

XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

GT-4 – GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

DESIGN THINKING COMO MÉTODO DE INOVAÇÃO À GESTÃO DE INFORMAÇÕES

DESIGN THINKING AS A METHOD OF INNOVATION TO THE MANAGEMENT OF INFORMATION

Jaqueline Marques Luiz (Universidade Estadual de Londrina - UEL)
Ana Paula Perfetto Demarchi (Universidade Estadual de Londrina - UEL)

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo:

A proposta deste artigo é apresentar soluções inovadoras para o processo de gestão de informações utilizando a abordagem do *design thinking* em um Hospital Escola. Trata-se de pesquisa exploratória de natureza qualitativa e estudo de caso como método. A coleta de dados será na farmácia, envolvendo cinco servidores. A análise dos dados permitirá uma melhor compreensão e utilização do sistema de gestão de informações no controle de estoque, reduzindo possíveis problemas relacionados à falta de conhecimento quanto ao sistema de gestão de informações que compromete o controle, permitirá diminuir erros, desperdícios, uso inadequado e incidentes insistentes.

Palavras-Chave: Design Thinking; Inovação; Gestão de Informações; Ciência da Informação.

Abstract:

The purpose of this paper is to present innovative solutions for the information management process using the design thinking approach in a teaching hospital. This is exploratory research of qualitative nature and case study as a method. Data collection will be at the pharmacy, involving five servers. The data analysis will allow a better understanding and use of the information management system in inventory control, reducing possible problems related to the lack of knowledge about the information management system that compromises the control, reducing errors, waste, misuse and insistent incidents.

Keywords: Design Thinking; Innovation; Information Management; Information Science.

1 INTRODUÇÃO

A utilização do sistema de gestão de informações deve ser útil e favorecer a organização das informações, possibilitando o registro das informações rotineiras de forma correta evitando-se erros, equívocos, esquecimentos e incidentes, partindo desse pressuposto a proposta do presente trabalho é apresentar soluções inovadoras para o processo de gestão de informações utilizando a abordagem do *Design Thinking* (DT) de

Serviços que “[...] ajuda a criar novos serviços ou melhorar os já existentes, de modo a torná-los mais úteis, utilizáveis e desejáveis para os clientes, bem como eficientes e eficazes para as organizações [...]” (MORITZ, 2005, apud STICKDORN; SCHNEIDER, 2014, p.32).

O *Design Thinking* é uma abordagem inovadora e permite compreender o ser humano de forma profunda, cocriar com esse ser humano as soluções e experimentar essas soluções ainda cedo, para que se possa modificar e ajustar esse serviço, produto ou marca (BROWN, 2010).

Este trabalho considera a característica cognitivista da Ciência da Informação e sua interdisciplinaridade ao se relacionar com o conhecimento, pois a informação necessita ser explicada, refletida, e para isso, busca o conhecimento em outras disciplinas, tais como: na filosofia, a linguística, a ciência cognitiva, a ciência da computação, a sociologia, entre outras tantas (BARRETO, 2008). Além disso, a Ciência da Informação estuda os fenômenos relacionados à informação, a maneira de olhar e interpretar os fenômenos e quer resolver um problema de informação que implica em um processo de comunicação humana, compreendendo um gerador de informação e um usuário (BELKIN, 1978).

2 DESENVOLVIMENTO

Buscou-se na literatura científica por meio de levantamento bibliográfico, a definição de alguns conceitos sobre os termos que foram tratados no presente trabalho, iniciando com o entendimento da relação entre a nova gestão do conhecimento (NGC) e a gestão da informação (GI), inovação e o papel do *Design Thinking* (DT) nesta, gestão de serviços hospitalares, e também, a interdisciplinaridade da Ciência da Informação.

