

ESTRATÉGIAS FORMAIS E INFORMAIS DE COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO NA PRODUÇÃO DE PESQUISAS CIENTÍFICAS

FABRÍCIO ZIVIANI
fazist@hotmail.com

JOSMÁRIA L. R. DE OLIVEIRA
professorajosmaria@gmail.com

MARTA ARAÚJO TAVARES FERREIRA
marta.tavarez@gmail.com

SIMONE CRISTINA DUFLOTH
simone.dufloth@fjp.mg.gov.br

RESUMO

O estudo propõe uma reflexão sobre o compartilhamento de informação e conhecimento no desenvolvimento de pesquisa científica. Nesse sentido, buscou-se investigar o compartilhamento de informação e conhecimento na equipe responsável pelo desenvolvimento da PED/RMBH e do PIB/MG do CEI/FJP, tendo por objetivo avaliar as estratégias utilizadas para compartilhamento de informação e conhecimento entre os pesquisadores e colaboradores do CEI. Nas reflexões teóricas demonstrou-se que é um desafio ao modelo organizacional atual o compartilhamento de informações e conhecimento. A pesquisa caracteriza-se como descritiva. A estratégia adotada foi o estudo de caso. Participaram da pesquisa 74 colaboradores. Os questionários apresentaram duas matrizes com as estratégias formais e informais de compartilhamento de informações e conhecimento. Os resultados da pesquisa destacaram que o CEI/FJP privilegia estratégias formalizadas de compartilhamento do conhecimento e de informações, pois os manuais, relatórios e quadro de avisos são práticas constantemente adotadas para disseminar informações. As estratégias de compartilhamento informais poderiam ser mais utilizadas. Os resultados destacaram que fatores como o tipo de vínculo dos pesquisadores interfere nos mecanismos de compartilhamento de informação e conhecimento.

Palavras-chave: Informação; Conhecimento; Compartilhamento da informação e do conhecimento; Pesquisas científicas.

ABSTRACT

This research establishes a reflection concerning the sharing of information and knowledge in the scientific progress. In this sense, the process of sharing of information and knowledge in the PED/RMBH and PIB/MG of the CEI/FJP development group was inquired, in order to evaluate the strategies used to promote the sharing of

information and knowledge between researchers and co-workers of the CEI. Through theoretical reflections it was proved by reasoning that it is a challenge to the present organizational structure the sharing of information and knowledge. The research characterizes as descriptive. The strategy adopted was the case study. 74 collaborators took part of the investigation. The questionnaires were composed of two matrixes with formal and informal strategies of information and knowledge sharing. The research detaches that the CEI/FJP exempts formalized strategies of the process of information and knowledge sharing, because the handbooks, reports and bulletin boards are practices constantly adopted to disseminate the information. The informal practices of information sharing could be better used. The research also detaches that factors as the type of entailment of the researches interferes in the mechanisms of information and knowledge sharing.

Keywords: Information; Knowledge; Sharing of information and knowledge; Scientific progress.

1 INTRODUÇÃO

São indiscutíveis o aumento e a rapidez das transformações a que todos estão submetidos neste início de novo século. Há mudanças profundas e geração de um volume de informações nunca visto. Por um lado, isso é positivo, pois tem-se acesso a uma diversidade de informações, mas, por outro, vive-se um caos informacional: todos são bombardeados por fatos, idéias, notícias através de rádio, televisão, livros, revistas e internet.

É cada vez maior o número de organizações que percebe o quanto é importante conhecer o que elas sabem e ser capaz de tirar o máximo proveito das informações com vistas à produção de novos conhecimentos.

A capacidade de produzir, gerenciar e disseminar conhecimentos com sucesso é fundamental para que uma organização obtenha vantagem competitiva em relação a outras.

Com a evolução das tecnologias de informação, o fluxo de informações se tornou mais rápido, e sua disseminação ganhou alcance muito mais amplo. A intensificação do processo de produção de conhecimento a partir de informações, passa a exigir novos comportamentos, principalmente dos ocupantes de cargos em nível de gerência institucional.

Em um contexto econômico como o atual, em que as transformações ocorrem com uma velocidade jamais vista, o conhecimento dos recursos e oportunidades disponíveis, bem como dos desafios a enfrentar, se torna crucial para o sucesso de uma organização.

Neste contexto de evolução contínua das organizações, o que se discute atualmente é a gestão do conhecimento, que vem provocando mudanças profundas na estrutura das organizações atuais. As organizações estão percebendo a gestão do conhecimento como uma forma de manter vivos os seus ativos intelectuais.

De acordo com Davenport e Prusak (1998), a vantagem do conhecimento é uma vantagem sustentável porque gera retornos crescentes. Ao contrário dos ativos materiais, que diminuem à medida que são usados, os ativos do conhecimento aumentam com o uso: idéias geram novas idéias e o conhecimento compartilhado permanece com o doador ao mesmo tempo em que enriquece o receptor.

Drucker (1996) sugere que um dos desafios mais importantes das organizações da era do conhecimento é desenvolver práticas sistemáticas para administrar a autotransformação. Segundo ele, a organização tem que aprender a criar novos conhecimentos por meio da melhoria contínua de todas as suas atividades mediante o desenvolvimento de novas aplicações com

base em seus prprios sucessos e manter a inovao contnua como processo organizado, visando sempre responder ao desafio de aumentar continuamente a produtividade dos trabalhadores do conhecimento.

