de informação desenvolvido por esses autores e entender seus funcionamentos e aplicações;

- Realizar a escolha do fluxo de informação para essa pesquisa, na qual, mostre todas as etapas da emissão de selos postais comemorativos e reflita de forma fiel todas as informações produzidas;
- Analisar as etapas do processo de emissão de selos postais e entender o funcionamento de cada uma;
- Observar como o fluxo de informação foi trabalhado na pesquisa e evidenciar os aspectos que determinaram a tomada de decisão para a realização desse ato;
- Identificar na pesquisa se através do fluxo de informação, as necessidades do processo de emissão de selos postais comemorativos foram abordadas e supridas nessa ação;
- Propor, através da análise do fluxo de informação, um novo fluxo de informação em que após a identificação das necessidades, consiga suprir as necessidades descobertas no estudo de caso analisado;
- Mostrar se a utilização do fluxo de informação é eficiente ou não para ajudar na tomada de decisão para as instituições participantes do processo de emissão de selos postais comemorativos.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo propõe apresentar a fundamentação teórica que serviu como base para o estudo realizado.

3.1 DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Para buscar o entendimento da gestão da informação e em especial a informação, é importante destacar os debates sobre dados, informação e conhecimento. Observa-se a inexistência de um consenso quanto as diferenças e os seus conceitos. Pode-se notar que cada autor mostra a sua visão de acordo com o seu viés (Silva, 2004).

O termo “dado” é muito recorrente na literatura das áreas de Ciência da Informação e da Computação (VALENTIM, 2002). Pode ser definido como um conjunto de registros qualitativos ou quantitativos conhecidos que quando são organizados, agrupados, categorizados e padronizados de forma adequada, transforma-se em informação (MIRANDA, 1999).

Os dados de acordo com Beal (2008), podem ser definidos como registros ou fato, que não necessariamente são físicos como uma foto ou por qualquer imagem gravado na memória de um dispositivo. Eles podem representar algum tipo de objeto ou determinado assunto (GOMES, 2001). Os mesmos podem ser apresentados como um elemento que vai servir de base para a informação de um juízo (FERREIRA, 1999). O dado quando está disponível, ele pode gerar oportunidades para a criação da informação (SILVEIRA, 2011). Logo, para obter um significado, o dado tem que está inserido em um contexto (MCGEE; PRUSAK, 1994).

Em uma organização, os dados podem estar em documentos, relatórios ou guardados nos sistemas. Através deles, a organização analisa seu desempenho e os seus resultados, converter os dados em informação até que eles cheguem a ajudar no processo de construção do conhecimento, dando suporte as tomadas de decisões (BAZERMAN, 2004; HAMMOND; KEENEY; RAIFFA, 2004; MCGEE; PRUSAK, 1994). Os gestores dessas organizações, na, qual, tomam as decisões, trabalham com uma grande quantidade diferentes de dados, informações e conhecimentos. Logo, os dados precisam de um contexto ligados aos processos, atividades, tarefas e outras partes de uma organização, com o intuito de melhorar o processo de tomada de decisão e tornando-se um insumo primordial para gerar a informação e desenvolver o conhecimento.

O termo “informação” é conceituado por muitos autores das mais diversas áreas. Esse termo só é aplicado a uma situação que precisa de compreensão, o que é informação para uma pessoa, pode não passar de um dado para outra (WURMAN, 1995). Pode ser descrevido o conceito de informação como o conjunto de dados ou objetos informacionais relacionados ou uma estrutura que tem um significado. (PÁEZ URDANETA apud PONJUÁN DANTE, 1998). Assim como, de acordo com Davenport (1998), define um conjunto de dados que possuem um significado em que são atribuídos valores aos dados que são transformados em informação. McGarry considera que o termo “informação” possui as seguintes características:

- “- considerada como um quase sinônimo do termo fato;
- um reforço do que já se conhece;
- a liberdade de escolha ao selecionar uma mensagem;
- a matéria-prima da qual se extrai o conhecimento;
- aquilo que é permutado com o mundo exterior e não apenas recebido passivamente;
- definida em termos de seus efeitos no receptor;
- algo que reduz a incerteza em determinada situação” (1999, p.4).

É conceituado como um conjunto de dados organizados para servir de suporte à tomada de decisão (MIRANDA, 1999). Para Masuda (1982, p. 74), “a informação é uma relação situacional, observada entre sujeito e objeto, que torna possível a seleção da ação pela qual o próprio sujeito pode atingir alguma espécie de valor de uso”. Portanto, a informação é um recurso de grande potencial que está presente em quase todos os processos das organizações, ajudando nas atividades e as decisões, e servindo de insumo para a construção do conhecimento. E para LESCA; ALMEIDA (1994) “A importância da informação pode ser observada se considerarmos a transformação radical ocorrida no perfil do trabalho exercido pela mão-de-obra nas diversas atividades produtivas de um país”.

O conhecimento pode ser caracterizado como uma abstração interior, pessoal, as experiências vividas por uma pessoa ao longo da vida. Logo ela não pode descrita como é o caso de uma informação, é vai depender da vivência do objeto de conhecimento. Ela está inserida no campo da subjetividade, na qual, está no consciente de um ser humano (VALENTIM, 2002).

As atividades humanas que são vividas diariamente tem o conhecimento como uma forma de orientá-los. Ele corresponde “a combinação de instintos, ideias, regras e procedimentos que guiam ações e decisões” (ALTER, 2002, p. 70). O conhecimento se comparada a informação, se torna mais simples (MÜLLER MERBACH, 2004 *apud* FELL, 2009, p. 31). As autoras Lastres e Albagli explicam que:

"Informação e conhecimento estão correlacionados mas não são sinônimos. Também é necessário distinguir dois tipos de conhecimentos: os conhecimentos codificáveis - que, transformados em informações, podem ser reproduzidos, estocados, transferidos, adquiridos, comercializados etc. - e os conhecimentos tácitos. Para estes a transformação em sinais ou códigos é extremamente difícil já que sua natureza está associada a processos de aprendizado, totalmente dependentes de contextos e formas de interação sociais específicas" (1999, p.30).

O processo de criação do conhecimento é chamado de cognição, nome da ação que adquiri o conhecimento, é consequência das reflexões da mente de uma pessoa ou ser humano. A cognição é a razão da percepção da mente com humanas com eventos informações e processo de aprendizagem que são realizadas ao longo da vida de um indivíduo como o caso dos estudos, trabalhos e experiências que constituem esses processo. Portanto, o conhecimento é o resultado das experiências das pessoas atrelado as possíveis reflexões e interpretações junto aos valores da informação, de acordo com um modelo mental único de cada pessoa. Pelo fato de que cada um vai desenvolver o raciocínio e análise da informação do seu “jeito”. Dessa maneira, a cognição é o mecanismo de construir o conhecimento para oferecer a melhor capacidade adaptativa ligada as situações vividas no mundo real (DE SORDI, 2008).

A ato de adquirir o conhecimento é uma forma da individualidade do ser humano, que envolve a parte mental, a abstração e as análises e intepretações do contexto que o indivíduo convive ligado ao processo da informação. Logo, é algo intrínseco à personalidade humana, construída através das necessidades e interesses de aprendizagem (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Miranda faz a diferenciação dos tipos de conhecimento que ele comenta que existam três:

"- conhecimento explícito é o conjunto de informações já elicitadas em algum suporte (livros, documento etc.) e que caracteriza o saber disponível sobre tema específico;
- conhecimento tácito é o acúmulo de saber prático sobre um determinado assunto, que agrupa convicções, crenças, sentimentos, emoções e outros fatores ligados à experiência e à personalidade de quem detém;
- conhecimento estratégico é a combinação de conhecimento explícito e tácito formado a partir das informações de acompanhamento, agregando-se o conhecimento de especialistas" (1999, p.287).

As empresas para se manterem num mercado competitivo, tem que arrumar formas de se diferenciar e obterem vantagens diante de suas concorrentes. Com o tempo, elas desenvolvem estratégias competitivas para permanecerem por um bom tempo eficazes e eficientes, contestando às estratégias já existentes. Portanto, elas precisam sempre procurar inovações, buscando renovar suas estratégias ou até mesmo de criar novas, mas sempre atenta a concorrência (SILVA, 2004 apud SILVEIRA, 2011). Para a empresa obter uma vantagem competitiva duradora, a única fonte é o conhecimento (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Logo, o conhecimento é uma peça fundamental para a criação de novos processos e de melhorias sucessivas nas atividades organizacionais (SABBAG, 2007).

E para obter um melhor entendimento em torno dos três termos que foram comentados anteriormente, Davenport e Prusak conceituam dado, informação e conhecimento (Quadro 1). No entanto, eles dão maior ênfase ao termo informação, na qual, comentam que: "informação, além do mais, é um termo que envolve todos os três, além de servir como conexão entre os dados brutos e o conhecimento que se pode eventualmente obter" (1998, p.18).

Quadro 1: Dado, Informação e Conhecimento

	Dado	Informação	Conhecimento
Conceitos	Simples observações sobre o estado do mundo.	Dados dotados de relevância e propósito.	Informação valiosa da mente humana. Inclui reflexão, síntese e contexto.
Características	Facilmente estruturado; Facilmente obtido por máquinas; Frequentemente quantificado; Facilmente transferível.	Requer unidade de análise; Exige consenso em relação ao significado; Exige necessariamente a mediação humana.	De difícil estruturação; De difícil captura em máquinas; Frequentemente tácito; De difícil transferência.

