



GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

ISSN: 2177-3688

GESTÃO DO CONHECIMENTO: USO ESTRATÉGICO DOS EVENTOS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO

KNOWLEDGE MANAGEMENT: STRATEGIC USE OF EVENTS AS SOURCES OF INFORMATION

Adélia Caroline Félix Alves – Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

Andrew Beheregarai Finger - Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: a pesquisa tem como cerne investigar o papel que os eventos podem desempenhar ao serem utilizados como fontes de informação para a geração do conhecimento organizacional. Durante o processo de gestão de seus recursos, as organizações identificam suas fontes de informações e as utilizam como ferramentas estratégicas. Ante a multiplicidade de fontes, os eventos podem emergir como possibilidade para as organizações. Tem-se como objetivo analisar o uso estratégico das fontes de informação para a Gestão do Conhecimento, sob a perspectiva do papel desempenhado pelos eventos. Como abordagem metodológica, a investigação emprega o enfoque qualitativo, é descritiva e seus dados são analisados indutivamente. Seu método consiste em um estudo de caso múltiplo focado em compreender a dinâmica que envolve os eventos no contexto organizacional. Para tal, quatro organizações alagoanas serão objeto de estudo da pesquisa. Espera-se, como resultado, elucidar a função e a relevância dos eventos no contexto da GC e explanar acerca de seu papel estratégico na geração do conhecimento organizacional. A pesquisa traz contribuições demonstrando como os eventos atuam na prática organizacional e o papel estratégico que assumem quando orientados ao conhecimento. Conclui-se, portanto, ressaltando que os eventos desempenham um relevante papel como fontes de informação para as organizações, fomentando o desenvolvimento de pesquisas futuras.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento; fontes de informação; eventos; organizações.

Abstract: The research aims to investigate the role that events can play when used as sources of information for generating organizational knowledge. During the process of managing their resources, organizations identify their sources of information and use them as strategic tools. Given the multiplicity of sources, events can emerge as a possibility for organizations. The aim is to analyze the strategic use of information sources for Knowledge Management, from the perspective of the role played by events. As a methodological approach, the research uses a qualitative approach, is descriptive and its data is analyzed inductively. Its method consists of a multiple case study focused on understanding the dynamics surrounding events in the organizational context. To this end, four organizations from the state of Alagoas will be studied. As a result, it is hoped to elucidate the role and relevance of events in the context of KM and to explain their strategic role in generating organizational knowledge. The research makes contributions by demonstrating how events act in organizational practice and the strategic role they play when they are knowledge-oriented. It therefore concludes by pointing out that events play an important role as sources of information for organizations, encouraging the development of future research.

Keywords: Knowledge Management; sources of information; events; organization.

1 INTRODUÇÃO

A Gestão da Informação (GI), conforme destacam Dutra e Barbosa (2020), teve sua relevância conquistada gradativamente, evoluindo de um requisito burocrático para ter seu reconhecimento como um ciclo de atividades estratégicas nas organizações. Para Araújo (2014), as organizações perceberam que o maior recurso não estava nas informações já conhecidas, mas no conhecimento que cada indivíduo nas organizações possui, os quais poderiam ser gerenciados e convertidos em novos conhecimentos.

Neste tocante, emerge a Gestão do Conhecimento (GC), destacando a importância do conhecimento pessoal, abrangendo, questões focadas na criação de processos e comportamentos que possibilitem a criação e o compartilhamento de conhecimentos dentro das organizações. Para Davenport e Prusak (1998), a GC identifica as potencialidades das organizações e sua capacidade de gerar novos conhecimentos com o foco em obter vantagem competitiva e acessar mais amplamente as informações organizacionais. Essas informações, posteriormente transformadas em conhecimentos, tem origens diversas dentro das organizações, ou seja, possuem múltiplas fontes.

As fontes de informação são conceituadas por Ponjuán Dante (2004, p.24, tradução nossa) como “[...] todo objeto ou sujeito que gere, contenha, forneça ou transfira informação”. Uma vez identificadas, conforme Rodrigues e Blattmanm (2014), a fim de que possam ser utilizadas estrategicamente para gerar conhecimento é preciso reconhecer sua importância e definir políticas em torno do seu papel. Nesse sentido, os eventos, compreendidos por Cesca (2008) como um acontecimento planejado pelas organizações, configuram-se como um canal utilizado para comunicar determinados assuntos, para públicos determinados e com fins pretendidos. Sendo assim, no contexto elencado por essa pesquisa, compreende-se que os eventos incorporam funcionalidades substanciais para as organizações, tendo em vista seu potencial papel como fonte de informação, considerando sua atuação na geração, veiculação e divulgação de informações e de conhecimentos.