Nonaka e Takeuchi (1997) afirmam que, quando as organizaes inovam, elas no s processam informaes de fora para dentro, com o intuito de resolver os problemas existentes e se adaptar ao ambiente em transformao. Elas criam novos conhecimentos e informaes, de dentro para fora, a fim de redefinir tanto os problemas quanto as solues e, nesse processo, recriar seu meio.

No gerenciamento do conhecimento e da informao h alguns processos que merecem ateno especial. Um deles o compartilhamento: "Compartilhar o conhecimento o essencial nas crises, para permitir a difuso do conhecimento entre a tropa e trazer os melhores talentos de onde quer que estejam para o epicentro do problema." (STEWART, 2002, p.33)

De acordo com McGee e Prusak (1995), a informao, mais do que a terra ou o capital, o atualmente na criao de riquezas e prosperidade. Na economia do conhecimento, o sucesso o determinado pelo que voc sabe, e no pelo que voc possui. Os autores apontam a importncia das organizaes saberem gerir e criar novos conhecimentos como meio de alcanarem competitividade no mercado atual. Dessa maneira, o compartilhamento de informaes e conhecimento tornou-se uma questo estratgica; as organizaes que dominarem esse processo levaro enorme vantagem sobre as demais.

O compartilhamento de informaes e conhecimento leva as organizaes a mensurar com mais segurana a sua eficincia, tomar decises acertadas com relao a melhor estratgia a ser adotada em relao aos seus clientes, concorrentes, canais de distribuio e ciclos de vida de produtos e servios, saber identificar as fontes de informaes, saber administrar dados e informaes, saber gerenciar seus conhecimentos. Trata-se da prtica de agregar valor a informao e dissemin-la.

Este artigo tem por objetivo analisar as estratgias utilizadas para compartilhamento de informaes e conhecimento na produo de pesquisa cientfica. Para tanto, inicia-se pela discusso da definio de conhecimento, em seguida discute-se sua dinmica nas organizaes, enfatizando-se a questo do compartilhamento. Em seguida so apresentados o procedimento metodolgico adotado, os resultados obtidos e sua anlise. Finalmente, so apresentadas concluses e indicadas sugestes de trabalhos futuros.

2 INFORMAO E CONHECIMENTO

Para melhor compreenso do tema o importante uma diferenciao entre os conceitos de dados, informao e conhecimento, pois a confuso no entendimento do significado de cada um deles pode gerar problemas para a organizao.

Dado o elemento na forma bruta. Ele no tem um significado previamente organizado, est na forma como pode ser encontrado na realidade. O considerado um elemento da informao, que isolado no tem significado intrnseco. Davenport (1998) define dado como "observao sobre o estado do mundo". Dados so facilmente estruturados, facilmente obtidos por mquinas, freqentemente quantificados e facilmente transferveis.

Segundo Drucker (1996), informações são “dados dotados de relevância e propósito”, o que sugere que dados, por si só, têm pouca relevância ou propósito.

McGee e Pruzak (1995, p. 24) confirmam essa idéia quando dizem que:

Informação são dados coletados, organizados, ordenados, aos quais são atribuídos significados e contexto. Informação deve informar, enquanto os dados absolutamente não tem essa missão. A informação deve ter limites, enquanto os dados podem ser ilimitados.

Conhecimento diz respeito a crenças e compromissos, a atitude e intenção. Está relacionado à ação. Tem um significado específico e relacional. (NONAKA e TAKEUCHI, 1997)

Choo (2003) define o conhecimento como a informação transformada através do uso da razão e reflexão em crenças, explicações e modelos mentais que antecedem à ação. Para ele, o conhecimento é construído através do acúmulo de experiências.

Sveiby (1998) sugere que o conhecimento possui quatro características básicas: a) é tácito, isto é ele é prático e por isso é difícil de ser comunicado através de palavras; b) é orientado para a ação, ou seja, estamos constantemente gerando novos conhecimentos por meio da análise das impressões sensoriais que recebemos; c) é sustentado por regras, que são os padrões que estabelecemos, inconscientemente, para lidar com as situações; d) está em constante mutação, só se tornando estático quando é articulado através de palavras.

Pode-se concluir que o conhecimento deriva da informação da mesma forma que a informação deriva de dados. Para que a informação se transforme em conhecimento, os seres humanos precisam fazer todo o trabalho.

Finalmente, como lembram Vasconcelos e Ferreira (2002, p. 4):

A polêmica a respeito do significado de conhecimento, informação e dado e de suas relações está longe de acabar. Diversos e, muitas vezes ambíguos, são os conceitos construídos pelos estudiosos do assunto. Apesar disso, é possível observar pontos em comum e construções complementares entre alguns dos autores de maior renome na área.

3 INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES

Informação e conhecimento são dois componentes intrínsecos de tudo que uma organização desenvolve. Choo (2003) aponta três arenas distintas onde a criação e o uso da informação e do conhecimento desempenham um papel estratégico no crescimento e na capacidade de adaptação das organizações.