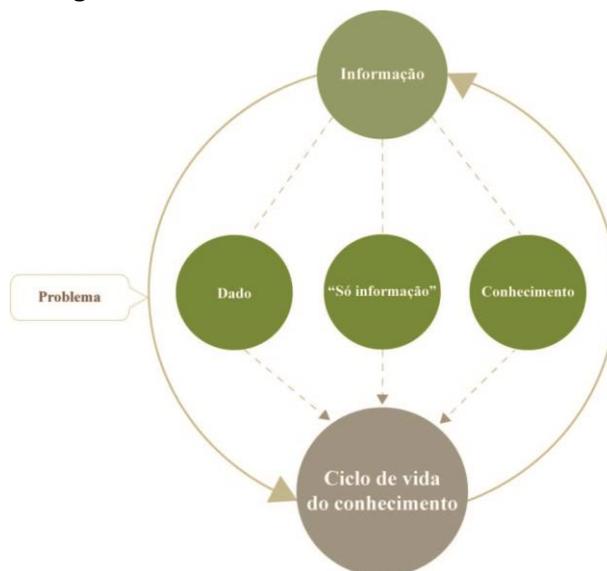
2.1 A Nova Gestão do Conhecimento e a Gestão da Informação

A diferença de um dado, uma informação e um conhecimento estão nas características desses elementos, Davenport e Prusak (1998) definem dado como matéria sem interpretação, enquanto informação é significados atribuídos aos dados, e o conhecimento é propósito e competência atribuídos à informação, com potencial de gerar ação.

Sendo assim, o conhecimento organizacional é um subconjunto da informação e é, portanto, mais confiável e aprimorado. A pirâmide do conhecimento expõe o processo de gestão do conhecimento como um processo evolutivo, no entanto Firestone & McElroy *apud* Demarchi (2018) afirma que devemos olhar este processo como um ciclo no qual dados e

informações são processados e validados e transformados em conhecimento, que para serem comunicados e disseminados voltam a ser informação como demonstrado na figura abaixo.

Figura 1: Ciclo de vida do conhecimento.



Fonte: Extraído de Demarchi, 2018, p.45

A NGC consiste na junção da produção e da integração do conhecimento e em todo processo e a aprendizagem tem um papel fundamental, pois geram mudanças, essas mudanças nem sempre são bem vistas e desejadas por todos, porém são decorrentes das informações conseguidas (DEMARCHI, 2018).

Neste processo ocorrem vários ciclos de vida do conhecimento e uma relação constante entre GC e GI. A GI tem a função de gerir um conjunto de tarefas na busca de garantir a eficácia de todos os recursos disponibilizados pela organização, a fim de atingir os objetivos pré-estabelecidos.

Pode-se concluir que a GI é o componente mais valioso para a GC. A GI permite identificar as atividades relativas às formas como a informação e o conhecimento são obtidos, distribuídos e utilizados. Diferentes recursos de informação são utilizados para que a gestão da informação cumpra sua função, esses recursos são: tecnologia da informação, fontes de informação, serviços e sistemas de informação. A GI maximiza os recursos e permite às pessoas por meio de suas atividades e produção, melhorar a forma como compartilhar a informação e, por consequência o conhecimento, criando ativos que

produzirão ambientes de aprendizagem que tragam maiores vantagens às organizações (SILVA; TOMAÉL, 2007).

2.2 Inovação e o papel do Design Thinking

Segundo Barbieri et al. (2010) o termo inovação significa para as empresas obtenção de lucro e geração de vantagens competitivas nos mercados onde atuam. No entanto, não basta, para as empresas, apenas inovar constantemente, mas inovar considerando as três dimensões da sustentabilidade, a saber, dimensão social, a ambiental e a econômica.

Quando essas dimensões são atendidas, torna o processo de inovação mais sofisticado e exigente, o que requer da organização um maior esforço para atender tecnicamente esse requisito. Isso leva a novas perspectivas para a gestão da inovação (BARBIERI et al., 2010).

O *design* oferece uma maneira potente de posicionar e diferenciar produtos e possui um papel significativo em seu sucesso. O foco na compreensão profunda cliente ou usuário.

Neste contexto surge a discussão do uso do DT para a geração de inovação de forma colaborativa.