Dessa forma, objetiva-se analisar como os eventos podem ser utilizados estrategicamente na GC das organizações, a fim de possibilitar a criação de conhecimento organizacional. O presente estudo busca, portanto, contribuir para a ampliação de estudos sobre a temática no campo da Ciência da Informação e possibilitar às organizações, que utilizem os conceitos elencados para aprimorar seus processos internos.

2 GESTÃO DO CONHECIMENTO

De acordo com Choo (2003), a gestão de uma organização orientada ao conhecimento tem como objetivo o uso estratégico de seus recursos para proporcionar o aumento de sua eficiência e de sua qualidade, gerenciando suas informações e transformando-as em conhecimento. A GC emerge da busca dos resultados e empenha-se para que a organização possa atingi-los com o gerenciamento de suas informações. Para Dutra e Barbosa (2020, p. 108) “[...] passou-se a reconhecer a informação como um recurso estratégico, uma fonte de vantagem competitiva para garantir a sobrevivência da empresa”. Davenport e Prusak (1998) afirmam que GC inclui a identificação das potencialidades da organização, a geração de novos conhecimentos e o acesso amplo às informações organizacionais. Além disso, tem como objetivo alcançar o conhecimento no momento certo, com as pessoas certas, ajudando os indivíduos a transformarem informação em ação.

Logo, a GC, de acordo com Costa (2003), implica em considerar o ser humano como fonte geradora do conhecimento: promovendo o desenvolvimento de novos conhecimentos; facilitando o acesso a informações e a comunicação entre os indivíduos; e disponibilizando novos ambientes para o desenvolvimento de aprendizados. Para Valentim (2010, p. 247), a GC “[...] relaciona-se ao meio pelo qual são trabalhados os fluxos informacionais da organização de modo a extrair deles novos conhecimentos, ou seja, [...] visa trabalhar o capital intelectual das organizações”. Isto posto, cada organização, a partir da complexidade de seu ambiente, busca os meios para potencializar seus recursos informacionais.

Carvalho e Nassif (2020) destacam que o que acontece nos ambientes organizacionais pode ser identificado e gerenciado ao observarem-se as interações cotidianas que ocorrem entre os indivíduos. Para Lira e Duarte (2020, p.74), “[...] o conhecimento é construído em uma organização pelos indivíduos que detêm um arcabouço de conhecimentos, uma visão de mundo e nutrem-se de novas informações, construindo novos conhecimentos”.

Partindo do pressuposto de Nonaka e Takeuchi (1997), de que a criação do conhecimento organizacional se dá por meio da interação entre conhecimento tácito e explícito, compreende-se, portanto, que esses conhecimentos se complementam e a criação do conhecimento se dá por meio de processos de interação. Os autores propõem quatro modos de conversão do conhecimento organizacional, são eles: 1) socialização, na qual ocorre a conversão de conhecimento tácito em conhecimento tácito; 2) externalização, onde o conhecimento tácito é convertido em conhecimento explícito; 3) combinação, no qual se

converte conhecimento explícito em conhecimento explícito; 4) e, por fim, internalização, na qual a conversão se dá do conhecimento explícito para o conhecimento tácito.

À vista disso, faz-se necessário às organizações um profuso entendimento de quais são suas condições capacitadoras, seus recursos informacionais e, inclusive, quais são suas fontes de informação, para que as mesmas possam ser utilizadas na criação de ambientes para possibilitar que as conversões do conhecimento aconteçam no âmbito organizacional. Nesse sentido, a identificação e o uso estratégico das fontes de informação, mais precisamente, dos eventos, configuram-se como aliados estratégicos e vitais para que ocorra a geração de conhecimento organizacional.

2.1 Os eventos como fontes de informação organizacional

De acordo com Araujo e Fachin (2016, p. 83), fonte de informação “[...] pode ser qualquer coisa que tem a característica de informar algo para alguém, por esse motivo é abrangente a sua aplicação”. Ponjuán Dante (2004) esclarece que fontes de informação são quaisquer objetos e/ou indivíduos que geram, contenham, forneçam ou transfiram informações. Dutra e Barbosa (2020, p. 109), refletem que “[...] a farta disponibilidade de informações não assegura, em si, que elas sejam efetivamente valiosas para seus usuários”.

Para Choo (2003), o indivíduo escolhe a informação ao perceber que existe uma relação significativa entre o conteúdo da mensagem e a tarefa que ele tem em mãos. Essa relação é, portanto, percebida e determinada pelo indivíduo com base em seu conhecimento e sua rede de referências, assim como o conteúdo e a forma da mensagem. De maneira semelhante, os eventos são baseados na capacidade de vincular os indivíduos e a organização, possibilitando o compartilhamento de informações, a geração de ideias e a criação de conhecimento.