A primeira arena se refere ao uso da informação e do conhecimento para dar sentido às mudanças do ambiente externo. A segunda arena de uso estratégico da informação é aquela em que a organização cria, organiza e processa a informação de modo a gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado. A terceira arena é onde as organizações buscam e avaliam informações de modo a tomar decisões importantes. É importante ressaltar que esses três processos são interligados, de modo que, analisando-se como eles se alimentam mutuamente, tem-se uma visão holística do uso da informação na organização. (CHOO, 2003)

Utilizando corretamente os recursos de informao e conhecimento, a organizao ser capaz de adaptar-se as mudanas do ambiente no momento adequado e de maneira eficaz; empenhar-se na aprendizagem constante, o que inclui desaprender pressupostos, normas e crenas que perderam validade; mobilizar o conhecimento e a experincia de seus membros para gerar inovao e criatividade; focalizar seu conhecimento em aes racionais e decisivas.

De acordo com Choo (2003), em uma organizao o conhecimento é amplamente disseminado e toma várias formas, mas sua qualidade é revelada na diversidade de capacitao que a organizao desenvolve como resultado desse conhecimento.

Segundo Terra (2001), a principal vantagem competitiva das empresas é o capital humano representado pelo conhecimento tácito que seus funcionrios possuem, pois este é difcil de ser copiado pois reside nas pessoas. Por outro lado, o conhecimento detido pela organizao é também resultado dos relacionamentos que ela manteve ao longo do tempo com seus clientes, fornecedores e parceiros.

A valorizao do conhecimento e da informao tornou-se fator de sobrevivncia das organizaes. As principais mudanas ocorridas no mercado nos últimos anos fizeram com que fosse exigido melhor e maior uso da experincia e do conhecimento adquiridos por cada empresa ao longo de toda sua existncia. É de entendimento comum que apenas esta utilizao adequada de conhecimento e informao permitirá o desenvolvimento de produtos e servios com custos mais competitivos e qualidade superior.

Para que uma organizao possa aprender com o seu passado, é necessrio que seja estruturada de forma adequada para tal. Apenas desta maneira o aprendizado ocorrerá de forma natural, e irá agregar valor aos seus produtos e servios. Para Nevis, Di Bella e Gould (1997), o processo de aprendizagem organizacional ocorre em três estgios: aquisio, compartilhamento e utilizao do conhecimento.

Além disso, deve-se observar que, muitas vezes, a organizao já detém a maior parte dos conhecimentos que necessita para se manter competitiva, mas, por vários motivos, este está inacessível. A criao de um ambiente propício para identificar, criar e disseminar-se conhecimento irá agregar valor à empresa e contribuirá para que atinja suas metas e objetivos.

Os ativos intangíveis que agregam valor à maioria dos produtos e servios são baseados em conhecimento. Entre eles é possível citar: *know-how* técnico, entendimento do cliente, criatividade pessoal e capacidade de inovao. A grande dificuldade se encontra na avaliao e gesto desses ativos pois, ao contrário dos estoques financeiros e materiais, o valor do conhecimento não é facilmente compreendido, classificado e medido.

Finalmente, segundo Petrini, Freitas e Pozzebon (2006), é necessrio que a organizao perceba que existem fontes inesgotáveis de informaes e conhecimentos dentro dela mesma, tanto em seus recursos humanos como nas informaes contidas nos seus bancos de dados e sistemas de informao.

4 COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

De acordo com Santiago Jr. (2004), pesquisas realizadas por consultorias especializadas em grandes corporações apontaram que iniciativas voltadas para o compartilhamento da informação e do conhecimento podem trazer grandes benefícios, como tomadas de decisões mais rápidas e precisas, melhor gerenciamento dos clientes, respostas rápidas às demandas do mercado, desenvolvimento de habilidades dos profissionais, maior produtividade, lucratividade e redução de custos.

Como Davenport e Pruzak (1998) ressaltam, o conhecimento é transferido nas organizações, quer esse processo seja gerenciado ou não, pois o compartilhamento do conhecimento está no cotidiano organizacional. Porém, a eficácia do processo pode ser melhorada através de iniciativas de gerenciamento sistemático.

Krogh, Ichijo e Nonaka (2001) consideram o compartilhamento do conhecimento tácito, aquele que as pessoas adquirem executando seu trabalho, a primeira e mais importante fase do processo de criação do conhecimento. A esse tipo de conhecimento Nisembaum (2002) chama de conhecimento em comum, para diferenciá-lo do conhecimento obtido em livros ou bases de dados. Conhecimento em comum está ligado à ação, que pode ser própria ou de outros, e é vital para o desenvolvimento de competências organizacionais e individuais.

Definindo compartilhamento, Davenport (1998) afirma que é o ato voluntário de colocar o conhecimento à disposição de outros. Ele destaca ainda que compartilhar não deve ser confundido com relatar, que é uma troca involuntária de informações e conhecimento, de maneira rotineira ou estruturada.

Portanto, o compartilhamento de informação e conhecimento faz parte da estratégia das organizações que na visão de Neumann e Morgenstern *apud* Oliveira (2007), estratégia é um movimento ou uma série específica de movimentos feitos por uma empresa. Oliveira (2007) a estratégia é uma ferramenta evolutiva, moderna, sistêmica, integrante que otimiza, de maneira efetiva, os resultados das empresas.

