

## **Veghea documentară – un produs de informare cu valoare adăugată**

**Lector univ. dr. Rodica MANDEAL**  
**Asist.univ.drd. Octavia-Luciana PORUMBEANU**

Democratizarea accesului la informație, datorat noilor posibilități aduse de rețelele de informare automatizate a provocat una din temele majore de reflexie, mult discutată nu numai în mediile de specialitate: mai este nevoie de produse și servicii de informare și în general de specialiști în știința informării acum când cel care are nevoie de informații poate să le caute singur, neasistat, într-o gamă extrem de largă de surse de informare și în condiții financiare avantajoase, chiar gratuit?

Evident, documentariștii și bibliotecarii, alături de utilizatori, sunt primii care recunosc că prezența rețelelor de informare (în principal Internet-ul) influențează demersul de căutare a informației, respectiv procesul medierii documentare. Dar, accesul la rețele de informare automatizate, respectiv la un număr din ce în ce mai mare de noi surse de informare nu înseamnă automat că utilizatorii sunt și bine pregătiți pentru această libertate de acțiune. Instrumentele pe care le au la dispoziție contribuie în mod esențial la scurtarea timpului consacrat unei cercetări, dar nu pot reduce din complexitatea căutării.

Cu alte cuvinte, succesul unei căutări, adică regăsirea informațiilor utile, se va datora în primul rând cunoașterii surselor existente. Investigarea prealabilă a surselor – identificarea și selecționarea într-o manieră metodică a celor cu adevărat interesante pentru propriul domeniu de studiu sau activitate – este determinantă și indispensabilă pentru întreg procesul cercetării.

În al doilea rând, succesul unei căutări depinde de procesul de filtrare a informațiilor conținute în sursele de informare. Toate studiile privind utilizatorii remarcă faptul că aceștia percep o supraîncărcare cu informații – așa-numitul “î nec informațional”: sunt confrunțați cu mai multă informație, din mai multe surse, pe care nu o pot “stăpâni”, adică identifica, localiza, citi și asimila.

În aceste condiții, utilizatorii, mai ales cei implicați în procesele de decizie sau elaborare a strategiilor de dezvoltare, indiferent de sfera activității – cercetare, dezvoltare sau practică – au nevoie de informații

selective, adică evaluate, validate, eventual sintetizate, direct exploatabile, actuale și obținute rapid.

Altfel spus, informațiile de care au nevoie utilizatorii și pe care le caută pentru a-și desfășura activitățile sau a se perfecționa, trebuie să răspundă anumitor caracteristici, complexe și variabile, și să fie puse la dispoziție în anumite condiții, diferite de la caz la caz.

Din această perspectivă, rolul produselor și serviciilor de informare orientate spre utilizatori și elaborate de sistemele secundare de producție și difuzare a informației, respectiv de specialiștii în informare și documentare poate deveni vital.

Ele nu mai sunt rezultatul prelucrării surselor de informare care să permită localizarea lor și identificarea unor informații utile, ci rezultatul unei expertize, a unor analize și validări ale diferitelor informații regăsite, în vederea asigurării calității și utilității produsului și serviciului respectiv.

Această expertiză oferită presupune din partea specialistului în informare cunoașterea cât mai precisă a nevoilor de informare ale utilizatorilor, a multiplelor surse și resurse utile precum și a metodelor și tehnicilor asociate procesului de mediere.

De asemenea, ea mai presupune și mentalități adaptate: profesioniștii informării și documentării, mai ales cei care sunt în contact direct, permanent, cu utilizatorii, trebuie să privilegieze relațiile umane și de comunicare, să fie în mod constant informați asupra evoluțiilor culturale, economice și tehnologice ale societății, adică să promoveze imaginea unei activități și profesii care adoptă strategii analoge oricăror societăți, pentru a prelucra și a valida cea mai importantă materie primă a secolului al XXI-lea: informația.

Societatea informațională și-a pus amprenta și pe mediul concurențial care a înregistrat noi dimensiuni și direcții odată cu creșterea vitezei de circulație a informației și cu diversificarea metodelor de analiză a acesteia.

S-a intensificat caracterul agresiv al acțiunilor întreprinse în această zonă, accentul punându-se pe rapiditate, gândire analitico-sintetică, abilități manageriale, intuiție, capacitate de previziune etc.

Conceptul de veghe reprezintă un program/proces de colectare, analiză și diseminare a informațiilor externe care pot afecta planurile, deciziile și operațiile unei organizații, informații obținute din “surse deschise” și utilizând metode etice.

