



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da informação
Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

GT 4: Gestão da Informação e do Conhecimento nas Organizações

Modalidade de apresentação: Pôster

A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO COMO CONDIÇÃO PARA CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO EM EMPREENDIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

Lourença Santiago Ribeiro

Universidade Federal do Paraná

Edelvino Razzolini Filho

Universidade Federal do Paraná

Resumo: A disseminação da informação é entendida como o ato de levar a informação ao usuário através de canais de comunicação apropriados, tem por fim a disponibilização de informações úteis. O trabalho está centrado no tripé: informação, conhecimento e economia solidária. É o resultado do primeiro contato com o segmento – economia solidária – escolhido para realização da pesquisa de mestrado Trata-se de uma pesquisa exploratória realizada na associação das padarias comunitárias fermento na massa, com sede no município de Curitiba que teve como objetivo, analisar a disseminação da informação segundo a perspectiva da transferência de informação em face à reconfiguração das ideias e a criação de conhecimento. A coleta de informação se deu através da realização de entrevista e da análise de documentos As informações coletadas mostram que: a associação depende de informações externas, a predominância da oralidade e a importância do acesso à informação para o desenvolvimento individual e coletivo.

Palavras-chave: Informação; Conhecimento; Disseminação Seletiva da informação; Economia Solidária.



1 INTRODUÇÃO

No Brasil, a década de 90 foi marcada por grandes mudanças políticas e estruturais que afetaram o cenário econômico. A abertura comercial, o início das políticas de privatizações, mudanças na legislação e controle da inflação são algumas das transformações que tiveram início nesse período. Para Souto, Valle e Carvalho (2002, p. 1), a rapidez com que se deu a abertura comercial no Brasil, desencadeou uma série de transformações no mercado do trabalho e no país causando uma significativa redução no número de postos de trabalho. Tal conjuntura culminou no ressurgimento do cooperativismo, dando origem ao campo da economia solidária.

O presente trabalho tem por objetivo analisar a disseminação da informação como condição para a criação do conhecimento em empreendimentos econômicos solidários a partir de um estudo de caso realizado na associação das padarias comunitárias fermento na massa. Para tanto foi analisada a importância da disseminação da informação, as práticas de disseminação de informação, temas/assuntos de interesse assim como os suportes e meios de comunicação mais utilizados na transmissão das informações geradas e adquiridas pela a associação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente trabalho baseia-se no tripé: informação, conhecimento e economia solidária, abrangendo as temáticas: papel da informação na criação do conhecimento, disseminação seletiva de informação e empreendimentos econômicos solidários.

2.1 INFORMAÇÃO

A palavra informação tornou-se popular logo após a invenção da imprensa no século XV, quando o normal era lançar mão de uma palavra do latim para expressar uma nova idéia. (McGARRY, 1999, p. 3)

Dentre as definições encontradas na literatura, o presente trabalho adota a apresentada por McGee e Prusak (1994, p. 23-24), que refere-se a informação como “dados coletados, organizados, ordenados, aos quais são atribuídos significados e contexto”. Os autores dizem ainda que a informação com assim como a beleza depende do olhar do observador.



Sobre o papel da informação na criação do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (2008, p. 56) dizem que “a informação proporciona um novo ponto de vista para interpretação de eventos ou objetos que torna visíveis os significados previamente invisíveis ou ilumina conexões inesperadas”. Para os autores a informação acrescenta ou reestrutura o que já sabemos, formando um novo conhecimento..

Nonaka e Takeuchi (2008, p. 56) entendem que “a informação é um fluxo de mensagem, enquanto o conhecimento é criado pelo fluxo de informação, ancorado nas crenças e no compromisso de seu portador”. Esse entendimento do processo de criação do conhecimento reforça a idéia de que o conhecimento é resultado da interação e da ação do ser humano.

2.2 DISSEMINAÇÃO SELETIVA DE INFORMAÇÃO

A disseminação da informação pode ser entendida como o ato de levar a informação ao usuário por meio de canais de comunicação. Sobre disseminação de informação, Lara e Conti (2003, p.1) dizem:

Disseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição. A noção de disseminação é comumente interpretada como equivalente à de difusão, ou mesmo de divulgação. Assume formas variadas, dirigidas ou não, que geram inúmeros produtos e serviços, dependendo do enfoque, da prioridade conferida às partes ou aos aspectos da informação e dos meios utilizados para sua operacionalização. Em sua base existe um centro difusor – o produtor –, que, a despeito do controle exercido sobre o que é disponibilizado, não tem garantias quanto aos usuários atingidos, ao sucesso das operações de divulgação e à aplicação efetiva das informações.