Um evento pode ser compreendido como “[...] a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público de interesse” (CESCA, 2008, p. 20). Em suma, é possível conceituá-lo como um acontecimento previamente planejado, que ocorre em determinado local e tempo, para comunicar um determinado assunto, possibilitando a integração, o envolvimento e a mobilização de determinados públicos organizacionais com fins pretendidos e objetivos estrategicamente definidos pelas organizações.

Conforme afirmam Farias e Gancho (2014, p. 28), os eventos se configuram como uma das principais ferramentas de comunicação para as organizações, tendo em vista que abarcam

os fluxos e processos de comunicação entre seus públicos e a organização, contudo “é preciso que os eventos sejam concebidos de maneira estratégica”. A utilização dos eventos como fontes de informação estratégicas pode se configurar como um importante recurso para a construção do conhecimento organizacional. O uso e o compartilhamento das informações e do conhecimento armazenados por uma organização de forma efetiva e eficaz, por meio da realização de eventos, pode, de fato, transformá-la em uma organização do conhecimento. A fim de compreender como se dá a realização dos eventos na prática organizacional, o tópico seguinte explanará acerca do desenvolvimento desta investigação.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa emprega, em sua abordagem metodológica, o enfoque qualitativo, na qual o processo e seus significados apresentam-se como a essência desta investigação. Seu método consiste em um estudo acerca dos conceitos de GC, fontes de informação e eventos, buscando compreender o contexto organizacional nos quais estão inseridos, bem como a investigação sobre como esses fenômenos ocorrem e as características das organizações aos quais pertencem.

Trata-se de um estudo descritivo acerca do papel desempenhado pelos eventos em organizações públicas e privadas do estado de Alagoas, correspondendo ao principal objetivo de analisar como os eventos podem ser utilizados estrategicamente na GC das organizações, a fim de possibilitar a criação de conhecimento organizacional. Constitui-se ainda como exploratória porque busca desenvolver, esclarecer e ampliar conceitos e ideias, explicitando o tema proposto e aprimorando as ideias elencadas na pesquisa.

Quanto aos procedimentos, foi realizado um estudo de casos múltiplos, buscando entender fenômenos indissociáveis do seu contexto e em contextos organizacionais diferentes. A pesquisa se delimitou às organizações localizadas no estado de Alagoas, que fazem parte do primeiro setor e do setor privado. Foram selecionadas as organizações consideradas relevantes em seus âmbitos de atuação e que possuem em seus organogramas setores ou departamentos responsáveis diretamente pela realização de eventos. A pesquisa se limita ao quantitativo de quatro organizações: a) Governo do estado de Alagoas; b) Câmara Municipal de Maceió; c) Sebrae Alagoas; d) Centro Universitário Cesmac.

Para os fins pretendidos, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, cuja técnica permite o desenvolvimento de uma relação mais próxima com o entrevistado e sua realidade. Foram realizadas a coleta, as análises, a interpretação e a discussão dos dados coletados.

Como técnica para análise de dados utilizou-se a análise de conteúdo, tendo em vista que se trata de “[...] uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador” (SILVA; FOSSÁ, 2015, p. 2).

O roteiro da entrevista foi dividido em categorias, baseadas nos processos de GI e GC. As categorias são: a) Necessidade de informação; b) Fontes de informação; c) Organização e uso da informação; d) Compartilhamento da informação; e) Criação de novos conhecimentos; e f) Armazenagem e recuperação da informação. Em seguida, é realizada a representação dos dados, através da elaboração de tabelas, quadros e gráficos, a validação dos dados e a análise dos resultados. Por conseguinte, finalizados os procedimentos metodológicos, a pesquisa apresentou os resultados e as discussões explanadas a seguir.

3 ANÁLISE, RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com uma amostragem de quatro entrevistados, representando suas respectivas organizações, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com a finalidade de compreender o papel desempenhado pelos eventos e como eles atuam nas diversas realidades organizacionais. Para melhor compreensão e análise dos dados, as questões do roteiro da entrevista foram divididas em categorias (Quadro 1).