Davenport e Prusak (1998) apontam algumas estratégias de compartilhamento de conhecimento que podem ser incentivadas nas organizações. São exemplos: conversas informais, feiras e fóruns abertos do conhecimento, entre outros:

As conversas que acontecem no bebedouro ou no restaurante da empresas costumam ser ocasiões para a transferência do conhecimento. Influenciados por teorias ultrapassadas sobre a natureza do trabalho, os gerentes por vezes presumem que as conversas ao redor do bebedouro são perda de tempo. Embora parte da conversa seja sobre esporte e sobre como anda o tempo, a maioria das conversas em torno do bebedouro são sobre trabalho: as pessoas se perguntam sobre os projetos em curso, trocam idéias e pedem conselho sobre como resolver problemas (DAVENPORT e PRUZAK, 1998, p.89).

Destacam Davenport e Pruzak (1998) que há outras maneiras de as empresas estimularem o compartilhamento fortuito do conhecimento em seus departamentos ou unidades de negócios, como a criação de locais e ocasiões para os funcionários interagirem informalmente, a promoção de passeios pela empresa, a realização de fóruns e debates:

Defendemos fortemente a transferncia do conhecimento atravs de reunies face a face e de narrativas, alm das formas mais estruturadas. Os sinais que convencem as pessoas de que elas efetivamente podem se comunicar so melhor transmitidos pessoalmente (DAVENPORT e PRUZAK, 1998, p.110).

A propósito dos mtodos de transferncia de conhecimento, Davenport e Pruzak (1998, p.109) reproduzem o comentrio de um pesquisador:

Há um monte de tcnicas conhecidas para a transferncia do conhecimento – volumes e volumes foram escritos. Na MCC, usamos contatos, prepostos, workshops, treinamento, relatrios tcnicos, licenas de terceiros, produo e suporte de produtos (ao invs de protótipos) e muitas outras tcnicas.

Davenport e Pruzak (1998) concluem que os mtodos de transferncia do conhecimento devem ser compatveis com a cultura organizacional, e destacam como um aspecto importante do sucesso de qualquer projeto de transferncia, a linguagem comum dos participantes.

Nisembbaum (2002), por sua vez, identifica trs dimenses a serem consideradas quando da escolha do mtodo de transferncia de conhecimento: as caractersticas do receptor do conhecimento, tanto em termos de tarefa quanto de contexto; a natureza da tarefa conforme sua freqncia e rotina; o tipo de conhecimento a ser transferido.

Vale ressaltar que, para se criar uma cultura propcia ao compartilhamento de conhecimento, é necessrio que se crie uma organizao voltada para o aprendizado. Como descreve Terra (2001), é preciso que a organizao esteja voltada para a inovao, a experimentao, o aprendizado contnuo e o comprometimento com os resultados da empresa. É extremamente importante que se crie um ambiente favorvel à troca de experincias e de conhecimento de forma confortvel e transparente.

Quadro 1 – Estratgias Formais e Informais de Compartilhamento de Informao e Conhecimento nas Organizaes.

	FORMAL	INFORMAL
ESTRATÉGIAS DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTOS	Artigos da literatura E-mail Jornais Internos Livros Manuais Obras de referncia Peridicos Quadro de avisos Relatrios	Atividades de Grupo Contatos interpessoais Feiras Passeios e viagens Reunies Treinamentos Visitas

Fonte: Elaborao dos autores

Nas organizaes, as pessoas podem compartilhar o conhecimento tcito e explcito, de maneira formal (relatrios, manuais, etc.) e informal (bate papo com colegas, por exemplo).

O compartilhamento informal deve merecer grande atenção por parte das organizações, pois, segundo Tarapanoff (2006, p. 61) e de acordo com uma pesquisa realizada com empresas estrangeiras, verificou-se “que as práticas implícitas obtiveram mais sucesso do que as direcionadas, ou seja, existindo um ambiente favorável, as chances do conhecimento vir a ser compartilhado de forma espontânea são muito maiores do que em casos onde há imposição da gerência para que isso ocorra”.

Segundo Davenport e Prusak (1998, p. 44), “grande parte do trabalho das empresas é feito porque as pessoas estão continuamente perguntando umas às outras, através de redes informais, quem sabe como fazer o trabalho”. Redes informais são dinâmicas e veiculam informações atualizadas. Davenport e Prusak (1998, p. 45) completam: “no trabalho, o que parece fofoca de trabalho é, na verdade, a rede informal do conhecimento se atualizando”.

Uma desvantagem do compartilhamento informal é que, como este não é documentado, ele pode não atingir a todos que dele necessitam.

Grotto (2003) também faz distinção entre compartilhamento formal e informal. As estratégias para estimular o compartilhamento informal são: promover passeios e viagens, montar feiras do conhecimento, criar locais e promover encontros para que os funcionários possam interagir. Como estratégias formais destacam-se os relatórios, manuais e apresentações audiovisuais.

Na visão de Dufloth (2002), a transferência de informação e conhecimento pode se dar através de três tipos de canais de comunicação. Os canais formais veiculam informações já estabelecidas ou comprovadas através de livros, periódicos, obras de referência e artigos da literatura. Os canais informais são caracterizados por contatos realizados entre pessoas compreendendo a troca de experiências através de reuniões, treinamentos, contatos interpessoais e visitas. Os canais semi-informais são caracterizados pelo uso simultâneo dos canais formais e informais.

Krogh, Ichijo e Nonaka (2001) destacam a dificuldade de transferir ou disseminar grande volume de conhecimentos, sobretudo do tipo tácito, dentro da organização. Enquanto os conhecimentos explícitos são transmitidos através de ferramentas de rede ou de *groupware*, a transferência de conhecimentos tácitos exige compartilhamento mediante socialização, proximidade física e bons relacionamentos, embora vários softwares de colaboração sejam extremamente úteis no processo.