Veghea este atât un proces, cât și un produs, adică un set de informații pe baza cărora se iau decizii. Se inversează astfel tendința tradițională de a folosi cu prioritate date brute (în proporție de 80%), informații rezultate ca urmare a unei analize (15%) și produse cu valoare adăugată ridicată (analiză + validate) (5%), redirecționând-o spre produsele de informare cu valoare

adăugată: 55% veghea documentară (analiză și validare), 25% informații, 20% date brute.

Veghea contribuie la creșterea competitivității pe piață printr-o mai bună înțelegere a mediului concurențial și devine extrem de utilă din următoarele considerente:

- permite informarea permanentă și complexă a managerilor privind actorii de pe piața pe care evoluează, element vital atunci când ritmul afacerilor crește rapid;
- limitează supraîncărcarea cu informații; procesele de veghe au în vedere analiza informațiilor și delimitarea a ceea ce este important;
- este bine adaptată dezvoltării economiei globale; azi, derularea afacerilor nu mai este gândită în termenii granițelor geografice, iar produsele de veghe îi pot sprijini pe manageri în detectarea noilor competitori sau a celor care au intenția de a intra pe piață;
- contribuie la mărirea cotei de piață a organizației în detrimentul competitorilor în domeniile în care concurența actuală este foarte agresivă;
- ajută organizația să implementeze rapid deciziile politice luate sub presiunea opiniei publice;
- ajută organizația să facă față unor schimbări tehnologice rapide; monitorizarea schimbărilor tehnologice este vitală pentru supraviețuire – o inovație tehnologică poate constitui diferența între succes și eșec, poate determina creșterea sau diminuarea cotei de piață etc.

Societatea informațională se caracterizează printr-o infrastructură avansată care fluidizează fluxul informațional dar care este foarte vulnerabilă la atacuri.

Informația, în sensul larg al cuvântului (date, informații, produse cu valoare adăugată) a devenit un sector dominant în toate domeniile de activitate. Cine nu deține sau nu obține informații suficiente de repede și nu le prelucrează eficient dispare într-un mediu concurențial din ce în ce mai agresiv.

Valoarea informației reprezintă rezultatul combinării unor vectori: costul obținerii (achiziție, analiză, validare), cantitatea, avantajele pe care le poate aduce utilizarea ei, impactul asupra publicului-țintă, gradul de confidențialitate.

În companiile occidentale activitățile de veghe se desfășoară în mod diferențiat: la nivelul cel mai de jos sunt implicate activitățile de documentare ad-hoc reactive, ale căror eforturi se rezumă la citirea presei (generale și de specialitate) și la căutări online. La nivelul superior se află activitățile de veghe instituționalizate în companii, care au personal propriu și bugete substanțiale.

Un sondaj efectuat în mediile de afaceri a evidențiat că cele mai valoroase surse de informare sunt considerate în ordine: furnizorii și clienții (37%); publicațiile (35%); angajații (26%); experții (25%); Internet-ul (24%); conferințele (18%); bazele de date profesionale/comerciale (16%).

Aceste cifre arată că deși companiile care derulează activități de veghe sunt cele mai bine situate în plan competitiv în ultimul deceniu, mecanismele, procesele și tehnicile folosite în majoritatea companiilor sunt încă la un nivel primar în ceea ce privește structura surselor de informare folosite, cu consecințele de așteptat asupra rezultatelor economice.

Există evident și diferențe între practicarea activităților de veghe în Europa și în S.U.A., diferențe generate de disponibilitatea surselor guvernamentale, legislația privind protecția datelor, cultura informațională a managerilor, etc.

Ca și în cazul produselor de informare cu valoare ridicată, și noile profesii în informare și documentare au fost generate de contextul economiei al ultimilor 20 de ani caracterizat prin mondializare și globalizare. Actorii economici au fost obligați să pună la punct strategii de ajustare structurală care se bazau pe cunoștințe aprofundate privind ansamblul orientărilor pentru a putea garanta o evoluție aducătoare de profit.

Deci nevoia de informații fiabile, verificate, actuale și coroborate a condus companiile, în general organizațiile economice să apeleze la specialiști, buni cunoscători ai domeniului specific, familiarizați cu noile tehnologii ale informației, dar și cu metodele și tehnicile documentare sofisticate și de încredere, adică persoane care respectă un cod deontologic într-o lume în care atacurile concurenței sunt în multe cazuri sub limita legalității.

Studiile de analiza valorii au evidențiat în ultimii ani câteva mari zone ale nevoilor de informare într-o organizație economică, cu o ierarhie în mișcare, în funcție de respectiva organizație, la care un specialist în informare și documentare trebuie să răspundă și să decidă asupra valorii și pertinentei informațiilor regăsite.