Quadro 1 – Resumo do perfil dos entrevistados

Organização:	Graduação:	Nível de escolaridade:	Cargo ocupante:
Governo de Alagoas	Relações Públicas	Pós-graduação (Lato senso)	Coordenador de Cerimonial
Câmara Municipal de Maceió	Publicidade e Propaganda	Graduação	Assessora de Cerimonial e Eventos
Sebrae Alagoas	Relações Públicas	Pós-graduação (Lato senso)	Gerente adjunto de Marketing e Comunicação
Centro Universitário Cesmac	Turismo	Pós-graduação (Stricto sensu)	Gestora de Marketing

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

3.1 Categoria: Necessidade de Informação

Capurro e Hjørland (2007, p.187), afirmam que “[...] na prática, contudo, informação deve ser definida em relação às necessidades dos grupos-alvo servidos pelos especialistas em informação, não de modo universal ou individualista, mas, em vez disso, de modo coletivo ou particular”. Nesse sentido, questionou-se sobre como é avaliada a necessidade de realização de um determinado evento pela organização.

O entrevistado do Governo de Alagoas ressaltou que a realização de um evento emerge da necessidade de publicizar as ações realizadas pela administração estadual. Além

disso, existe a obrigatoriedade da prestação de contas à sociedade. Na Câmara Municipal de Maceió a necessidade emerge do interesse dos parlamentares, no caso das sessões solene, e da sociedade em geral, no que se refere às audiências públicas. O caso do Sebrae Alagoas demonstra que as necessidades para a realização de eventos são diversas e surgem de diferentes perspectivas e de diversos clientes, dentre os quais estão os empreendimentos e os empresários atendidos pela organização. No Cesmac, a identificação das necessidades de eventos é determinada a partir do planejamento pedagógico dos cursos ofertados pela instituição e do cronograma de campanhas de marketing programados anualmente.

Diante do exposto, observa-se, por meio das respostas obtidas, que as demandas, em termos gerais, emergem das necessidades de gestores hierárquicos, de grupos ou setores das organizações, bem como de reivindicações dos públicos abrangidos por cada uma delas. No caso das organizações públicas, destaca-se a demanda significativa da sociedade em geral, a qual requisita e emite suas prioridades para os órgãos, pautando-os de suas necessidades. Nas organizações do setor privado, observa-se a priorização das demandas de seus clientes, alinhadas com os objetivos específicos das organizações.

3.2 Categoria: Fontes de informação

Para Choo (2003, p. 31), as ações de uma organização “[...] baseiam-se numa compreensão correta de seu ambiente e de suas necessidades, e são alavancadas pelas fontes de informação disponíveis e pela competência de seus membros”. Dessa forma, os entrevistados foram questionados acerca de quais fontes são utilizadas para aquisição das informações necessárias para realização dos seus eventos.

No Governo de Alagoas, as principais fontes de informação são os membros da organização, tendo em vista que é a partir deles que surgem as primeiras informações que determinam a realização de um evento. Para a Câmara Municipal de Maceió, a primeira fonte de informação advém dos documentos publicados, através do Decreto Legislativo e dos requerimentos protocolados, em seguida, busca-se nos propositores ou requerentes, as informações necessárias. No caso do Sebrae, as primeiras informações são fornecidas pelos clientes, por conseguinte, o entrevistador enumerou como fontes de informações, os colegas das unidades envolvidas, funcionários de unidades em outros Estados e pesquisas na internet. No Cesmac, as principais fontes de informação para os eventos institucionais são os integrantes da direção e das coordenações dos cursos, a partir das informações fornecidas por esses membros da instituição, a formatação dos eventos começa a ser iniciada.

Ao analisar as fontes de informação consultadas pelos entrevistados para viabilizar a realização dos eventos, constatou-se que a relevância nas informações fornecidas pelos membros da própria organização. Ademais, os documentos publicados internamente se apresentam como fontes confiáveis para consulta, assim como os clientes da organização, responsáveis pela proposição ou solicitação dos eventos. Observou-se também a menção de organizações parceiras, destacando a importância do compartilhamento de informações entre organizações. Os entrevistados mencionam ainda as pesquisas na internet e as legislações específicas como fontes de informação relevantes para a realização de eventos (Quadro 2).

Quadro 2 – Fontes de informação para realização dos eventos

Item:	Fontes de informação
01	Membros da organização / Colegas de trabalho
02	Documentos disponibilizados internamente
03	Clientes da organização
04	Organizações parceiras
05	Pesquisas na internet
06	Legislações específicas

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Em seguida, os entrevistados foram perguntados de que forma os eventos podem ser utilizados como fontes de informações para os públicos. O representante do Governo de Alagoas afirmou que os eventos são importantes, porque funcionam como canal de informações direto entre a gestão e os cidadãos. Para a entrevistada da Câmara Municipal de Maceió, os eventos são uma fonte importante de informação para os públicos, tendo em vista que levam ao conhecimento da população temas relevantes. No caso do Sebrae Alagoas, o entrevistado destaca que, por meio dos eventos, os públicos de interesse da organização são conectados, capacitados e informados para melhor desempenhar suas funções. A representante do Cesmac ressaltou que os eventos são canais de informação e conhecimento para os públicos, tendo em vista que a organização busca, por meio dos eventos, compartilhar informações e conhecimentos relevantes com seus participantes.