Ressaltam também que vários fatores inibem a transferência de conhecimento, entre eles a barreira cultural. À medida que esses fatores possam ser eliminados, o compartilhamento do conhecimento fluirá de maneira mais consistente na organização.

Conclui-se, do exposto, a importância do compartilhamento de informação e do conhecimento nas organizações. O conhecimento explícito pode ser embutido em procedimentos ou representado em documentos e bancos de dados, e transferido com razoável eficácia. A transferência do conhecimento tácito, no entanto, exige intenso contato pessoal.

A ampla transferência do conhecimento não poderia acontecer em empresas globais sem as ferramentas oferecidas pela tecnologia da informação, mas os valores, normas e comportamentos que constituem a cultura da empresa são as principais determinantes do seu grau de sucesso.

As práticas formais e informais de compartilhamento de informações e conhecimento são importantes no processo de construção de pesquisas científicas. O presente artigo relata os resultados de projeto que buscou estudá-las no Centro de Estatística e Informação (CEI) da Fundação João Pinheiro (FJP), organismo de ensino e pesquisa do Governo do Estado de Minas Gerais.

5 METODOLOGIA

Seguindo os parâmetros estabelecidos por Gil (2002), esta pesquisa quanto a natureza pode ser classificada como uma pesquisa descritiva.

Segundo Gil (2002), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

A estratégia adotada foi o estudo de caso, tomando-se como objeto de estudo duas equipes de pesquisa da Fundação João Pinheiro (FJP). Participaram da pesquisa a equipe responsável pela produção da Pesquisa de Emprego e Desemprego aplicada à Região Metropolitana de Belo Horizonte (PED/RMBH) e a equipe responsável pela Pesquisa do Produto Interno Bruto de Minas Gerais (PIB/MG), ambas do Centro de Estatística e Informação (CEI), totalizando 74 colaboradores.

O estudo de caso baseou-se em pesquisa documental e, como procedimento para coleta de dados, foram aplicados questionários no mês de setembro de 2007 a todos os integrantes das duas equipes de pesquisa estudadas.

Os questionários apresentam duas matrizes com as estratégias formais e informais de compartilhamento de informações e conhecimento. Na matriz 1 foi solicitado que o colaborador apresenta-se na escala as estratégias utilizadas para obtenção de informação e conhecimento e na matriz 2 as estratégias utilizadas para a transferência de informações e conhecimento.

Os dados trabalhados nesta pesquisa são primários. Conforme Mattar (1999, p. 134), "dados primários são aqueles que não foram coletados, estando ainda em posse dos pesquisados, e que são coletados com o propósito de atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento".

Optou-se por uma pesquisa de natureza quantitativa. De acordo com Mattar (1999, p.77), "na pesquisa quantitativa os dados são obtidos de um grande número de respondentes, usando-se escalas, geralmente, numéricas, e são submetidos a análises estatísticas formais".

Como procedimento para coleta de dados foram aplicados questionários que segundo Marconi e Lakatos (2003), são um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas. Os questionários foram aplicados no mês de setembro de 2007 com todos os integrantes das equipes de desenvolvimento da PED/RMBH e a equipe responsável pela Pesquisa do PIB/MG. Antes da aplicação dos questionários foi realizado um pré-teste, que apontou a necessidade de se proceder a alguns ajustes nos questionários, principalmente no vocabulário utilizado.

O tratamento dos resultados obtidos foram elaborados através gráficos e tabelas, que permitem a avaliação das estratégias de compartilhamento de informação e conhecimento utilizados pelos pesquisadores da FJP/MG.

5.1 Caracterização do Objeto de Estudo

A Fundação João Pinheiro (FJP), que tem como competência a pesquisa, criação, transferência e o aperfeiçoamento do conhecimento em diferentes áreas, fornecendo informações técnicas para o planejamento do Estado de Minas Gerais. É uma instituição vinculada à Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de acordo com a Lei Delegada nº 49, de 02 de janeiro de 2003.

Destaca-se dentre as suas competências: Prestar serviços relacionados à pesquisa, criação, transferência, adaptação, e ao aperfeiçoamento de técnicas e métodos em diferentes áreas de conhecimento e coletar, produzir, sistematizar, analisar, criticar e divulgar dados e informações estatísticas que reflitam a realidade estadual nos diversos segmentos sociais e econômicos.

O Centro de Estatística e Informação (CEI), foi incorporado a Fundação João Pinheiro (FJP) em julho de 1992, quando a função estatística foi transferida da Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral para a FJP. Seu objetivo principal é acompanhar sistematicamente a evolução dos aspectos sociais e econômicos da realidade mineira, por meio da manutenção de informações estatísticas atualizadas em diversas áreas, como contas regionais, demografia, finanças públicas, saúde, comércio exterior, indicadores sociais e econômicos, estatísticas vitais, emprego e desemprego.

As principais produções do CEI são a Pesquisa de Emprego e Desemprego aplicada à Região Metropolitana de Belo Horizonte (PED/RMBH) e a Pesquisa do Produto Interno Bruto de Minas Gerais (PIB/MG).

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para consolidação dos resultados obtidos através deste roteiro foram elaborados gráficos contemplando os resultados. Os dados levantados permitem uma avaliação das estratégias de compartilhamento de informação e conhecimento na produção de pesquisa científica.