O objetivo principal da disseminação de informação é oferecer informações úteis ao usuário. Segundo Lara e Conti (2003, p. 7) a maior dificuldade dos serviços de disseminação de informação está relacionada à definição do termo utilidade e a identificação das reais necessidades informacionais do usuário. Para as autoras, é preciso criar condições para facilitar o fluxo de informações e propiciar a criação do conhecimento, Para tanto, faz-se necessário observar a linguagem utilizada na codificação da mensagem, os meios utilizados para transmissão de informações e está atento para o contexto e os elementos que influenciará na atribuição de significados.

Davenport e Prusak (2002, p.191) destacam a importância da distribuição da informação, e dizem tratar-se de uma etapa importante do processo de gerenciamento de informação e envolve a identificação dos meios adequados a cada situação, a



identificação e caracterização de pessoas, setores e segmentos que devem receber determinadas informações. Barreto (2005, p. 9) complementa dizendo que o processo de gerenciamento de informação, só faz sentido quando a informação é assimilada pelo receptor, ou seja, quando existe uma apropriação da informação por parte do indivíduo. Reforçando a idéia de Lara e Conti (2003) que enfatiza a importância de conhecer bem o usuário (ou potencial) da informação e assim ser mais assertivo no que se propõe, disponibilizar informações que sejam assimiladas/apropriada pelos usuários e atendam suas reais necessidades.

2.3 CONHECIMENTO

Segundo Drucker (1999, p. 11) Sócrates, porta-voz de Platão, afirmava que a principal função do conhecimento era o desenvolvimento intelectual, moral e espiritual de cada indivíduo. Já para Protágoras o conhecimento estava relacionado à expressão do que se sabe. Para Protágoras a principal finalidade do conhecimento era capacitar as pessoas para expressar o que sabiam.

Davenport e Prusak (1998, p.6) definem conhecimento como:

Uma mistura fluida de experiência condensada, valores, informação contextual e experimentado, a qual proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações. Ele tem origem e é aplicado na mente dos conhecedores. Nas organizações, ele costuma estar embutido não só em documentos repositórios, mas também em rotinas, processos, práticas e normas organizacionais.

A definição apresentada por Davenport, elucida que "o conhecimento não é puro nem simples", trata-se de um composto de variados elementos. É fluido, formalmente estruturado e intuitivo, trata-se de algo difícil de representar com palavras. O autor defende que o conhecimento está dentro das pessoas, caracteriza-se como ativo e é difícil de ser identificado. (DAVENPORT e PRUSAK 1998, p. 7)

2.4 ECONOMIA SOLIDÁRIA

A economia solidária remonta as lutas históricas dos trabalhadores. Surgiu em meados do século XIX, sob a forma de cooperativismo, apresentando-se como uma forma de resistência ao avanço do capitalismo industrial e tudo que ele representava. "No Brasil, ela surge no final do Século XX como resposta dos trabalhadores às novas formas de exclusão e exploração no mundo do trabalho". (BRASIL, 2010)



A emergência da economia solidária no Brasil na década de 90 levou a criação de diferentes grupos que adotaram essa prática produtiva. Os empreendimentos econômicos solidários estão organizados em grupos informais, associações e cooperativas e estão presentes nos setores primários, secundários e terciários da economia (agricultura, indústria e serviço). (BEZERRA, et al, 2008, p.24)

A economia solidária pode ser definida como um conjunto de ações desenvolvidas pela sociedade civil, visando à produção de bens e a prestação de serviços a partir da organização, da cooperação, do exercício da democracia, da distribuição dos lucros obtidos coletivamente, da valorização das pessoas e das relações sociais estabelecidas dentro do empreendimento. (ANTEAG, 2004, p. 47).

Para Singer (2002, p. 10) trata-se de outro modelo de produção, que está pautado nos princípios de coletividade e liberdade individual. “A aplicação desses princípios une todos os que produzem numa única classe de trabalhadores que são possuidores de capital por igual em cada cooperativa ou sociedade econômica.”

3 METODOLOGIA

O estudo é resultado do primeiro contato com o segmento – economia solidária – escolhido para realização da pesquisa de mestrado. Consta de um levantamento teórico sobre os temas: informação, disseminação, conhecimento e economia solidária, e da coleta de informações realizada através de uma entrevista estruturada e da análise de documentos da associação. Trata-se de uma pesquisa exploratória que proporciona a aproximação e uma visão geral de um fato ou problema de estudo. (GIL, 1999, p. 43)

A entrevista realizada permitiu a análise das práticas, serviços e meios utilizados para disseminação de informação, além de comprovar a importância da disseminação para a criação do conhecimento e para o desenvolvimento do empreendimento.