Fonte: Davenport, Prusak (1998)

3.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A informação é analisada por várias abordagens diferentes que vão refletir, as suas referidas pesquisas acerca do mencionado tema. Alguns autores definem como uma forma ou uma atividade primordial e fundamental. Mesmo a informação sendo um

processo intrínseco ao ser humano, nem tudo tem que ser considerado informação (DUARTE, 2015).

Na visão da autora Targino (2014), a informação é definido como apenas “a que reduz incertezas ou o que conduz à compreensão”, pois a informação para alguns, dependendo da situação, pode ser considerado um mero dado (DUARTE, 2015). Para González de Gómez (2000), no entanto, explica que a informação: “[...] produz diferentes efeitos de sentido em diferentes contextos. ‘Informação’ como construção e sintoma da sociedade contemporânea, designa algo que se desdobra em vários planos de realização.”.

Com base nas afirmações de vários autores, inclusive os citados anteriormente, a informação tem sido o objeto de estudo das mais diferentes áreas, que procuram analisar as atividades humanas relacionadas à informação, examinando as variações informacionais a partir da complexidade do fenômeno social (LIMA; LLARENA; SANTOS, 2014). Na área da Ciência da Informação, os estudos se baseiam na investigação da informação desde a sua origem, bem como mostrar o processo que pode ser utilizados na organizações, através da sua utilização para a interação entre pessoas, organização e os sistemas de informação (DUARTE, 2015). De acordo com Gómez:

“A Ciência da Informação surge no horizonte de transformações das sociedades contemporâneas que passaram a considerar o conhecimento, a comunicação, os sistemas de significado e os usos da linguagem como objetos de pesquisa científica e domínios de intervenção tecnológica.” Gómez (2000, p.2).

Com o grande volume de informações que as organizações geram, existe a necessidade de ser desenvolvido uma forma eficiente e estratégica de manipula-las (Duarte, 2015). Logo nesse cenário, surge a Gestão da Informação como o conjunto de conceitos, fundamentos, processos e ferramentas utilizadas na área da administração e colocados em prática na execução de um serviço de informação, com o intuito de atingir a missão e os objetivos determinados (DIAS; BELUZZO, 2003 apud COSTA; DUARTE; SILVA, 2007, p. 98).

A gestão da informação começou os seus estudos a partir do aparecimento das organizações industriais na Europa e Estados Unidos no final do século XIX (MARCHAND, 2000). As organizações precisavam de alguma forma administrar as suas informações, com o intuito de aumentar e melhorar a eficiência o seu manuseio e determinar procedimentos e disciplinas voltadas para a gestão documental (MAIA, 2009).

Na década de 1950, com a chegada de novas tecnologias proporcionou um aumento de ferramentas que pudessem realizar a manipulação da informação organizacional e acabou gerando impactos significativos na gestão da informação organizacional. Foi inevitável a criação de novos perfis profissionais para gerir e executar estas tecnologias, mudando de forma gradativa o foco de gerenciamento de informações para o gerenciamento das novas tecnologias (MARCHAND, 2000).

Ao fim da década de 1960, nasceu uma abordagem moderna sobre gestão de informação desenvolvida por gestoresm estudiosos e consultores preocupados em cuidar da melhor forma possível a informação para ser utilizada como um recurso organizacional. E também, com a preocupação em administrar melhor o excesso das novas mídias e tecnologias incorporadas ao ritmo frenético das organizações (MARCHAND, 2000).

Para atender com efetividade, eficiência e eficácia as solicitações informacionais oriundas desta sociedade é preciso adotar a filosofia da Gestão da Informação (GI), definida como um conjunto de conceitos, princípios, métodos e técnicas usadas na prática administrativa que auxiliam no processo de tomada de decisão e alcance da missão e objetivos, quando colocados em prática pelos líderes das organizações (DIAS; BELLUZZO, 2003). A Gestão da Informação pode ser explicado como o conjunto de ações que são relacionadas a obtenção da informação apropriada, na forma correta, para a pessoa indicada, com o custo ajustado, no tempo e lugares corretos para ser realizada as tomadas de decisões (WOODMAN apud PONJUAN DANTE, 1998, p 135).

Os dados quando são convertidos em informação e conhecimento nas organizações por intermédio da informática, vai haver alterações no processo de decisão, no âmbito administrativo e da forma de trabalhar, em razão da transformação de decisões oportunistas e de pressupostos estratégicos (CUNHA, 2005). Através disso, a gestão da informação ganhou lugar de destaque nas organizações e com isso conseguiu interligar a gestão estratégica da empresa e a aplicação da tecnologia da informação, notando quais eram as informações primordiais para a empresa, e logo em seguida podendo definir processos, identificar fontes e modelar os sistemas da informação (GEWANDSZNAJDER, 2005).

Com os princípios da Administração servindo de base, a Gestão da Informação trabalha com os fluxos formais que são produzidos por documentos resultantes da atividades e tarefas cotidianas. Também dos fluxos informais da organização que advém das reações naturais dos ambientes da organização (DUARTE, 2015). “Um conceito em moda na gestão da informação é o de mineração de dados, ou a extração de dados específicos de enormes campos de informações” (FERAUD, 2004, p.39). A GI vai buscar manter uma visão global dos dados em uma organização, de forma que satisfaça as necessidades informacionais, através da determinação e preparação de quais, onde, quando e como as informações devem ficar sendo utilizadas na organização (AMARAL, 1994). Nesse sentido, a GI passa a ser um elemento indispensável às empresas que almejam um diferencial competitivo.

Logo, a informação é uma importante ferramenta para gestão e o ponto mais importante da GI que se baseia como um recurso que alinha as missões e os objetivos do serviço de informação (COSTA; DUARTE; SILVA, 2007). Portanto, a gestão da informação teu o seu valor alinhado das atividades da organização tanto no âmbito gerencial como para os procedimentos técnicos (FELL; QUEIROZ, 2014). Ela também tem o lado da função mediadora, pois todas as informações que são produzidas e armazenadas independente do cenário que está inserido, pode ser sempre mediada. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2007). A mediação pode ser remediado por vários tipos

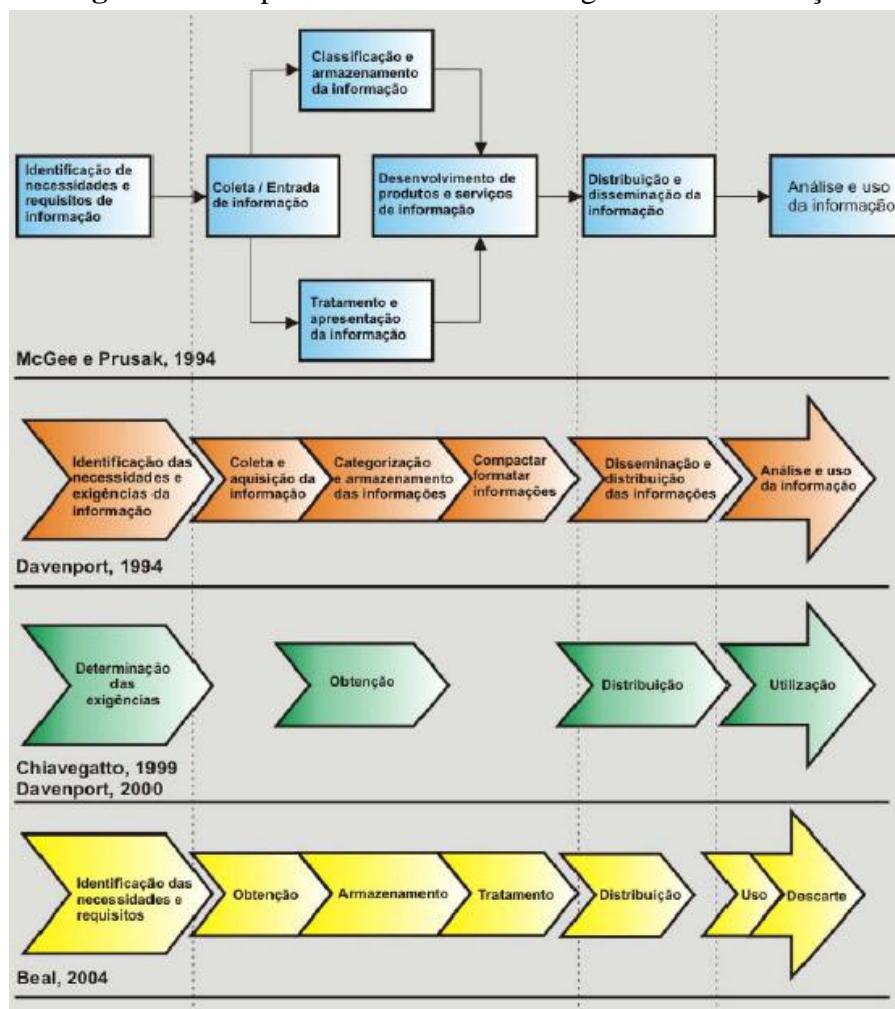
diferentes de objetos que são livros, base de dados, sistema de informação e entre outros (DUARTE, 2015).

No Contexto atual, a GI tem como objetivo garantir que as informações sejam gerenciadas e vistas como importantes recursos para as pessoas e organizações. Seu principal objetivo é, portanto, “identificar e potencializar os recursos informacionais de uma organização e sua capacidade de informação ensiná-la a aprender e adaptar-se às mudanças ambientais” (TARAPANOFF, 2001, p.44).

Considerando o processo de GI como um ciclo formado desde a identificação das necessidades informacionais até o uso efetivo da informação, é importante salientar que as organizações que pretendem obter êxito devem seguir esse ciclo com exatidão para que o acesso, uso e distribuição das informações deem resultados que possam ser alcançados por toda a organização.