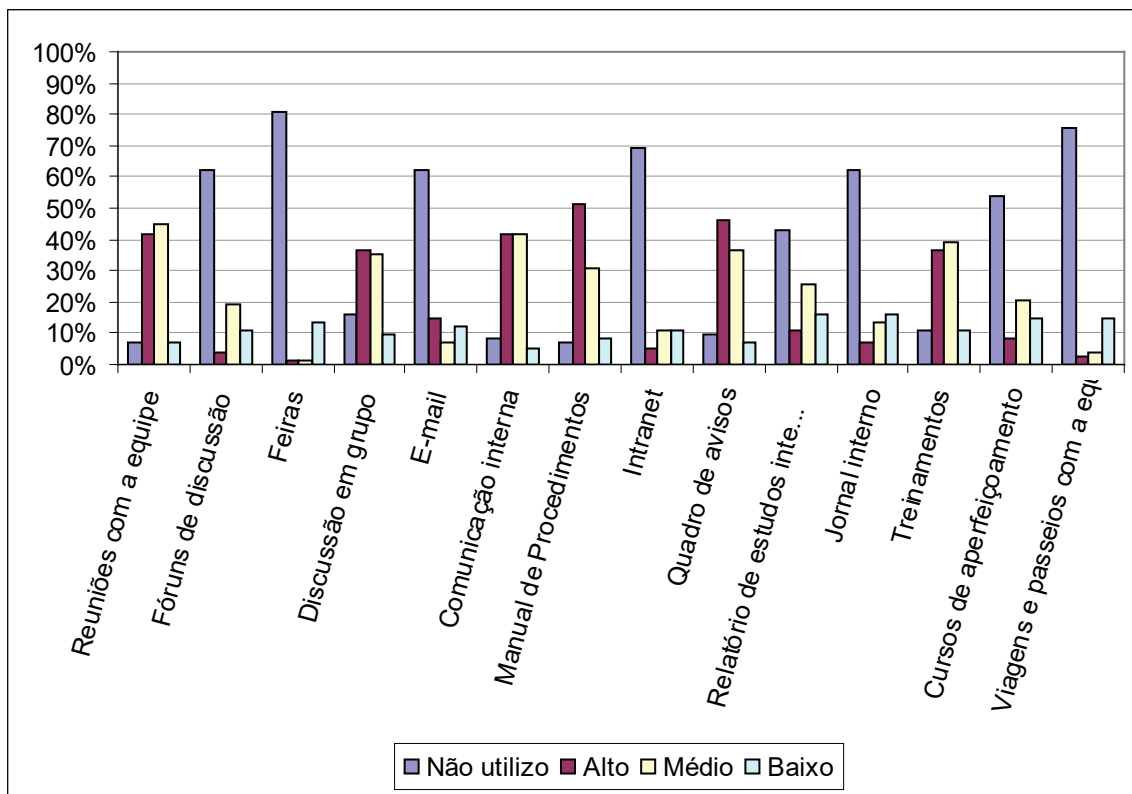
Para contextualização inicial foi destacado o tempo de experiência na pesquisa e tipo de vínculo do pesquisador com a instituição que desenvolve a pesquisa.

Quanto ao tempo de experiência dos participantes na pesquisa, apenas 31% dos participantes tem menos de um ano de vínculo com o Centro de Estatística e Informação. O restante 69% tem mais de um ano de vínculo. Isso nos permite maior credibilidade dos dados levantados pois, quanto maior a vivência no desenvolvimento das pesquisas maior será o grau de confiança para as respostas.

O tipo de vínculo dos participantes da pesquisa também foi levantado. Percebe-se que a maioria dos envolvidos na pesquisa 67% são autônomos. Apenas 18% possuem vínculo permanente. Os estagiários somam 12% do total dos participantes. A pesquisa conta ainda com 3% de seus envolvidos terceirizados.

Seguindo o padrão do instrumento de coleta de dados foram elaborados dois gráficos distintos. O Gráfico 1 apresenta as estratégias utilizadas para obtenção de conhecimento e informação e o Gráfico 2 apresenta as estratégias utilizadas para transferência de conhecimento e informações.

GRÁFICO 1 – Estratégias utilizadas pelos colaboradores para OBTENÇÃO informação e conhecimento no desenvolvimento das pesquisas PED/RMBH e PIB/MG. Belo Horizonte setembro de 2007.



Fonte: Dados da Pesquisa

A partir da análise do gráfico, destaca-se a utilização de manuais de procedimentos (80%), quadros de avisos (85%), reuniões com equipes (85%) e discussão em grupo (71%) como estratégias mais utilizadas para a obtenção de informações e conhecimentos. Observa-se que a comunicação interna (84%) é considerada forte pelos envolvidos na pesquisa. Destacam-se as estratégias formalizadas de compartilhamento. Pode-se sinalizar que isto ocorre com grande intensidade, pois os envolvidos são em sua maior parte funcionários autônomos ou terceirizados (70%) que não possuem um vínculo permanente com a Instituição. Portanto, o CEI opta por comunicações escritas e verbais direcionadas aos grupos de interesse.

O treinamento é destacado por 78% dos pesquisadores como estratégia utilizada para obtenção de informações e conhecimento.