Portanto, os eventos se apresentam na prática das organizações como fontes de informação, destacando-se por desempenhar um papel importante como canal de comunicação com seus públicos. Conforme afirmam Farias e Gancho (2014, p. 27), “[...] o evento não alcança sucesso se não conseguir dialogar com o público presente”.

3.3 Categoria: Organização e uso da informação

Para que um evento se configure como uma fonte de informação, faz-se necessário que as informações por ele compartilhadas sejam devidamente estruturadas e orientadas para o uso estratégico. Dessa forma, questionou-se aos entrevistados como se dá o processo de organização da informação adquirida nas etapas anteriores para que haja a produção de novas informações, culminando na realização de um evento.

O entrevistado do Governo de Alagoas evidenciou que o processo de organização das informações resulta na produção do roteiro do evento, através da confecção do script com todos os passos detalhados. Na Câmara Municipal de Maceió, após a construção do checklist com as informações iniciais recebidas e informações adicionadas durante o planejamento, é confeccionado o script do evento. No Sebrae Alagoas, as informações são recepcionadas inicialmente por meio de plataformas internas, a partir dessa etapa se utilizam as informações necessárias para posicionar os eventos conforme os interesses da organização. No Cesmac, as informações captadas são organizadas internamente, através de plataformas virtuais, e utilizadas conforme os objetivos da organização e dos eventos propostos (Quadro 3).

Quadro 31 – Organização e uso das informações na realização de eventos

Organização da informação	Plataformas digitais; Aplicativos de mensagens; Confecção de roteiros e <i>scripts</i> ; Seleção das informações;
Uso estratégico da informação	Adaptação das tipologias; Adequação do formato ao público; Definição do conteúdo alinhado com os objetivos da organização;

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Dadas às explanações acima, observa-se que as informações são inicialmente organizadas por meio de plataformas que assumem o papel de suportes informacionais. Essa organização prévia possibilita que o passo seguinte seja planejado e pensado de forma mais estratégica, a partir de ponderações acerca do tipo ideal de evento, do formato que possibilite uma experiência melhor aos públicos, bem como do alinhamento aos objetivos das organizações. Conforme Barbosa (2008, p.8), “uma informação é considerada relevante quando é necessária e útil para o alcance dos objetivos e metas da organização”.

3.4 Categoria: Compartilhamento da informação

Por conseguinte, os entrevistados foram questionados sobre como se dá o processo de compartilhamento e/ou disseminação das informações por meio dos eventos realizados pela organização e ainda como é feita a escolha do público-alvo.

O entrevistado do Governo de Alagoas relatou que o compartilhamento estratégico de informações através de eventos é um recurso muito utilizado, tendo em vista que se trata de um momento propício para informar *in loco* à população acerca de assuntos que impactam diretamente na vida delas, além disso cada informação a ser compartilhada é planejada e pensada previamente. No que se refere aos eventos da Câmara Municipal de Maceió, o amplo compartilhamento das informações é previsto por regimento interno e por lei, destacando-se o fato de que todos os eventos, ou seja, audiências públicas e sessões solenes, são televisionados pela TV Câmara, possibilitando o alcance de toda a sociedade.

Para o entrevistado do Sebrae Alagoas, o compartilhamento de informações se inicia já na fase de planejamento, tendo em vista que múltiplas equipes/núcleos tem acesso às informações que serão disseminadas por um evento e já começam a desempenhar o papel de propagadores. Ademais, os públicos são selecionados conforme os objetivos pretendidos. O Cesmac, conforme a entrevistada, realiza, por meio dos eventos, sua principal função: compartilhar informações e conhecimentos. Decerto, cada tipo de evento leva um tipo diferente de informação para os seus públicos, tendo em vista as especificidades de cada área e os públicos envolvidos, que são expostos à informações que dialogam com seu perfil.

Compreende-se, portanto, que o compartilhamento e/ou disseminação de informações através dos eventos é uma prática importante para possibilitar a comunicação das organizações com seus públicos, é possível perceber benefícios como aumento da eficiência, alinhamento das equipes internas, aproximação dos públicos e melhor comprometimento no alcance dos objetivos da organização. Para Choo (2003, p. 414), “[...] a distribuição da informação é o processo pelo qual as informações se disseminam pela organização, de maneira que ‘a informação correta atinja a pessoa certa no momento, lugar e formato adequados’”. Ao compartilhar informações através dos eventos, possibilita-se à organização a aproximação, a construção de relacionamentos e a abertura de um canal de comunicação com seus públicos.