Para gerenciar a informação não vai existir uma única forma, mas grande parte dos processos identificados possuem etapas equivalentes que são os quatro estágios identificados por Davenport (2001): determinação das exigências, obtenção, distribuição e uso da informação. E a figura 1 vai mostrar como alguns autores distribuem o processo de gestão da informação.

Figura 1: Comparativo dos modelos de gestão da informação



Fonte: Costa - 2005

No atual cenário empresarial e econômico, é notável que as informações compõem um dos maiores e mais valiosos ativos que uma empresa pode possuir (REZENDE, 2002). A era atual é chamada de sociedade do conhecimento, em que a principal fonte de geração de riqueza baseia-se na criação, distribuição e manipulação da informação (REZENDE, 2002).

Portanto, gestores das empresas precisam conhecer a organização como um todo e saber como se comportam e quais são as informações do ambiente externo e interno dela. E com isso, fica mais evidente que a informação e a sua utilização de forma eficaz vai representar um recurso muito importante para que as empresas consigam obter maior eficiência para a tomadas de decisões.

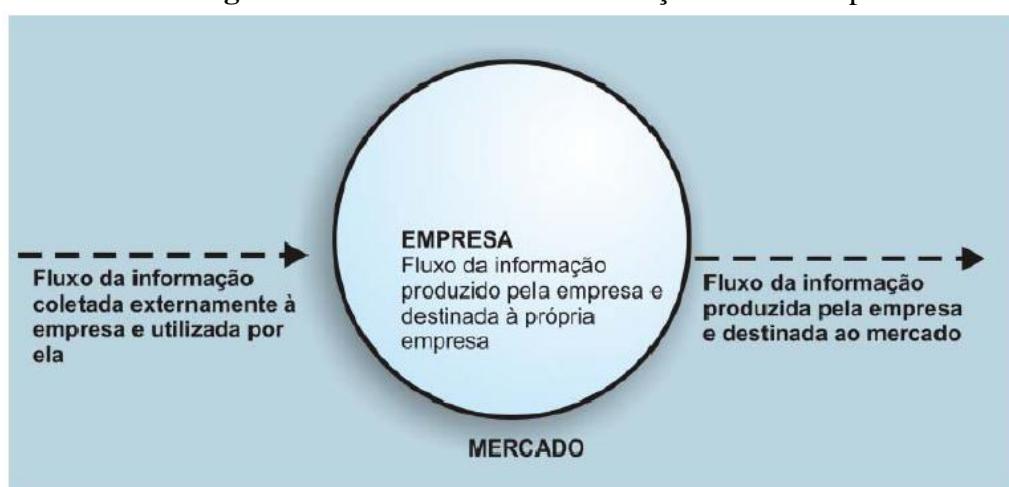
3.2.1 FLUXO DE INFORMAÇÃO

Segundo Kremer (1980), um dos pioneiros dos estudos dos fluxos informacionais, fluxo de informação é um termo utilizado para descrever a dinâmica do processo pelo qual a informação é disseminada, procurada e obtida.

Para Barreto (1998), fluxo de informação é uma sucessão de eventos, de um processo de mediação entre a geração da informação por uma fonte emissora e a aceitação da informação pela entidade receptora. Já para North; Presser (2011), fluxo informacional compreende o fenômeno da informação entre seres humanos, em que convergem uma fonte geradora ou um emissor de informação, um canal de transferência e um destinatário ou receptor de uma mensagem com um significado. E para Moresi (2000) o fluxo de informação vai ser um processo de agregação de valor e o sistema de informação utilizado na organização pode ser considerado como a sua cadeia de valor, pelo fato de auxiliar a criação e a fabricação da informação.

De acordo com Lesca; Almeida (1994), uma organização existe três fluxos de informação como pode ser notado na Figura 2: 1) Criada pela empresa para seu uso próprio; 2) Produzida pela empresa com orientação para fora dela; 3) Orientada para dentro da empresa.

Figura 2: Os três fluxos de informação de uma empresa

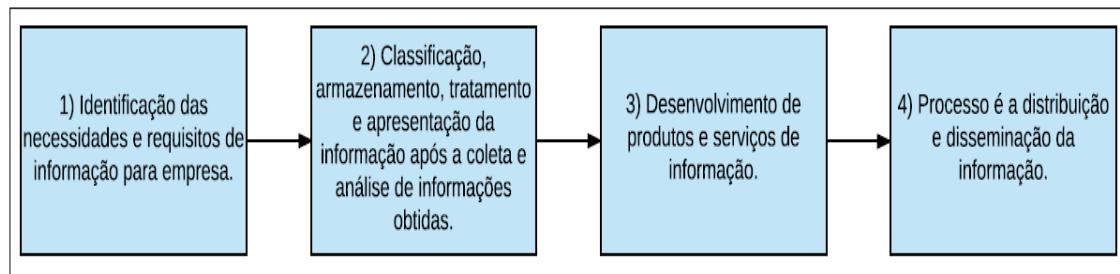


Fonte: Lesca e Almeida - 1994

O primeiro fluxo de informação que é representado na Figura 1 é aquele que a empresa utiliza para uso próprio e tem relação com as informações criadas, armazenadas e utilizadas pela própria organização. O segundo fluxo, é quando as informações que foram coletadas externamente e utilizada pela empresa, tem como emissor uma entidade externa e tem o receptor a própria organização para a utilizar as informações para tomar suas decisões. O terceiro e último fluxo de informação, é quando o fluxo tem como emissor a organização que disponibiliza informações para o mercado e que é o receptor dessas informações com a intenção de utilizar das várias formas para ajudar na tomadas de decisões. Com o uso de um fluxo de informação eficiente que mostre as reais necessidades e ainda sugerindo possíveis soluções, isso pode gerar uma notável melhora no funcionamento da organização e assim atingindo seus objetivos e ganhando um diferencial no mercado diante de seus concorrentes (LESCA; ALMEIDA, 1994).

Para construir os fluxos, pode ser tomado como base o modelo de Mcgee; Prusak (1994). Os autores determinam quatro etapas principais na construção e no processo de gerenciamento dos fluxos informacionais como pode ser observado pela figura 3 que vai mostrar as possíveis necessidades da organização junto as suas atividades e além disso vai propor soluções para agilizar os seus processos com a intenção de melhorar sua produtividade.

Figura 3: Construção de Fluxo de Informação



Fonte: Mcgee e Prusak - 1994

A primeira etapa e segundo os autores a mais importante na construção do fluxo, consiste na identificação das necessidades e requisitos de informação para empresa. A segunda etapa envolve a classificação, armazenamento, tratamento e apresentação da informação após a coleta e análise de informações obtidas. A terceira etapa consiste no desenvolvimento de produtos e serviços de informação para auxiliar os usuários envolvidos no cumprimento das tarefas a serem executadas.

A última etapa do processo é a distribuição e disseminação da informação, essa etapa é bastante importante pois é a partir dela que ocorre o uso efetivo da informação para a tomada de decisões nos setores da empresa ou na organização de modo geral.

3.3 GESTÃO POR PROCESSO DE NEGÓCIOS - BPM

As organizações estão em um mercado altamente competitivo e para conseguir alcançar seus objetivos, elas vêm procurando formas e soluções de melhorar o planejamento e integração dos seus processos, com a finalidade de tornar mais flexível e ágil suas operações. A melhoria dos processos nas organizações, é uma necessidade intrínseca, na qual, respondam as possíveis mudanças que acontecem constantemente em seu ambiente de atuação e também tem a intenção de manter os seus serviços em um nível competitivo (ANTUNES, 2006). Os processos tem função primordial nas organizações, fazendo-se necessário o alinhamento com as estratégias e se organizem progressivamente de maneira orientada.

Buscar o entendimento de como os processos funcionam e quais são os diferentes tipos existentes, é uma forma imprescindível de estabelecer como eles devem ser gerenciados para obter o resultado máximo (GONÇALVES, 2000). A Gestão por Processos de Negócios que é a tradução do inglês Business Process Management (BPM), é uma metodologia que envolve diversos conceitos a desde a criação de um plano de negócio até o controle gerencial da organização. Esse método consiste na coleção de técnicas que têm a intenção de unir Gestão de Negócios a Tecnologia da Informação com o foco de otimizar os resultados, através de possíveis melhorias e a integração dos processos organizacionais (SMITH, 2007).

Para complementar isto, tem a definição de Gestão por Processo de Negócios (BPM) que surge como a disciplina de gestão de processos como a forma de aprimorar os indicadores de desempenho gerenciais e de negócios. Esses processos compreendem as fronteiras da organização, ligando fluxos de informação, sistemas, pessoas e outros meios para produzir e entregar valor aos clientes e a organização (GARTNER, 2013).

A Gestão por Processos de Negócios - BPM é um método que busca proporcionar uma melhoria no controle organizacional através de suas ferramentas. Trata-se de uma abordagem estruturada, com base na visão por processos, de análise e aprimoração contínua dos princípios do processo de uma organização que reúne métodos, técnicas e ferramentas para apoiar o planejamento, implantação, gerenciamento e análise (BALDAM, 2009). Com a utilização das práticas do BPM, vai ser possível fazer a modelagem de processos existentes, experimentar inúmeras situações, coordenar possíveis melhorias e/ou inovações as quais a organização necessita ou pretende seguir (SMITH, 2007).

As organizações têm o desafio de estruturar e ampliar a transparência nos seus processos, mas se deparam com barreiras e problemas, como por exemplo: falta de padronização, não utilização ou utilização de muitos métodos de maneira desordenada, falta de alinhamento da iniciativa com a estratégia e entre outros (ROSEMANN, 2006). Portanto, o BPM através da modelação dos processos existentes, podem sugerir melhorias e/ou mudanças neles. E com isso, as organizações possam seguir e retornar aos resultados esperados das análises dos processos de forma ágil (SMITH, 2007).