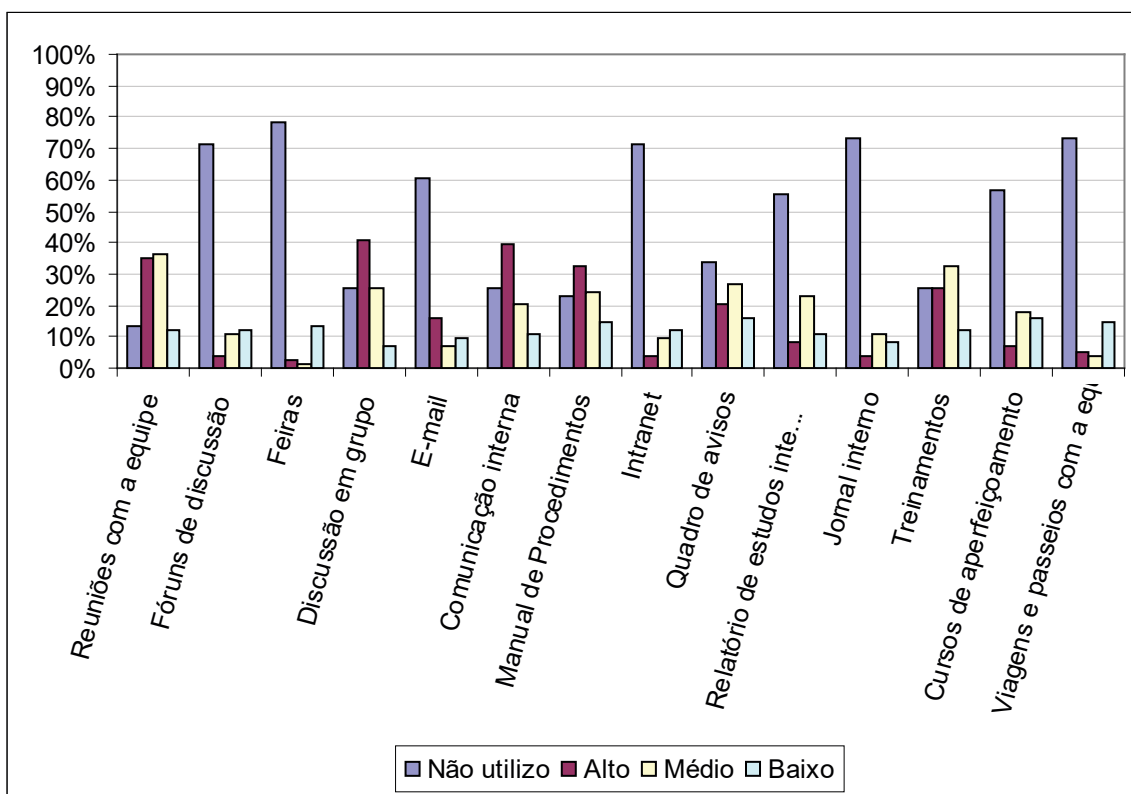
Conforme já destacado, as reuniões com as equipes são um meio de obtenção de informação e conhecimento utilizado com bastante intensidade no desenvolvimento de pesquisas no CEI, por outro lado os fóruns de discussão (20%) são uma prática pouco utilizada. As férias e viagens com a equipe se destacam com as práticas menos utilizadas no desenvolvimento das pesquisas. Não alcançando 10% da indicação dos participantes.

A tecnologia da informação é um recurso facilitador para o compartilhamento de informação e do conhecimento, portanto percebe-se baixa utilização de e-mail (23%) e da intranet (18%), que são considerados ferramentas importantes no processo de transferência de experiências.

Outras duas estratégias pouco utilizadas para compartilhamento no desenvolvimento das pesquisas são: o jornal interno (23%) e os relatórios de estudos internos (34%). O que reforça que a comunicação é feita através de quadros de avisos.

Como apontado anteriormente o tipo de vínculo dos profissionais pode interferir no processo de compartilhamento assim, como 70% dos colaboradores são possuem um vínculo mais fragilizado (autônomos e terceirizados), percebe-se a tendência pelos escolha de estratégias formais de compartilhamento de informações e conhecimentos.

GRÁFICO 2 – Estratégias utilizadas pelos pesquisadores para TRANSMISSÃO de informação e conhecimento no desenvolvimento das pesquisas PED/ RMBH e PIB/MG. Belo Horizonte setembro de 2005.



Fonte: Dados da Pesquisa

Ao analisar as estratégias utilizadas pelos pesquisadores para transmitir informações e experiências destacam-se as reuniões com a equipe (72%), as discussões em grupo (68%), a comunicação interna (60%), os manuais de procedimentos (56%) e os treinamentos (57%). Pode-se afirmar que os contatos face a face nos quais os envolvidos na construção desta pesquisa interagem em grupos, são meios muito utilizados para transmitir informações e conhecimentos.

Os cursos de aperfeiçoamento não são percebidos como uma estratégia forte de transmissão de conhecimento e informações.

Destacam-se como estratégias para a transmissão de informações os manuais de procedimentos e quadro de avisos, que são meios de comunicação mais formalizados.

As estratégias informais são o grande diferencial dos pesquisadores para transmissão de informações e conhecimento.

As tecnologias da informação (e-mail e intranet) são ferramentas pouco utilizadas pelos pesquisadores. Destaca-se também que os meios de comunicação formal como jornal interno (13%) e relatórios de estudos internos (30%) não são práticas muito utilizadas para compartilhar informações e conhecimento no CEI.