3.5 Categoria: Criação de novos conhecimentos

Em que pese o fato a afirmação de Choo (2003, p. 30) de que “[...] o conhecimento reside na mente dos indivíduos, e esse conhecimento pessoal precisa ser convertido em conhecimento que possa ser partilhado e transformado em inovação”, perguntou-se como os eventos podem proporcionar um ambiente para a criação de conhecimento.

De acordo com o entrevistado do Governo de Alagoas, os eventos do Poder Executivo Estadual são de utilidade pública, seu principal interesse é levar benefícios para a população e uma dessas benfeitorias é proporcionar o acesso a informações e conhecimentos, para que possam usufruir posteriormente do que fora compartilhado. O entrevistado reforçou que os eventos propiciam um ambiente de *networking*, aproximando agentes públicos entre si e com a população, possibilitando diálogos e trocas de conhecimento, assim cada evento impacta de uma forma diferente a vida das pessoas e traz consigo resultados diversos.

Para a entrevistada da Câmara Municipal de Maceió, os eventos realizados pela organização proporcionam aprendizados tanto para os proponentes e convidados, quanto para a sociedade em geral. Os esclarecimentos prestados, nas sessões e nas audiências, têm como intuito discutir pautas relevantes sob diversos pontos de vistas, levantando questionamentos e trazendo respostas. Após a realização dos eventos, de acordo com o nível de repercussão e apelo popular, novos caminhos podem ser tomados pelos parlamentares e/ou novas demandas podem emergir da sociedade, alterando os rumos.

O entrevistado destacou que o Sebrae possui diversos clientes em todo o Estado, com vários portes de empreendimentos, os quais tem acesso à conteúdos relevantes e são apresentados a novas tecnologias constantemente, tendo sempre a oportunidade de se capacitarem por meio de novos aprendizados. Além do acesso a novos conhecimentos proporcionado pela organização, os eventos possibilitam momentos de aprendizado através do *networking*. Ele destacou que a organização nunca termina um evento sendo a mesma, tendo em vista que os eventos promovem um espaço de conhecimento múltiplo e cíclico para os clientes e também para os colaboradores e para a própria organização.

Para a entrevistada do Cesmac, a criação de novos conhecimentos é o principal objetivo de sua existência. A realização de eventos é pautada em fomentar e possibilitar que novos conhecimentos surjam, funcionando como uma extensão da sala de aula, com o foco em orientar seus públicos ao conhecimento. A entrevistada destacou que há um fluxo contínuo de resultados provenientes de eventos, os quais beneficiam os públicos internos, à organização como um todo e também resultam em benefícios para a sociedade.

Como observado, os eventos criam ambiente transformadores tanto para a organização, quanto para os públicos envolvidos e participantes de sua realização. Observa-se, a partir das respostas dos entrevistados, que a mudança oriunda do conhecimento compartilhado nos eventos é notória e traz resultados reais para as organizações. De acordo

com Lira e Duarte (2020, p. 17), à GC se torna possível “[...] por meio de capacitadores, de favorecimento de ambientes propícios onde o conhecimento floresce, por meio de práticas e de instrumentos que proporcionem a criação e a transformação de novos conhecimentos”.

De fato, os eventos demonstraram se caracterizar como ambientes propícios para a criação do conhecimento organizacional, tendo em vista que, conforme coletado nas entrevistas, eles proporcionam acesso a informações e conhecimentos, favorecem a realização de momentos de aprendizagem cíclicos, possibilitam a troca de conhecimentos e geram novos conhecimentos em forma de produtos e/ou serviços. É possível observar que os modos de conversão do conhecimento (Figura 1), conceituados por Nonaka e Takeuchi (1997), são percebidos por meio dos depoimentos dos entrevistados e visualizados por meio das exemplificações dos eventos realizados pelas organizações.

Figura 1 – Espiral do Conhecimento para os eventos



Fonte: Elaborado pelos autores (2023) adaptado de Nonaka e Takeuchi (1997)

Observa-se o modo de socialização, proveniente do compartilhamento de informações e de conhecimentos para os públicos, por meio de ambientes de interação proporcionados pelos eventos. É possível identificar o modo de externalização, a partir da concepção de novos produtos e/ou serviços a partir do diálogo coletivo, da confecção de relatórios, vídeos e publicações sobre o conteúdo dos eventos. O modo de combinação está presente nos relacionamentos interorganizacionais, na produção de novos produtos, sistemas e/ou serviços e na troca de conhecimentos novos e já existentes entre os públicos envolvidos. E, por fim, visualiza-se o modo de internalização, a partir do alinhamento das informações adquiridas e da aprendizagem praticada na vivência dos eventos.