Astfel, o primă categorie ar fi nevoile de informații de sprijin pentru buna desfășurare a activităților zilnice: inginerul, juristul, finanțistul trebuie să dispună foarte repede de un ansamblu de surse de informare interne sau externe organizației. Având în vedere costul ridicat al acestor surse și importanța lor, ele sunt gestionate în mod colectiv, accesul e informatizat, iar criteriul de selecție trebuie să fie fiabilitatea informației (pe baza ei se iau măsuri operative imediate) și actualitatea acesteia.

O a doua categorie ar fi nevoia de informații pentru asistarea deciziilor: informații diverse, complementare, multisectoriale și multidisciplinare prezentate la un moment dat. Soluția pentru obținerea

acestor informații nu mai este de natură tehnică (nici o rețea de informare automatizată nu permite luarea dintr-o dată a celei mai bune decizii!), ci organizațională sau umană.

Și, în sfârșit, o a treia categorie ar fi nevoia de informații de alertă sau de anticipare care să permită detectarea tendințelor și a factorilor care influențează mediul economic în care evoluează organizația respectivă. Activitatea de furnizare a acestui tip de informații – numite strategice fiindcă de ele depinde poziționarea pe piață respectiv competitivitatea unei întreprinderi – este una umană fiindcă implică evaluări, analize, sinteze, validări.

Dacă primul tip de nevoi poate fi satisfăcut chiar de către cel ce urmează să folosească informația, evident utilizând instrumente și echipamente informatice (rețele online sau CD-uri), ultimele două intră în atribuțiile unui specialist sau profesionist modern în informare.

Astăzi, datorită noilor tehnologii ale informării și comunicării, alături de modelul centralizat de gestiune a resurselor documentare, prezent fie într-o întreprindere fie într-un centru de documentare independent, se înregistrează o tendință netă de descentralizare pentru o mai mare apropiere între prestatorul de servicii documentare și clientul său principal. Această tendință a făcut posibilă apariția brokerilor de informații interni sau externi (în funcție de decizia întreprinderii de a-și internaliza sau externaliza funcția de informare), publici sau privați, generaliști sau specializați.

Dacă revenim la întrebarea “Mai este nevoie de profesioniști în informare astăzi?” putem răspunde liniștiți “Da”, chiar și fără să dăm imediat exemple de țări din Uniunea Europeană pe care dorim să le “ajungem” din urmă sau cu care încercăm din răspuțeri să ne aliniem, mai puțin când este vorba de informare și documentare.

Răspunsul afirmativ îl dau chiar utilizatorii, adică cei care ar trebui să decidă în mod legitim asupra șanselor de viitor a unei profesii care este în primul rând un serviciu oferit unei piețe.

Studiile desfășurate în străinătate, dar și în România, au arătat că utilizatorii nu sunt egali în ceea ce privește echipamentele informatice de acces la rețele; afinitățile pentru anumite instrumente de căutare și cunoașterea/experiența lucrului cu acestea.

Chiar dacă au înțeles importanța accesării unor surse cât mai variate de informare care favorizează o exhaustivitate relativă a informațiilor căutate, ei apelează la specialiștii în informare pentru validarea demersului lor: calitatea surselor exploatate, buna orientare a cercetării, verificarea informațiilor etc.

Statistic vorbind 55% dintre utilizatorii serviciilor de informare oferite de organisme specializate fac apel la un profesionist pentru a fi “depanați”

pe parcursul căutării sau chiar delegă integral procesul interogării, lucru explicabil prin dorința de a obține rapid informații, lipsă de timp sau preferința pentru contactul direct cu un specialist.

#### BIBLIOGRAFIE

- ACHARD, Pierre; BERNAT, Jean-Pierre.** *L'intelligence économique: mode d'emploi.* Paris: ADBS Editions, 1998.
- DAVENPORT, Thomas H.** *Information Ecology: mastering the information and knowledge environment.* Oxford University Press, 1997.
- GUICHARDAZ, P.; LOINTIER, P.; RISE, P.** *L'infoguerre. Strategies de contre-intelligence pour les entreprises.* Paris: Durod, 1999.
- MANDEAL, Rodica.** Un nou serviciu de informare cu valoare adăugată: Business Intelligence sau veghea strategică. În: *Studia Bibliologica Valahia, An IV-V* (2003-2004), Târgoviște: Editura Bibliotheca, 2004, p. 27-30.
- UNDERWOOD, Jim.** *Competitive Intelligence.* New York: Capstone Publishing, 2002.
- PORUMBEANU, Octavia-Luciana.** Un concept actual în activitatea de informare: veghea informațională. În: *Revista Română de Biblioteconomie și Știința Informării*, an I, nr. 2, 2005, pp. 29-33.