3.4 OS CORREIOS

A história das comunicações tem início nas primeiras transmissões de sinais e com o transporte de mensagens físicas. Sabe-se que algumas civilizações (China, Pérsia, Egito, Grécia, Império Romano e Incas) apresentavam sistemas de transferência de mensagens para os soberanos e o pessoal da alta cúpula da área pública (BARROS NETO, 2004).

Com a criação da imprensa em 1454 e com a ampliação natural da comunicação escrita, até o final do século 19, o procedimento que a correspondência tinha até chegar ao destinatário final, era regulado por acordos bilaterais, contudo com o crescimento dos meios de transporte, os países tiveram a necessidade de melhorar e expandir os seus sistemas de comunicação (BARROS NETO, 2004).

O desenvolvimento da memória postal é atribuído a evolução e a mudança histórica do próprio País. Fica evidente que o conhecimento dos principais fatos relacionados ao desenvolvimento e a implementação dos serviços postais oferece um cenário de desenvolvimento histórico brasileiro. Com o aparecimento dos serviços postais até os dias atuais, os Correios assumem a postura de aproximação dessa área com as pessoas, é uma instituição que procura adequar aos períodos de desenvolvimento do Brasil, procurando os avanços dos serviços que são prestados à sociedade (QUELAS, 2006).

Em 1500, com a vinda de Pedro Álvares Cabral no Brasil, apareceu a primeira correspondência oficial ligada ao país, na qual, foi escrita por Pero Vaz de Caminha para ser enviada ao Rei de Portugal, contava com extrema satisfação o descobrimento de uma nova terra. Através disso, esse evento foi eternizado na história brasileira como a primeira página da criação dos correios no Brasil (QUELAS, 2006).

“É nesse contexto que a necessidade de estabelecer correios no Brasil fez-se sentir já em abril de 1500, por ocasião do descobrimento, quando Gaspar de Lemos entregou ao Rei Manuel a carta escrita por Pero Vaz de Caminha, escrivão-mor da esquadra de Cabral. As conquistas portuguesas sinalizaram ao governo português a necessidade de criar linhas postais regulares, a exemplo operadas na Europa pelo italiano Amadeu Tasso, o primeiro empreendedor do setor postal, que em 1290, já havia organizado um serviço de correios a cavalo.” (BARROS NETO, 2004, p.12).

Foi criado em 1931 o Departamento de Correios e Telégrafos ficando sob as ordens do Ministério da Viação e Obras Públicas. Com o crescimento da economia e dos setores produtivos do Brasil, foi inevitável a restruturação do serviço postal em relação a obter um modelo mais moderno do que a DCT tinha, que não apresentava uma infra-estrutura compatível com as necessidades dos usuários (QUELAS, 2006). No dia 20 de 20 março de 1969, na Lei nº 509, a empresa pública ligada ao Ministério das Comunicações chamada de Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, que pode ser denominada simplesmente com a Nomenclatura “Correios”.

“O surgimento da ECT correspondia a uma nova postura por parte dos poderes públicos, com relação à importância das comunicações e, particularmente, dos serviços postais e telegráficos, para o desenvolvimento do País. Nesse período, a ECT consolidaria seu papel como importante agente da ação social do Governo, atuando no pagamento de pensões e aposentadorias; na distribuição de livros escolares; no transporte de doações em casos de calamidade; em campanhas de aleitamento materno; no treinamento de jovens carentes e em inúmeras outras situações.”(CORREIOS, 2017).

Com o surgimento dos Correios, se criou uma nova visão em torno da postura dos poderes públicos com a relação das comunicações e, especialmente, dos serviços postais e telegráficos, para o desenvolvimento do Brasil (QUELAS, 2006). A União Postal Universal – UPU, órgão ligado à Organização das Nações Unidas – ONU, ela tem mostrado que a troca de correspondência na nossa sociedade é um elemento que beneficia a qualidade de vida das pessoas em geral e os correios unificam os povos, organizações e indivíduos, melhorando e ampliando o intercâmbio cultural e comercial, e assim ampliando os progressos nas áreas científicas e técnicas, com uma grande importância na economia mundial (BARROS NETO, 2004). Logo, os Correios vieram para contribuir com a propagação e agilidade da comunicação entre as pessoas e os mais diversos tipos de organizações não somente no nosso País, mas de relevante impacto mundial.

“O sistema postal moderno transformou-se em provedor de serviços que na têm a ver com a tradicional troca de correspondência e cuja infra-estrutura é aproveitada pelos governos para expandir, por exemplo, serviços bancários onde seria econômica ou comercialmente inviável. Alguns países, dentre os quais o Brasil, estão usando também os correios para prestar vários serviços sociais, previdenciários, bem como recolher taxas e impostos. É comum nos países em desenvolvimento, a utilização dos correios em campanhas de saúde pública, solidárias, antidrogas etc. ”(BARROS NETO, 2004, p.12).

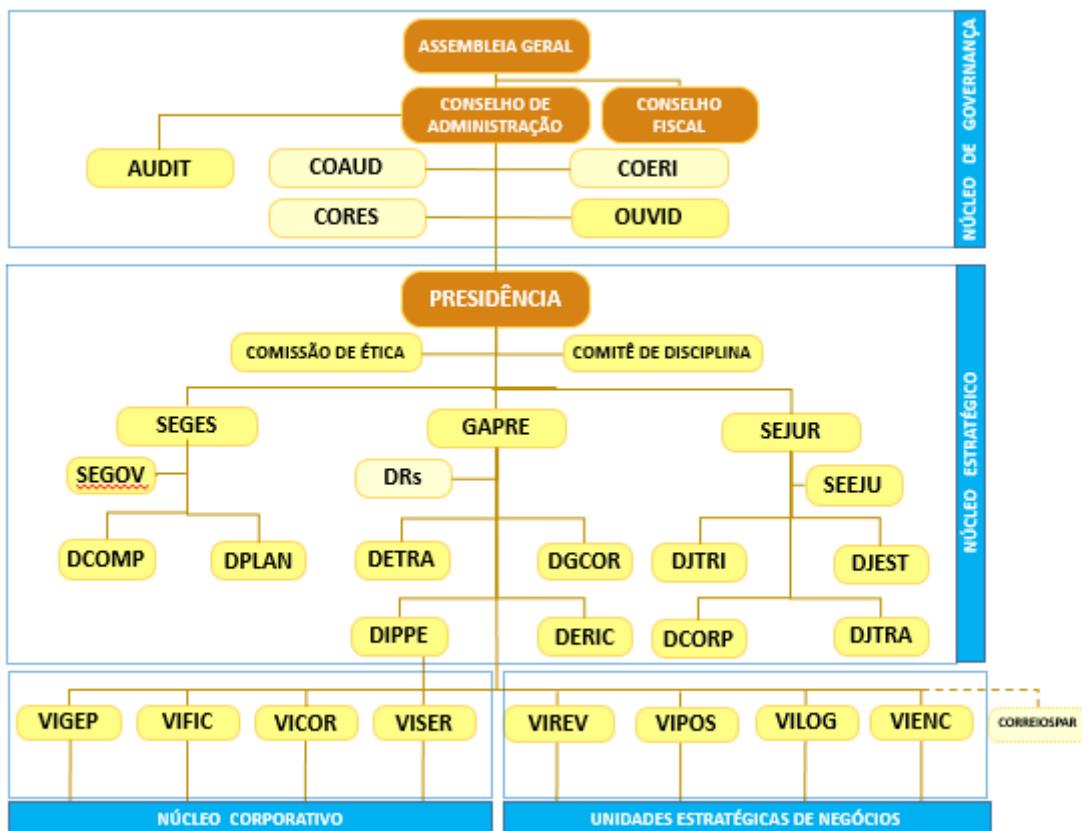
Nos dias atuais, os serviços dos correios fazem parte do nosso cotidiano e de todos os cidadão do mundo, pelo fato que é algo quase impossível que algumas pessoa nunca recebeu ou enviou pelo menos alguma carta ou objeto ao longo de sua vida (BARROS NETO, 2004). Então, é inevitável que as pessoas, de certa forma direta ou indireta, se envolvam ou tinham utilizado algum serviço dos correios.

“No Brasil, os correios vêm desempenhando papel fundamental no projeto de crescimento da nação. Aliás, o próprio desenvolvimento dos Correios corresponde ao crescimento e à transformação sócio-político-econômica do Brasil, razão pela qual o conhecimento dos principais fatos ligados à história postal permite obter um panorama do próprio desenvolvimento nacional.” (BARROS NETO, 2004, p.17).

Os Correios com o intuito de aumentar o seu campo de atuação atrelado as possíveis mudanças tecnológicas, econômicas e sociais, ocorreu um profundo processo de modernização. E com a sanção da Lei 12.490/11, a empresa aumentou o seu mercado e ainda adotou ferramentas modernas de gestão corporativa para encarar a concorrência com a prestação de serviços de maneira ágil e eficiente para os seus clientes (CORREIOS, 2017). Com isso, os correios ganharam mais visibilidade e a sua marca fica mais conhecida mundo afora, com a intenção de obter mais condições de ganhar clientes ou até mesmo melhorar os serviços diante de uma “ferrenha batalha” junto os seus concorrentes.

Os Correios possuem como estrutura um conjunto organizado de responsabilidades, cargos, nível hierárquico, autoridades, áreas e órgãos. Ela possui 28 diretorias Regionais na Administração Regional.