3.6 Categoria: Armazenagem e recuperação da informação

De acordo com Choo (2003, p. 409) a informação “[...] adquirida ou criada é fisicamente organizada e armazenada em arquivos, bancos de dados computadorizados e outros sistemas de informação, de modo a facilitar sua partilha e sua recuperação”. Questionou-se aos entrevistados em quais suportes físicos, após a realização dos eventos, as informações e conhecimentos são armazenados e como os públicos podem acessá-los.

O entrevistado do Governo de Alagoas respondeu que as informações são armazenadas nas redes sociais da organização e no site oficial de forma pública e não são deletadas, o que possibilita consultas futuras. Internamente, as informações são armazenadas em banco de dados, no qual são salvos desde os primeiros materiais coletados até fotos, vídeos e scripts dos eventos. Na Câmara Municipal de Maceió, as informações oriundas dos eventos são disponibilizadas no site oficial da organização, ficam gravadas no canal do Youtube e são reapresentadas na TV Câmara por tempo indeterminado. Além disso, são confeccionadas atas para registros e consultas futuras. As informações específicas do setor, como checklists, roteiros e scripts, ficam armazenadas internamente.

No caso do Sebrae Alagoas, o entrevistado pontuou que cada unidade é responsável por guardar a memória dos eventos realizados, de acordo com as especificações de seu trabalho. Externamente a organização dispõe ainda do armazenamento e recuperação através do site da Agência Nacional de Notícias (ASN), no canal oficial do Youtube da organização, além de e-books e relatórios que são encaminhados para os participantes. O Cesmac armazena todo o conteúdo proveniente de seus eventos em ambiente virtual. O público interno tem acesso aos materiais por meio da plataforma interna e também dos bancos de dados da instituição. O público externo pode acessar as informações através do canal do Youtube, do site oficial e das redes sociais. Além disso, há as publicações que materializam o conhecimento compartilhado nos eventos, como anais, revistas, catálogos, livros, entre outros, os quais são acessíveis a todo o público.

Observa-se que a preocupação com o armazenamento de informações para posterior recuperação é unânime nas organizações entrevistadas, a importância de manter os dados armazenados e disponíveis para o público pode ser constatada na existência de plataformas e acervos virtuais. Por tratar-se de um momento vivenciado presencialmente, manter os registros das informações compartilhadas em eventos é um caminho para que os conhecimentos ali propagados continuem reverberando mesmo após a sua realização.

3.7 Os eventos na geração do conhecimento organizacional: contribuições

A partir da análise do material coletado durante as entrevistas observou-se que os eventos desempenham, na prática das organizações entrevistadas, um papel estratégico para o compartilhamento de informações e conhecimentos e para o diálogo com os públicos, atuando como fontes de informação e possibilitando a criação de novos conhecimentos. De acordo com as especificidades e as finalidades de trabalho de cada organização, percebeu-se que os processos, a sistematização, o foco e a administração dos eventos são adaptados à realidade organizacional. No entanto, foi possível observar que há padrões seguidos pelos profissionais nas diversas categorias apresentadas, demonstrando que o cerne de atuação dos eventos dentro das organizações tem a mesma essência.

Diante do exposto, como contribuições, a pesquisa identificou a importância de compreensão, por parte das organizações entrevistadas, de que um entendimento amplo e especializado acerca dos processos de GC possibilitaria um olhar ainda mais estratégico para os eventos, potencializando-os e identificando-os, de fato, como uma fonte de informação relevante para a criação de novos conhecimentos organizacionais. Foi perceptível, durante a coleta de dados, a importância dada pelos entrevistados para os eventos realizados pelas organizações. Os representantes de cada organização reforçaram a relevância, o desempenho e o papel estratégico que os eventos possuem, o que fica evidente ao se observar o elevado patamar hierárquico que os setores que realizam evento ocupam dentro das organizações entrevistadas.

Como sugestão, uma aproximação do que é realizado na prática das organizações aos conceitos basilares da GC traria contribuições importantes para a realização dos eventos e, de forma geral, para as organizações. Uma vez que informações e conhecimentos perpassam os eventos organizacionais, quanto melhor seu gerenciamento, mais eficaz e eficientemente as organizações poderão utilizá-los.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sinteticamente, esta pesquisa teve como foco compreender o papel desempenhado pelos eventos no contexto da GC, através de levantamentos bibliográficos e de um estudo múltiplo, realizado em quatro organizações. Como resultados, apresentou os dados categorizados da pesquisa, evidenciando que, na prática organizacional, a realização dos eventos se dá de forma estratégica e alinhada aos objetivos das organizações, proporcionando

resultados que evidenciam o compartilhamento de informações e a criação de novos conhecimentos.