4 RESULTADO DA PESQUISA

4.1 AMBIENTE PESQUISADO

As padarias comunitárias de Curitiba e Região Metropolitana vêm construindo sua história a partir de 1996. Existem hoje em Curitiba e Região Metropolitana, vinte e uma padarias comunitárias e duas cozinhas industriais, envolvendo em média 120 pessoas, sendo que a maioria dos membros/associados são mulheres, mães, donas de casa, que estavam desempregadas, cursaram apenas o primeiro grau e já participavam de algum grupo comunitário. O trabalho desenvolvido pela associação e pelos membros da associação busca a inclusão social, a geração de emprego e renda e a construção de um mundo melhor.

Além dos temas relacionados à alimentação - matéria prima, técnicas, processos, equipamentos e segurança alimentar – o grupo tem interesse em temas relacionados a meio ambiente, cidadania, direitos humanos, educação, política e fé.

4.2 ANALISE DOS RESULTADOS

A entrevista e a análise de documentos evidenciaram que o acesso à informação é essencial para o desenvolvimento individual e coletivo, para a melhoria dos produtos e processos e para o exercício da cidadania. Constatou-se que apesar da associação produzir informações importantes relacionadas a processo de produção, matéria prima entre outros, ela é dependente de informações externas. Verificou-se também, que a associação pesquisada não estrutura as informações adquiridas e ou produzidas, o que gera desperdício e ou retrabalho para o grupo.

Confirmado a importância e a necessidade da disseminação da informação, faz-se necessário identificar e caracterizar o público-alvo e os assuntos de interesse. Sobre o público-alvo, ele pode ser interno ou externo a associação. O público interno é composto pelos membros/associados, sendo que a maioria são mulheres, mães, donas de casa, que estavam desempregadas, cursaram apenas o primeiro grau e já participavam de algum grupo comunitário. Já o público externo, é composto por moradores do bairro e participantes das comunidades.

A disseminação de informação entre o público interno é feita através de conversas informais, reuniões, cursos e eventos, predominando a oralidade. Já a disseminação de



informação para o público externo, que poderia ser utilizada como mecanismo de atribuição de valor aos produtos ofertados e para a disseminação dos valores e princípios defendidos e cultivados nos empreendimentos é negligenciada ou subutilizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal da disseminação da informação é disponibilização e a assimilação da informação, podendo ser utilizada de forma estratégica para a formação do indivíduo, do grupo e da sociedade. Para tanto, faz-se necessário caracterizar as pessoas e ou público alvo a fim de definir, meios, suportes, assuntos e linguagens mais apropriadas e que proporcionaram a assimilação da informação.

O acesso físico e cognitivo à informação permite um novo olhar do indivíduo sobre problemas, fatos e ou acontecimentos, permitindo uma nova interpretação. Sendo assim, a informação é sempre um ponto de partida para um novo parecer. A informação apresenta-se como elemento libertador, torna as pessoas mais críticas, leva-as a um novo estado.

Quanto à cultura da oralidade, observada no grupo, infere-se que ela corrobora para a não estruturação das informações recebidas, além de aumentar a possibilidade de manipulação de tais informações.

E, por fim, a disseminação da informação apresenta-se como um mecanismo que potencializa a comercialização dos produtos, a promoção dos princípios defendidos e cultivados pelo grupo, promove a criação de conhecimento entre os membros e entre as pessoas que tem contato com os empreendimentos de economia solidária, permitindo que as pessoas desenvolvam um novo olhar sobre a sociedade e sua organização econômica e social. .

6 REFERÊNCIAS

ANTEAG - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES E EMPRESAS DE AUTOGESTÃO E PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA. **Autogestão e economia solidária: uma nova metodologia**. Brasília: MTE, 2004.

BEZERRA, A et al. **Ousar a solidariedade**: partilha de práticas de economia social e solidária no Brasil e no Quebec. Brasília, 2008.



XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da informação
Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretária de Economia Solidária. **Economia Solidária**. Disponível em: < http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_default.asp>. Acesso em: 01/07/2010.

DAVENPORT, T; PRUSAK, L. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 5. ed. São Paulo: Futura, 2002.

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1999.

DAVENPORT, T; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Ed. Campus. 1998.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1991

LARA, M. L. G.; CONTI, V. L. Disseminação da informação e usuários. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 17, n. 3-4, p. 26-34, 2003

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

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

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. 3 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

SOUTO, L. A.; VALLE, R.; CARVALHO, M. L. M de. Entendendo a autogestão no Brasil. In **ENEGEP**, 2002, Curitiba.