Figura 4: Estrutura organizacional dos Correios



Fonte: Correios – 2017

No Brasil, os Correios empregam mais de 110 mil pessoas, como pode ser visto no quadro 2, entre empregados próprios e os indiretos para entregar os objetos e cartas diariamente no Brasil (CORREIOS, 2017). O cargo que mais predomina nesse processo é a do Carteiro com 59718 empregados e equivalente a 50,86% do total.

Quadro 2: Cargos dos Correios

Cargo	Qtd.	%
Atendente Comercial	26.318	22,42%
Carteiro	59.718	50,86%
Operador de Triagem e Transbordo	13.738	11,70%
Outros cargos	17.631	15,02%
Total	117.405	100,00%

Fonte: Correios – 2017

Portanto, os Correios são uma empresa de grande poder de articulação no mercado, e consequetemente, é considerada de nível mundial, com a intenção de oferecer serviços com qualidade e rapidez. Assim sendo, os cidadãos brasileiros possam depositar o voto de confiaça e tenham a garantia dos serviços postais.

3.5 MEMÓRIA POSTAL

Um passado que possui estreita relação com o presente e participa da construção do futuro é uma ideia constante e ativa. Esse mesmo passado que clama por esforços em vista de ser desvendado, revelado e disseminado, reserva intrigantes e instigantes surpresas. Segundo essa asserção é imperativo e relevante, que toda e qualquer ferramenta disponível seja utilizada para contribuir, cada qual à sua forma, para o desenvolvimento de modelos de divulgação da memória social (SALCEDO, 2008, p. 169).

Dentre as diversas tipologias documentais pode-se encontrar a documentação filatélica, em geral, e o selo postal em particular. O que dizer de tão rica, lúdica e poderosa fonte de informação? Esse pequeno pedaço de papel, o selo postal, indiferente às diversas formas como se apresenta, e aos suportes aos quais é agregado, elimina distâncias, preserva na forma de texto e imagem, com criatividade, uma possível história da humanidade.

Resgata, pois, na forma de documento as pessoas, os fatos, eventos, processos e o tempo, de forma geral, funcionando como um elo entre o humano, sua história e o conhecimento político, econômico, social e cultural (SALCEDO, 2010). O selo postal oferece a oportunidade para que possamos, se olharmos atentamente, perceber as transformações pelas quais temos passado, como conduzimos o desenvolvimento tecnológico, como nos distanciamos ou aproximamos do Outro, como lidamos com as diferenças e as semelhanças, como continuamos contando a nossa própria história e a da natureza.

Para muitos, os “embaixadores de papel” são vistos como um pequeno e insignificante pedaço de papel. Depois de alguma vivência se percebe como o cotidiano pode causar uma cegueira parcial nas pessoas. É como tratar com cédulas ou dinheiro corrente e não parar para tentar ler os símbolos ali registrados, mesmo quando se espera por mais de quinze minutos na fila de um banco.

Ler o mundo no sentido de emancipar o intelecto é, com certeza, uma das maiores dificuldades do indivíduo deste século. Esta é a razão pela qual tanto se tem falado, discutido e escrito sobre a cultura visual vigente (SALCEDO, 2010). O selo postal, enquanto material ilustrativo, tem características marcantes, entre as quais: ser aproveitado tanto para enviar mensagens ao grande público como educar novos leitores de mundo. Isso é possível porque sua estrutura física enquanto objeto material é de fácil manuseio.

“É uma forma de satisfação conhecer o trabalho de artistas e por meio deles aprender sobre as culturas diversas e distintas, um pretérito nostálgico depositário de tradições, representações e fatos” (SALCEDO, 2011, p. 8). Ainda, aos selos poder-se-ia aplicar a síntese feita por Abraham Moles para o cartaz. Eles têm a função de informar (qual a comemoração, o feito, o objeto da emissão) e de educar (dando a conhecer valores ou temas que escolheram).

Os selos postais, assim como a moeda e outros símbolos iconográficos, os quais servem para reconhecer e legitimar uma nação, estão entre os produtos do Estado que possuem maior visibilidade interna e externamente. Enquanto a moeda é produzida conceitualmente para o uso interno de uma nação, o selo postal, mais que isso, assume um papel “diplomático” ao ser utilizado, também, além das fronteiras do seu país emissor. Selos postais são produto do Estado. Eles representam visualmente a imagem que a nação/entidade emissora deseja passar, tanto dentro de suas fronteiras como além delas.

Assim, o alcance do selo postal com relação à população é incalculável. Ele encontra seu público nos mais variados ambientes. Em correspondências particulares e corporativas; no comércio nacional e internacional; nas transferências bancárias, via correio; durante as guerras, tanto entre os combatentes como através das cartas benéficas - Cruz Vermelha; nas campanhas religiosas; entre governos e suas embaixadas; nas agências internacionais que se comunicam através de documentos oficiais; no comércio filatélico; nas reuniões de colecionadores; nos anúncios e matérias escritos por jornalistas filatélicos; na própria internet, através do comércio eletrônico e dos sistemas de leilão online; em museus, arquivos e bibliotecas e, por fim, em algumas poucas pesquisas científicas. Enfim, os selos postais são vistos por milhões de pessoas todos os dias, dentro e fora das fronteiras.

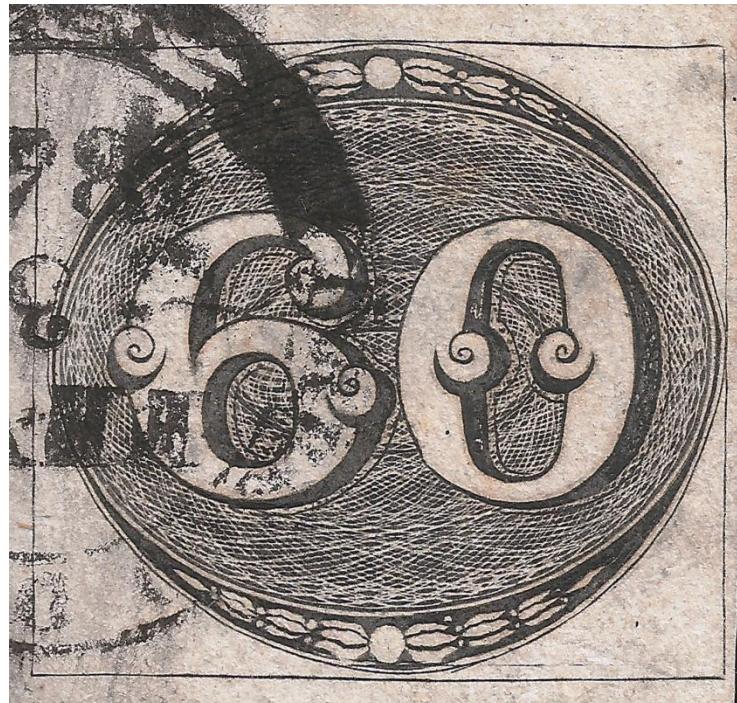
De acordo com as especificações de texto e imagem impressos os selos postais podem ser categorizados como uma mídia, um meio de comunicação. Além disso, a mensagem impressa no selo é intencional. “Os selos constituem um excelente meio de propaganda, e, assim sendo, justo é que os governos se esforcem de representar fatos, episódios, e vultos do nosso país” (BOLETIM DA SOCIEDADE FILATÉLICA PAULISTA apud ALMEIDA; VASQUEZ, 2003, p. 96).

Pelo seu conteúdo, sugere-se que sua mensagem tem muito de subliminar que passa desapercebido ao leitor comum, ou ao grande público, que apenas o identifica como taxa devida ao Correio para envio de missivas postais. Assim, se indica o selo postal, documento produzido pelo Estado, como um produto inerente a uma cultura visual vigente e também como uma ferramenta aliada ao processo de difusão de conhecimento e de cultura, portanto, à sua democratização e socialização.

Nesse sentido o selo postal, entendido como um dos tipos de documentos filatélicos, é algo mais do que um documento partícipe de um processo histórico ou um objeto manipulado pelo comércio filatélico e pelo mundo do colecionismo. É, decerto, evidência de compromisso com a preservação e difusão da memória e da cultura brasileira.

Enfim, o conjunto de documentos filatélicos do Brasil reúne materiais que englobam saberes, celebrações e formas de expressão de grande relevância para memória nacional. Estes registros permitem a leitura, interpretação e reconstrução das relações sociais e culturais. Assim, desde 1843, ano em que foi emitido o primeiro selo postal brasileiro (figura 5), até os dias atuais, constituem-se de forma radical e singular num patrimônio material que pode servir de subsídio para pesquisas, ações extensionistas, atividades pedagógicas e culturais.

Figura 5: Selo Postal Olho de Boi



Fonte: Meyer - 2016

Uma característica que emerge desse patrimônio é a condição laica da memória e a possibilidade de revelar as relações discursivas estatais e populares, ambas constitutivas desse acervo. Apesar dos documentos filatélicos serem produtos do Estado, mormente criados dentro da estrutura organizacional do governo federal por meio do Ministério de Comunicação e da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafo, o conjunto de documentos filatélicos extrapola essa esfera normativa e estatal e compõe importante parte do patrimônio material brasileiro, a cujo acesso é direito de todos.

Num sentido amplo o patrimônio material filatélico brasileiro tem potencialidade para estimular ações estratégicas nos campos da responsabilidade social, da educação e da cultura; permitir a visualização e a personificação da identidade nacional; estabelecer o seu lugar no debate histórico, memorial e patrimonial; e valorar os atributos da

sociedade brasileira. Além disso, é função social do pesquisador na contemporaneidade articular as relações e os objetos de pesquisa entre centros de pesquisa, universidades, arquivos, bibliotecas, museus e outras organizações para garantir acessibilidade de longo prazo para a informação digital.