O DT se sustenta em três habilidades essenciais: empatia, colaboração e experimentação, que não saem de moda, não são tendências, e muito menos dependem de contexto ou cultura para darem certo. Ser mais empático, colaborativo e incansavelmente curioso é a chave para navegarmos de maneira bem-sucedida no mundo atual. Um profissional com estas três características, está mais preparado e apto a solucionar problemas e liderar pessoas. De fato, o DT é um modelo mental, uma atitude e não uma moda ou tendência. E esta atitude tem se mostrado um excelente remédio para sobreviver e prosperar na economia atual (PINHEIRO; ALT, 2011).

O DT reflete a essência do *design*, isto é, o foco está nas pessoas, percebe através de um olhar empático o que é necessário para criar coisas melhores para as pessoas, tende a descobrir por meio da observação, antes mesmo das pessoas conseguirem descrever o que é melhor para si próprias, identifica o que pode ser melhorado através das suas necessidades e desenvolve um novo produto ou aperfeiçoa um serviço, tornando-os de altíssima qualidade (BROWN, 2010).

2. 3 Gestão de Serviços Hospitalares

A gestão de serviços pode ser definida de acordo com as seguintes características segundo Schneider e Bowen (1995): a) uma ação ou processo; b) algo que define a qualidade do serviço; c) serviço que submete o cliente a experiências psicológicas; d) serviço que é valorizado pela mudança que causa, quando o serviço é tangibilizado é usado para ganhar crédito; e) a todo o momento deve-se gerenciar a expectativa do cliente, saber se o serviço encanta o cliente, se causa surpresa; f) um serviço em nível de excelência não equivale somente a procedimentos e técnicas, é acima de tudo uma atitude, um compromisso; g) a abrangência e o efeito de um serviço em nível de excelência crescem sempre.

Segundo Tanaka e Tamaki (2012) o serviço de um hospital corresponde ao produto de uma atividade humana para satisfazer a necessidade de outro ser humano e possui uma estrutura organizacional complexa e diversificada, com profissionais e tecnologias organizadas para atenção à saúde da população.

A gestão de serviços de saúde constitui uma prática administrativa que tem a finalidade de aperfeiçoar o funcionamento das organizações de forma a obter o máximo de eficiência (relação entre produtos e recursos empregados), eficácia (atingir os objetivos estabelecidos) e efetividade (resolver os problemas identificados) (TANAKA; TAMAKI, 2012, p.822).

Diante dessas considerações, o estudo aborda o *Design Thinking* de Serviços “[...] uma abordagem interdisciplinar que combina diferentes métodos e ferramentas oriundos de diversas disciplinas. Trata-se de uma nova forma de pensar, e não de uma nova disciplina acadêmica, autônoma [...]” (STICKDORM; SCHNEIDER, 2014, p. 34)

O *Design Thinking* de Serviços possui cinco princípios:

Centrado do Usuário: os serviços devem ser testados através do olhar do cliente;
Cocriativo: todos os *stakeholders* devem ser incluídos no processo de design de serviços;
Sequencial: o serviço deve ser como uma sequência de ações inter-relacionadas;
Evidente: serviços intangíveis devem ser visualizados como artefatos físicos;
Holístico: todo o ambiente de um serviço deve ser levado em consideração (STICKDORM; SCHNEIDER, 2014, p.35).

O *Design Thinking* possibilita a extração do conhecimento, codificação, transformando este em informação e na sua disseminação, de uma maneira que este seja incorporado por todos e garanta a eficácia do serviço.

2.4 A Interdisciplinaridade da Ciência da Informação

Tanto a Ciência da Informação quanto o *Design Thinking* têm características interdisciplinares, ambos buscam em outras áreas do conhecimento expandir suas possibilidades de estudos e desenvolvem mecanismos que auxiliem a resolução de problemas.

Segundo Brown (2010) as habilidades do DT correspondem a uma maneira de trabalhar de forma interdisciplinar com as demais áreas do conhecimento, de forma que possa colaborar entre si, solucionando problemas, apresentando novas ideias, aperfeiçoando e aprimorando serviços e produtos.