Portanto, conclui-se, com esta pesquisa, que os eventos se configuram como recursos importantes para a GC nas organizações. Além de possibilitar a conexão com seus públicos, o estreitamento de relacionamentos intraorganizacionais, a realização de ações de marketing e o alinhamento prático dos objetivos das organizações, os eventos criam ambientes facilitadores para a criação do conhecimento organizacional. Em consonância com os conceitos explanados no referencial teórico, constatou-se a caracterização dos eventos como fontes de informação para as organizações, possibilitando um olhar mais amplo e fomentando novas possibilidades de atuação. No tocante ao estudo múltiplo realizado, observou-se que, na prática organizacional, os eventos já desempenham um papel relevante e indissociável dos propósitos das organizações investigadas.

A pesquisa apresenta contribuições significativas para a CI, em que pese o fato de abordar uma área em crescente discussão teórica como a GC aliada aos conceitos de eventos e fontes de informação. Como contribuições foi possível ainda entender a função, o desempenho e o espaço ocupado pelos eventos na prática organizacional, quais papéis desempenham e sua função estratégica quando alinhados aos objetivos organizacionais. Evidenciou-se o potencial existente nos eventos e obteve-se como resultado os exemplos a partir dos quais foi possível observar os modos de conversão sendo alcançados, observando que os eventos podem assumir papel estratégico no contexto da GC.

Propõe-se um estudo mais aprofundado acerca de quais tipos de eventos podem possibilitar mais assertivamente a criação do conhecimento organizacional; de como a GC pode atuar na prática organizacional incluindo a realização de eventos em seus processos; além de investigações mais abrangentes, incluindo outra gama de organizações, a fim de estabelecer estudos comparativos, levando em consideração suas especificidades. Diante do exposto, esta pesquisa encerra sua investigação com lacunas abertas para pesquisas futuras acerca da conjuntura que envolve GC, fontes de informações e eventos organizacionais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. Á. Fundamentos da Ciência da Informação: correntes teóricas e o conceito de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 57-79, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/19120/10827>. Acesso em: 13 abr. 2023.

ARAUJO, N. C.; FACHIN, J. Evolução das fontes de informação. **BIBLOS**, v. 29, n. 1, p. 81-96, 2016. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/5463>. Acesso em: 5 ago. 2022.

BARBOSA, R. R. Gestão da Informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas. **Informação & Informação**, Londrina, v. 13, n. esp., p. 1-25, 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1843/1556>. Acesso em: 22 abr. 2023.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, 2007. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54/47>. Acesso em: 2 maio 2023.

CARVALHO, A. V.; NASSIF, M. E. Do desconhecido ao conhecer: por uma epistemologia complexa da Gestão do Conhecimento. In: DUARTE, E. N.; FEITOZA, R. A. B. (orgs.) **Visões epistemológicas da Gestão do Conhecimento na Ciência da Informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020.

CESCA, C. G. G. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. Grupo Editorial Summus, 2008.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: SENAC, 2003.

COSTA, M. M. R. D. **Procedimentos para aplicação de mapas semânticos como estratégia para criação do conhecimento organizacional**. 2003. 195 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Florianópolis, 2003. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/84904>. Acesso em: 13 abr. 2023.

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

DUTRA, F. G. C.; BARBOSA, R. R. Modelos de etapas para a Gestão da Informação: uma revisão sistemática de literatura. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 26, n. 2, p. 106-131, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1808-5245262.106-131>. Acesso em: 10 fev. 2023.

FARIAS, L. A.; GANCHO, C. Eventos e sua importância para a gestão da comunicação organizacional na pós-modernidade. **Organicom**, v. 11, n. 20, p. 24-38, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139214>. Acesso em: 29 abr. 2023.

LIRA, S. L.; DUARTE, E. N. **Comunidade de prática com foco em Gestão do Conhecimento**: modelo para o ambiente contábil de universidades federais brasileiras. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. 369 p. Disponível em: <http://www.editora.ufpb.br/sistema/press5/index.php/UFPB/catalog/book/792>. Acesso em: 20 abr. 2022.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 358p.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información**: Dimensiones e implementación para el éxito organizacional. 1. Ed. Rosário: Nuevo Parhadigma, 2004.

RODRIGUES, C.; BLATTMANN, U. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 3, p. 4-29, jul./set. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22942>. Acesso em: 10 abr. 2022.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas revista eletrônica**, v. 16, n. 1, p. 01-14, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18391/qualitas.v16i1.2113>. Acesso em: 10 abr. 2022.

VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Editora UNESP, 2010. p. 235-254.