No ano de 2016 o Brasil produziu “cerca de 16 milhões de selos, segundo dados da Casa da Moeda, responsável pela fabricação das estampas. De acordo com os Correios, responsável por encomendar e comercializar os selos, de 2015 a 2016, o segmento registrou um aumento de 20%.” (GLOBO, 2017).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho realizado é de abordagem qualitativa e do tipo pesquisa-ação, pelo fato de que os pesquisadores haviam sido envolvidos de tal maneira na análise crítica do problema quanto na execução de soluções, “Este é um tipo de pesquisa social com base empírica, que é a experiência, concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou resolução de um problema coletivo, no qual os pesquisadores e participantes representativos da situação estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (THIOLLENT, 2009).

Para produzir esse trabalho, haverá o estudo de caso sobre os Correios. O projeto tem o intuito de realizar análises sobre a utilização do fluxo da informação como o apoio à Gestão da Informação na organização para serem tomadas decisões. Ocorrerá também uma pesquisa bibliográfica sendo desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Para conseguir os resultados esperados, a pesquisa se apoiará nas etapas seguintes:

1. Levantamento do referencial teórico dos principais autores que tratam da dados, informação e conhecimento, gestão da informação, fluxo de informação, processo por processo de negócios, história dos Correios e memória postal. Neste ponto foi realizado uma pesquisa bibliográfica sendo desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.
2. Escolher e observar no Estudo de Caso as informações produzidas dentro da Correios mas escolhendo o setor determinando para a pesquisa, na qual, as informações são obtidas através de relatórios, documentos e rotinas existentes dentro do setor. E com isso, foi escolhido representar tudo isso, através do auxílio do BPM, um fluxo da informação, pois é aquele que represente de forma clara e explica melhor os processos existentes em determinado setor.
3. Baseado na instituição que foi escolhida para o estudo de caso, foi escolhido o setor de emissão de selos postais comemorativos para serem utilizados para a pesquisa.
4. Depois da escolha do setor da instituição, serão mostrados quais as etapas do processo escolhido que são: 1) Propostas para a emissão de selos postais; 2) Prévia análise das propostas recebidas aos Correios; 3) Proposta selecionadas e

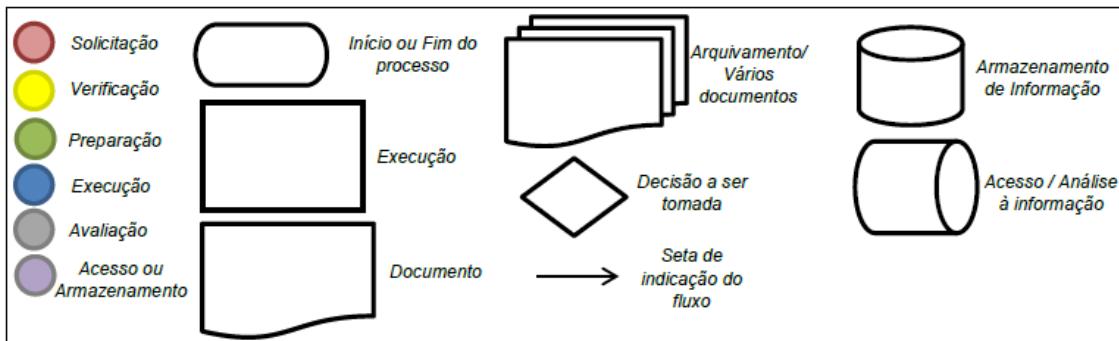
- enviadas a CFN; 4) Escolha dos assuntos pertinentes nos selos postais; 5) Envio dos assuntos escolhidos ao Ministério das Comunicações; 6) Lançamento do edital da emissão dos selos postais.
5. Por meio da compreensão do funcionamento do processo escolhido na instituição, através da explanação dos seus procedimentos, irá ser feita a identificação das necessidades e requisitos da informação, na qual, envolve a classificação, armazenamento, tratamento e apresentação da informação após a coleta e análise de informações obtidas.
 6. Desenvolvimento do fluxo da informação em que mostre a atual situação do setor diante das informações obtidas. Será desenvolvido através da organização da informação de maneira linear, na qual, mostre o passo a passo do procedimento de cada etapa e vai incluir um ponto inicial e outro final.
 7. Criação de um novo fluxo de informação em que consiga suprir as necessidades apuradas, e consiga auxiliar a tomada de decisão nos setores da empresa. Será desenvolvido através de uma nova organização da informação de maneira linear, na qual, proponha alternativas para suprir as necessidades dos procedimentos do setor elencado durante a pesquisa e vai incluir um ponto inicial e outro final.
 8. Será feita a análise se o uso do fluxo da informação é eficiente para auxiliar as tomadas decisões da empresa, na qual, mostre aos seus gestores, na possível utilização da representação dos procedimentos da cada setor junto com as necessidades apuradas, através do mapa conceitual, irá melhorar as suas performances dentro do ambiente organizacional.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A análise do fluxo da informação possibilitou a compreensão de alguns problemas e a proposição de melhorias. O estudo foi desenvolvido na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) ou simplesmente os Correios, prestadora de serviços de grande porte com a sede em Brasília, Brasil. É uma empresa pública federal responsável pela realização do sistema de envio e entrega de correspondências no Brasil. Logo para essa pesquisa, foi utilizado um dos seus serviços, que é a emissão dos selos postais comemorativos, na qual será, feita a explanação e mostrar o seu fluxo de informação.

Então a seguir serão apresentados as legendas referentes algumas notações ou representações usadas pelo BPM para ser utilizada na representação do fluxo de informação através da figura 6. Além disso, serão mostradas as suas seis etapas baseadas na Portaria de nº 500 dos Correios, de 8 novembro de 2005, descrevendo como é cada uma e em seguida será feito o fluxo de informação.

Figura 6: Legenda do Fluxograma



Fonte: Elaboração Própria

1) Propostas para a emissão de selos postais: Essa etapa é especificada pelo Artigo 4º, se constitui das propostas para a emissão de selos que são enviadas aos Correios até o dia 1 de junho de cada ano e a proposta deve conter anexado o histórico com a justificativa para uma eventual emissão e deve mostrar a sua importância no âmbito nacional ou internacional;

2) Prévia análise das propostas recebidas aos Correios: Essa etapa é especificada pelo Artigo 5º, é quando os Correios farão a análise prévia das propostas que foram recebidas e vão selecionar de acordo com algumas condições que são de priorizar acontecimentos históricos, homenagear personalidades, Chefes de Estado, atletas, Ganhadores de Prêmio Nobel, Ação governamental e entre outros;

3) Proposta selecionadas e enviadas a CFN: Essa etapa é especificada pelo Artigo 6º, é quando os Correios enviaram as propostas selecionadas na etapa anterior para à Comissão Filatélica Nacional – CFN, para fazerem a eleição dos motivos que estarão no Programa Anual de Selos Comemorativos e Especiais do exercício posterior ao ano em curso;

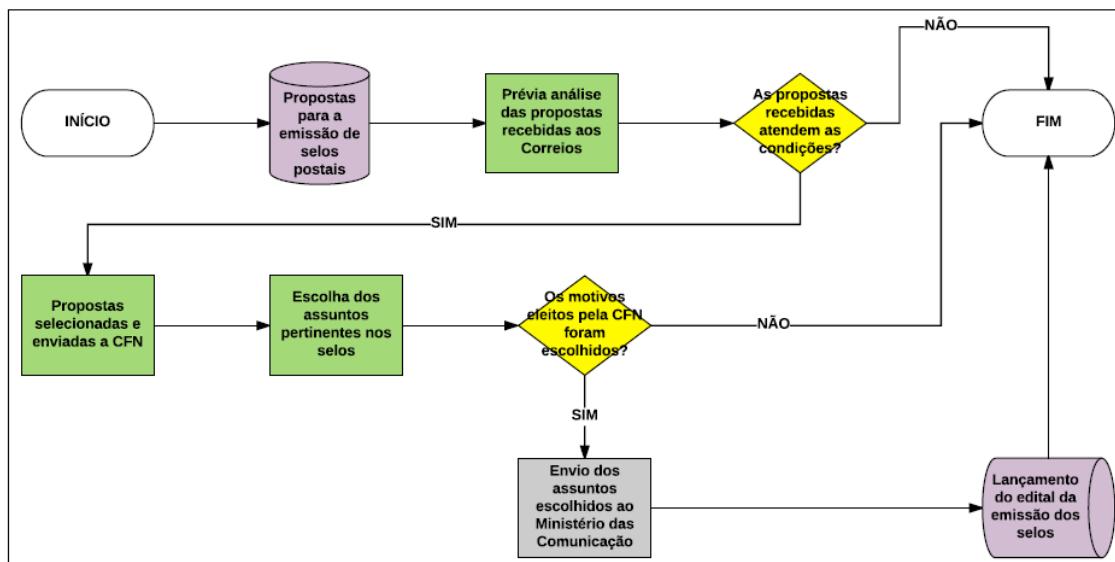
4) Escolha dos assuntos pertinentes nos selos: Serão convidados representantes de órgãos do Poder Executivo, da Casa da Moeda do Brasil – CMB, da Federação Brasileira de Filatéria – FEBRAF, da Associação Brasileira de Comerciantes Filatélicos – ABCF e da Associação Brasileira de Jornalistas Filatélicos – ABRAJOF. Esses representantes são especificados no Artigo 8º para a eleição dos motivos que estarão no Programa Anual de Selos Comemorativos e Especiais realizada pela CFN, mas com alguns critérios especificados no Artigo 7º que é a originalidade, exploração de inovações estéticas, exploração de inovações filatélicas, utilização de inovações técnicas, aceitação do mercado e indeditismo ;

5) Envio dos assuntos escolhidos ao Ministério das Comunicações: Após a escolha feita dos motivos ou assuntos que devem estar presentes nos selos na etapa

anterior, essa etapa se constitui no envio do Programa Anual de Selos Comemorativos e Especiais para o Ministério das Comunicações, para ficar a espera da aprovação;

6) Lançamento do edital da emissão dos selos: Os correios lançam o edital da emissão dos selos com o intuito de divulgar os selos postais comemorativos e quais são suas características.