Pode-se considerar que a CI tem sua característica interdisciplinar por natureza, pois já em sua origem, juntamente com a tecnologia da informação, conseguiu resolver problemas referentes ao acúmulo de informações que perpetuavam por um longo tempo, tornou-se um participante ativo na evolução da sociedade da informação e tem grande participação na dimensão social e humana (SARACEVIC, 1995).

Neste contexto, ambas disciplinas com suas características interdisciplinares visam romper as barreiras de cada disciplina para construir algo novo, evidente, inquestionável, incontestável e comum a todas as demais disciplinas, unidas, têm a função de cooperar, trocar e integrar conceitos, permitindo que as ciências troquem e multipliquem conhecimento.

Após apresentação dos elementos teóricos, partiu-se para a pesquisa propriamente dita. Procurou-se aplicar as técnicas aprendidas em um ambiente particular específico, em um hospital escola e dentro de um setor em especial, ou seja, na farmácia.

3. Metodologia

É uma pesquisa exploratória qualitativa, inicia-se com um levantamento bibliográfico e utiliza o estudo de caso como procedimento técnico. As fontes de evidências são: entrevista, análise documental e observação participativa. Após, serão aplicadas as técnicas do *Design Thinking*, que correspondem a habilidades de empatia, colaboração e experimentação.

A pesquisa será realizada na farmácia de um Hospital Escola, envolverá cinco servidores. A farmácia foi escolhida, pois é um serviço hospitalar que deve primar por sua organização e todo o hospital necessita dos seus serviços para obter êxito, sem contar que os valores investidos em medicamentos são altos.

Após a análise dos dados, será possível compreender como é utilizado o sistema de gestão de informações para o controle de estoque de medicamentos.

CONCLUSÃO

A coleta de dados irá verificar se a falta de registro de informações, primordiais à gestão de informações para o controle de estoque de medicamentos, pode comprometer o processo e ocasionar registros inconsistentes, podendo, algumas vezes, haver descarte de material vencido que não foi utilizado por falta de registro de informação.

Pretende-se após este entendimento, aplicar as técnicas do *Design Thinking*, garantir a compreensão de todos os envolvidos da importância do correto registro das informações e de forma colaborativa gerar sub processos que garantam a efetividade do sistema de gestão de informação, buscando desta forma, à geração de inovação na gestão do conhecimento e na gestão de serviço no setor hospitalar.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos; et al. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **RAE São Paulo**, v. 50, n. 2, abr./jun. p. 146-154, 2010.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Gestão da informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas. **Informação & Informação**, v. 13, n. 1esp, p. 1-25, 2008.

BARRETO, Aldo Albuquerque. Uma quase história da Ciência da formação. **DataGramZero**: revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v.9, n.2, p. 1-12, abr. 2008. Disponível em: http://www.dgz.org.br/abr08/Art_01.htm.

BELKIN, N. J. Information concepts for information science. **Journal of Documentation**, v. 34, n.1, pp.55-85, Mar. 1978.

BROWN, Tim. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DEMARCHI, Ana Paula Perfetto. **Gestão estratégica integradora de design**. Londrina: Eduel, 2018.

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis. **Design Thinking Brasil**: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

SARACEVIC, Tefko. Interdisciplinary nature of information science - Original. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 36–41, 1995.

SCHNEIDER, Benjamin; BOWEN, David E. **Winning the service game**. Boston: Harvard Business School Press, 1995.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

SILVA, Terezinha Elizabeth da; TOMAÉL, Maria Inês. A gestão da informação nas organizações. **Informação & Informação**, v. 12, n.2, p. 148-149, 2007.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jacob (Org.) **Isto é *Design Thinking* de serviços**. Tradução: Mariana Bandarra. Revisão técnica: Clarissa Biolchini. Porto Alegre, Bookman, 2014. 380 p.

TANAKA, Oswaldo Yoshimi; TAMAKI, Edson Mamoru. O papel da avaliação para a tomada de decisão na gestão de serviços de saúde. **Ciência e Saúde Coletiva**. v. 17, n. 4, p. 821-828, 2012.