Figura 7: Fluxograma da emissão de selos postais comemorativos - Atual

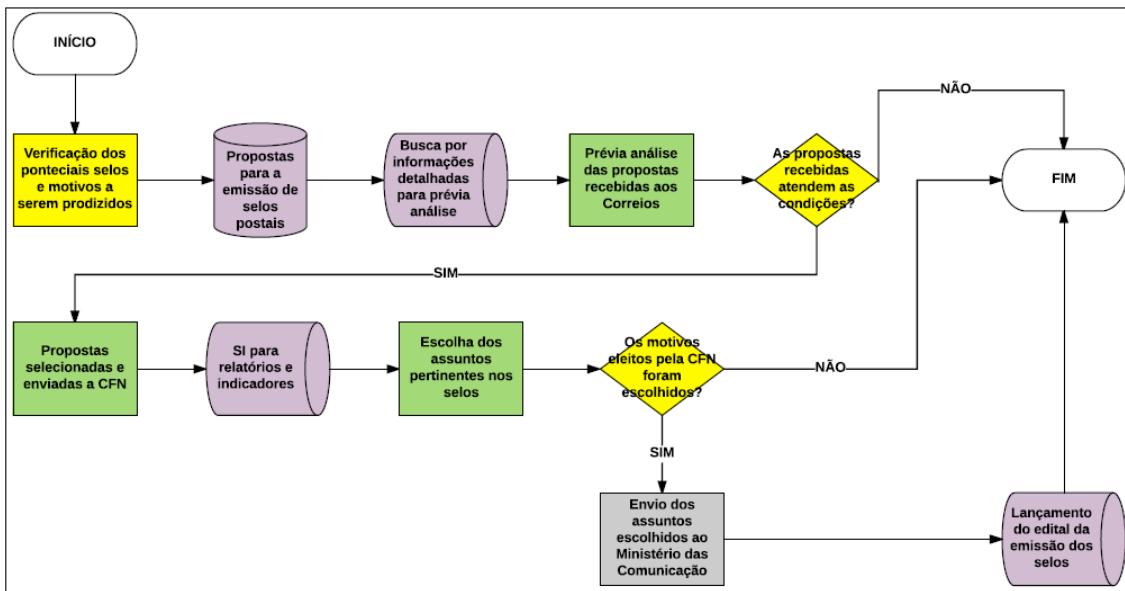


Fonte: Elaboração Própria

Nota-se na figura 7 que representa o fluxo de informação da emissão dos selos postais comemorativos, existem dois momentos importantes que precisam ser comentados, é no momento que necessita de decisões a serem tomadas que foram no primeiro instante quando os correios fazem a análise prévia das propostas recebidas de acordo com algumas condições especificadas no Artigo 2º, da Portaria 500. É interessante que haja algum sistema de informação com formação de um banco de dados com informações detalhadas que facilite e agilize essa análise através de indicadores ou relatórios, pois se tiver uma grande quantidade de informações a serem analisadas, corre o risco de haver omissão ou possíveis erros na momento de ser tomada a decisão se as propostas recebidas atendem as condições para serem enviadas a Comissão Filatélica Nacional.

No segundo momento para ser tomada a decisão na figura 7, é quando os motivos são eleitos pela Comissão Filatélica Nacional são enviados para o Ministério das Comunicações para ser analisada e ser sancionada pelo Presidente da República. Logo como sugestão, seria o ideal conter relatórios e indicadores através de um sistema de informação, na qual, contenha um banco de dados que ajude na decisão final para serem enviadas posteriormente. E outra sugestão seria de fazer uma verificação junto a sociedade, dos potenciais selos e motivos que poderiam ser produzidas. Então, após a sugestão e identificação de algumas necessidades para serem feitas no fluxo de informação, a figura 10 mostra isso.

Figura 10: Fluxograma da emissão de selos postais comemorativos - Novo



Fonte: Elaboração Própria

Observa-se na figura 8, que no início do processo tem a verificação dos potenciais selos e motivos que podem ser produzidos. Isso pode ser feito através da pesquisa de opinião pública. Para assim, abranger as eventuais preferências da sociedade.

Para otimizar o processo de emissão dos selos postais comemorativos conforme descrito nos objetivos da pesquisa, formulou-se uma proposta de um novo fluxo modificado, com sistemas de informações envolvidos. Esse novo fluxo é baseado no desenvolvimento de sistemas de informação com a criação de dois bancos de dados que informatize o processo de decisão que precisam ser tomadas.

O primeiro banco de dados, trata de informações detalhadas sobre quais são as condições que o selo e o motivo são aprovados. Isso serve para agilizar e automatizar o processo da análise prévia que posteriormente será enviada a decisão para o CFN. O segundo banco de dados é em relação a gerar indicadores e relatórios que auxiliem na decisão dos selos e motivos escolhidos para serem enviados ao Ministério das Comunicações. Essa etapa é primordial, pois logo após ela será sancionado pelo Presidente de República e consequentemente seriam feitas a emissão dos selos postais comemorativos.

6. CONCLUSÕES

A transformação do fluxo antigo para o novo fluxo mapeado está alinhada às estratégias dos correios e foi realizada de forma a suprir as ineficiências existentes após a identificação das necessidades. O novo fluxo propõe a utilização de tecnologia para a melhoria na automatização de algumas etapas cruciais para o processo de emissão de selos postais comemorativos. O que permite uma melhor organização das informações pertinentes as propostas de selos e motivos recebidos pelos Correios. Além disso, no

novo fluxo é feita a sugestão de realizar uma pesquisa de opinião pública para saber quais são os prováveis selos e os motivos que a sociedade tem preferência.

A vantagem do fluxo de informação de estimular a otimização e a melhoria contínua e extensa aplicabilidade com base na identificação das necessidades informacionais do processo fazem com que os serviços das organizações melhorem. Dessa forma, o fluxo de informação surge como uma ferramenta de suporte as tomadas de decisões para os gestores das empresas em transformar o desempenho nos seus processos informacionais mais eficiente, eficaz e consistente.

De maneira geral, o estudo atingiu o objetivo planejado na proposta do trabalho, que é de apresentar o fluxo de informação atual e uma sugestão de fluxo de informação do processo de emissão de selos postais comemorativos no Brasil. Esse pesquisa começou destrinchando todas as suas etapas e então foram sugeridas melhorias, tudo isso através do levantamento das todas informações pertences as etapas. As melhorias foram recomendadas, com a intenção de otimizar o processo e atender às necessidades informacionais presentes. A partir da criação das base de dados através de um sistema de informação, vai ser possível gerar indicadores e relatórios para melhorar o desempenho do processo.

Este trabalho é, apenas, parte da evidência de um processo que articula teoria e prática, descrição e exploração. Por fim, os resultados desta pesquisa são uma parte de outros projetos de pesquisa que estão em andamento e que garantem a continuidade intelectual e social rumo ao futuro. Como resultado, a pesquisa indica uma relação primordial entre o fluxo de informação da emissão dos selos postais com a tomada de decisões dos gestores, bem como a pouca produção bibliográfica sobre a área de filatélia.

REFERÊNCIAS

- ABIB, G. **Os componentes informacionais e seus efeitos como recurso competitivo e efetivo nas cooperativas paranaenses.** Curitiba, 2006. 161 fls. Mestrado em administração – Universidade Federal do Paraná.
- ALMEIDA, Cícero Antônio de; VASQUEZ, Pedro Karp. **Selos postais do Brasil.** São Paulo: Metalivros, 2003.
- ALTER, S. **Information Systems: foundation of e-business.** 4 ed. USA: Pearson Education, 2002.
- AMARAL, Luís A.M. **PRAXIS: Um Referencial para o planejamento de Sistemas de Informação.** Portugal, 1994. Tese de Doutorado – Universidade do Minho.
- ANGELINI, Maria Terezinha. **Elementos intervenientes na tomada de decisão.** Ci. Inf. Brasília, v. 32, n. 1, 2003.
- ANTUNES, JR. **Os paradigmas na engenharia de produção.** Capítulo 2, Gestão de Processos, COPPE/UFRJ, 2006.
- ARAÚJO, Wagner F. G.; LAIA, Marconi M. **Governança Eletrônica e Gestão da Informação em Portais: uma Análise da Reestruturação do Portal Minas.** In Enapand, 28, 2004, Curitiba. ANPAD, 2004.
- AUSTER, E., CHOO, C. W. **Managing information for the competitive edge.** New York: Neal-Schuman, 1996.
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica.** Ciência da Informação, Brasília, v.27, n.2, p.122-127, maio/ago. 1998.
- BARROS NETO, J. P.. **Administração Pública no Brasil: uma breve história dos correios..** 1/1. ed. São Paulo: Annablume, 2004. v. 01. 190p .
- BALDAM, R. de L. **Gerenciamento de processos de negócios.** BPM – Business Process Management. São Paulo, SP, BR: Érica, 2009.
- BAZERMAN, M. **Processo decisório.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BEAL, A. **Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações.** São Paulo: Atlas, 2008.

BOOF, Luiz Henrique. **Processo cognitivo de trabalho de conhecimento: um estudo exploratório sobre o uso da informação no ambiente de análise de investimentos.** Porto Alegre, 2000. 218 fls. Tese (Doutorado em Administração).

CORREIOS. Disponível em: < <http://www.correios.com.br/sobre-correios/a-empresa>>. Acesso em: 29 set. 2017.

COSTA, Suzana Q.; DUARTE, Emeide N.; SILVA, Alzira K. A. **Gestão da Informação e do Conhecimento: práticas de empresa “excelente em gestão empresarial” extensivas à unidades de informação.** Inf. & Soc.:Est., João Pessoa, v.17, n.1, p.97-107, jan./abr., 2007.

CUNHA, Francisco J. A. Pedroza. **A gestão da informação nos hospitais: importância do prontuário eletrônico na integração de sistemas de informação em saúde,** 2005, 231 fls. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Bahia.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação** / Thomas H. Davenport, Laurence Prusak; tradução Bernadette Siqueira Abrão. — São Paulo: Futura, 1998.

DE SORDI, J. O. **Administração da informação: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento.** São Paulo: Ed. Saraiva, 2008.

DIAS, Maria Matilde Kronka; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Gestão da informação em ciência e tecnologia sob a ótica do cliente.** Bauru, SP: EDUSC, 2003. 186p.

DUARTE, N. T. O.. **A cultura organizacional e a gestão da informação: entre hábitos e processos.** In: XII CINFORM Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa em Informação, 2015, Salvador. Informação e Protagonismo Social, 2015. v. 12.

FALEIROS, Vicente de Paula. **Prioridade versus escassez de recursos na saúde.** Bioética; 5(1): 35-40, 1997. Disponível em: <http://www.portalmedico.org.br/revista/bio1v5/priorescas.html> Acesso em: 03 out 2017

FERREIRA, A. B. H.; ANJOS, M.; FERREIRA, M. B. **Novo Aurélio.** Século XXI: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FELL, A. F. A. **Análise dos fatores organizacionais obstáculos ao uso da tecnologia da informação para gestão do conhecimento: uma realidade vivenciada em pequenas e médias empresas da Região Metropolitana do Recife.** Recife, 2009. (Tese de Doutorado. Universidade Federal de Pernambuco).

FELL, André Felipe Albuquerque; QUEIROZ, Malthus Oliveira. **Gestão da informação para organização do conhecimento: estudo de caso.** In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), 15, 2014, Belo Horizonte, Anais, Belo Horizonte: ECI/UFMG, 2014. p. 1776-1795. Disponível em: Acesso em: 23 set. /2017.

FERAUD, Geneviève. **Um século de gestão da informação.** In: DAVENPORT, Thomas H.; MARCHAND, Donald A.; DICKSON, Tim. Dominando a gestão da informação. Porto Alegre: Bookman, 2004. p.39-44.

GARTNER. **BPM (Business Process Management).** 2013. Disponível em: <blogs.gartner.com/it-glossary/bpm-business-process-modeling/>. Acesso em: 06.09.2017.

GEWANDSZNAJDER, Flavio. **A influência da gestão da informação no processo decisório da previdência social brasileira: um estudo exploratório.** Rio de Janeiro, 2005. 145 fls. Dissertação (Mestrado em Administração).

GLOBO. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/g1-mostra-como-e-a-criacao-e-fabricacao-de-selos-no-pais-veja-video.ghtml>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

GOMES, E. **Inteligência competitiva: como transformar informação em negócio lucrativo.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GONÇALVES, J. E. L. **As empresas são grande coleções de processos.** RAE – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 40, n. 1, Jan./Mar., 2000.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida. **O caráter seletivo das ações de informação.** Informare, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 7-31, 2000.

_____. **Apresentação de slides da Profa. Dra. Maria Nélida González de Gómez, “Regimes de informação: entre a mudança e a reprodução”.** [2007] Disponível em: <http://slideplayer.com.br/slide/284033/>. Acesso em: 22/09/2017.

HAMMOND, J. S.; KEENEY, R. L.; RAIFFA, H. **Decisões inteligentes.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

QUELHAS, O L G; CARVALHO, Alex ; CAMPELO, Claudia ; GUEDES, Wagner . **A gestão de pessoas como estratégia para o comprometimento organizacional. Estudo de Caso: Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.** Pesquisa & Desenvolvimento em Engenharia de Produção, Itajubá, v. 05, p. 40-51, 2006.

KREMER, Jeannette M. **Information flow among engineers in a design company.** 1980. 158 f. Thesis (Doctor of Philosophy in Library Science)-School of Library Science, University of Illinois, Urbana, 1980.

LASTRES, H. M. M., ALBAGLI, S. (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus, 1999. 318p.

LESCA, Humbert; ALMEIDA, Fernando C. **Administração estratégica da informação.** Revista de Administração, São Paulo v.29, n.3, p. 66-75, 1994.

LIMA, Izabel França; LLARENA, Rosilene Agapito da Silva; SANTOS, Raquel do Rosário. Informação: tecendo os fios dos conceitos. In: DUARTE, Emeide Nóbrega; LLARENA, Rosilene Agapito da Silva; LIRA, Suzana de Lucena (Org.). **Da informação à auditoria de conhecimento: a base para a Inteligência Organizacional.** João pessoa: Editora da UFPB, 2014.

MAIA, Carolina de Fátima Marques. **Gestão da Informação Hospitalar: Uma Proposta a partir do Estudo de Caso em um Hospital Universitário no Recife.** Recife, 2009. Dissertação (Mestrado em Administração).

MARCHAND, Donald A.; KETTINGER, William J.; ROLLINS, John D. **Information Orientation: People, Technology and the Bottom Line.** Sloan Management Review, v. 41, n. 4, p. 69-80, 2000.

MARCHIORI, Patricia Zeni. **A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional.** Ci. Inf. Brasília, v. 31, n.2, 2002.

MASCHKA, Marcele Guerra. **Gestão de Processos de Negócios: Um Estudo Empírico em Micro e Pequenas Empresas Brasileiras.** Recife, 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação).

MASUDA, Y. **A sociedade da informação como sociedade pós-industrial.** Rio de Janeiro: Editora Rio. 1982.

MEYER, Peter. **Catálogo de Selos do Brasil: 2016.** São Paulo: RHM, 2016.

MCGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação.** Brasília: Briquet de Lemos, 1999. 206p.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação.** Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MIRANDA, R. C. da R. **"O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas".** Ciência da Informação, Brasília, v.28, n.3, p.284-290, set./dez. 1999.

MORESI, Eduardo Amadeu Dutra. **Delineando o valor do sistema de informação de uma organização.** Ci. Inf., Jan./Apr. 2000, vol.29, n.º.1, p.14-24.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.** Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NORTH, Klaus; PRESSER, Nadi Helena. **Reflexões fundamentais para a prática da gestão do conhecimento.** Recife: Néctar, 2011.

PARSONS, J. **Information – the fourth resource.** In: BEST, D. P. (ED). *The fourth resource: Information and it's management.* Brookfield: Aslib/Gower, 1996.

PEROTTINI, R. et al. **Sistemas de informações: um estudo comparativo das características tradicionais às atuais.** Revista Eletrônica de Administração – ReAD, v.7, n.3, 2001.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información en las organizaciones: principios, conceptos y aplicaciones.** Santiago: CECAMI, 1998. 222p.

REZENDE, Y. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual.** Ciência da Informação, Brasília, v. 31, n. 2, p. 120-128, maio/ago. 2002.

ROSEMANN, M. **Potential pitfalls of process modeling: part A.** Business Process Management Journal. v. 12, n.2, p. 249-254, 2006.

SABBAG, P. Y. **Espirais do conhecimento: ativando indivíduos, grupos e organizações.** São Paulo: Saraiva, 2007.

SALCEDO, Diego A. **Filatelia e memória: pequenos embaixadores de papel.** In: VERRI, Gilda M. W. (Orga.). *Registros do passado no presente.* Recife: Bagaço, 2008. p. 155-195.

_____. **A ciência nos selos postais comemorativos brasileiros: 1900-2000.** Recife: EDUFPE, 2010.

_____. **Pernambuco nos selos postais: fragmentos verbovisuais de pernambucanidades.** Recife: FacForm/Liber, 2011.

SILVA, S. L. **Gestão do Conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento.** Ci. Inf., v. 33, n. 2, p. 143-151, 2004. ISSN 0100-1965.

SILVEIRA, R. R. **Diretrizes para mitigar as barreiras à implementação da gestão do conhecimento em organizações.** 2011. 219f. Tese (Tese de Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de SantaCatarina, Florianópolis, Brasil, 2011.

SMITH, H.; FINGAR, P.: **IT Doesn't Matter – Business Process Do.** 1^a edição, Tampa, Florida, USA: Meghan-Kiffer Press, 2003. 126p

TARAPANOFF, Kira (org.). **Inteligência organizacional e competitiva.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 344p.

TARGINO, Maria das Graças. **Práticas culturais como elementos intervenientes nas políticas culturais.** In: GARCIA, Joana Coeli Ribeiro; MACEDO, Edison Ferreira; TARGINO, Maria das Graças (Org.). *Políticas e Práticas Culturais*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2014.

THIOLLENT, Michel. **Pesquisa-ação nas organizações.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VALENTIM, M. L. P.. **Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento.** DATAGRAMAZERO (RIO DE JANEIRO), Rio de Janeiro, v. 3, n.4, p. 1-13, 2002.

WURMAN, R. S. **Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão.** 5. ed. São Paulo: Cultura Editores, 1995. 380p.