As práticas mais informais como feiras (5%) e viagens (8%) com a equipe não são aplicadas para a transmissão de informações no CEI.

Quadro 2 – Comparação da característica da estratégia de compartilhamento de conhecimentos e informações com os dados levantados que mais se destacam.

ESTRATÉGIAS DE COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTOS E INFORMAÇÕES	OBTENÇÃO	TRANSMISSÃO
FORMAIS	Manuais de procedimento Comunicação Interna Quadro de avisos	Manuais de procedimentos Comunicação Interna
INFORMAIS	Reuniões com equipes	Discussão em grupos Reuniões com equipes Treinamentos

Fonte: dados da pesquisa

Observando a Tabela acima, percebe-se a utilização de estratégias formais e informais no compartilhamento de informações e conhecimento no CEI/FJP. Constata-se que não existe uma similaridade entre as estratégias utilizadas para obtenção e transmissão conhecimentos e informações pelo pesquisadores.

Na visão de Dufloth (2002), a transferência de informação e conhecimento pode se dar através de três estratégias de comunicação: as estratégias formais, informais e as semi-informais.

As estratégias formais e informais de compartilhamento de informações e conhecimento são importantes no processo de construção de pesquisas científicas e melhoram o nível e o volume de conhecimento adquirido para o desenvolvimento de novos trabalhos científicos.

O compartilhamento de informações e conhecimento informal deve estimulado. No entanto, não se pode depender somente de conversas casuais e de encontros locais quando necessitarem obter e transmitir conhecimento.

Senge (2002), advertiu em sua obra que muitas organizações não conseguem funcionar plenamente como organizações de conhecimento porque são incapazes de aprender. De acordo com Senge (2002), para vencer essa incapacidade, a organização deve desenvolver a capacidade de aprendizagem criativa e adaptativa.

Pode-se afirmar a partir da visão do autor, que é uma necessidade constante das organizações o compartilhamento do conhecimento e informações para a geração do aprendizado. A criatividade é fundamental para a criação constante de novos meios que permitam aos funcionários a troca de experiências.

7 CONCLUSÕES E SUGESTÕES

Partindo da afirmação de Davenport e Prusak (1998), o conhecimento por si só não basta, ou seja, a mera existência de conhecimento em algum ponto da organização traz poucos benefícios. Ele só será um ativo valioso se for acessível e seu valor aumenta com o nível de acessibilidade, far-se-á uma análise geral dos dados coletados e analisados para poder concluir este trabalho.

Conhecimento e informação são duas fontes vitais para o alcance da eficiência de qualquer modelo organizacional. Estes valores se tornaram ainda mais importantes em organizações voltadas para a construção de novos conhecimentos como universidades e centros de pesquisas.

Ressalta-se que esta pesquisa tem como objetivo analisar as estratégias utilizadas para compartilhamento de informações na produção de pesquisa científica

Partindo do objetivo proposto, buscou-se através de uma metodologia de caráter descritiva avaliar as estratégias de compartilhamento do conhecimento e informação, pois como destaca-se que as organizações bem-sucedidas serão organizações que aprendem eficazmente. Em uma economia na qual a única certeza é a incerteza, a única fonte certa de vantagem competitiva duradoura é o conhecimento. Quando os mercados mudam, as tecnologias se proliferam, os concorrentes multiplicam e os produtos se tornam obsoletos virtualmente da noite para o dia, organizações bem-sucedidas são aquelas que criam o novo conhecimento de modo consistente, disseminam-no amplamente pela organização e rapidamente o incorporam às novas tecnologias aos produtos. (NONAKA e TAKEUCHI, 1997)

Constatou-se que os pesquisadores apontam a estratégia formalizada para obtenção de conhecimento e informações, pois os manuais, relatórios e quadro de avisos são práticas constantemente adotadas para disseminar informações. Os pesquisadores também destacam as estratégias informais como: reuniões com equipes, treinamentos e discussão em grupos, para transmissão de informações e conhecimentos.

As estratégias de compartilhamento de conhecimento e informação informais são pouco utilizadas. Feiras e viagens não são práticas adotadas pelo CEI para promover o compartilhamento de informações entre os pesquisadores.

Conclui-se que as estratégias formais tem se destacado no CEI devido o tipo de vínculo dos pesquisadores com a instituição. Os pesquisadores em sua maioria (67,7%) são autônomos, ou seja, não possuem vínculo permanente. Somente (17,6%) dos envolvidos na pesquisa são funcionários permanentes. Portanto, torna-se necessária uma estratégia de distribuição das informações mais formalizada o que ocorre através do quadro de avisos e comunicação interna.

No desenvolvimento das pesquisas cientficas no Centro de Estatstica e Informao da Fundao Joao Pinheiro, os funcionrios no compartilham muitas experincias atravs de meios informais. Sabe-se que as estratgias informais permitem a gerao de novos conhecimentos com maior facilidade.

Em relao s tecnologias da informao utilizadas pelo CEI podemos destacar o e-mail e a intranet. Estas ferramentas so utilizadas com baixa intensidade mais so importantes no processo de compartilhamento de informaes e conhecimentos.

Conclui-se que as ferramentas e meios tecnolgicos, tambm propiciam o acesso ao conhecimento e informaes, mas no necessariamente garante o compartilhamento. Promovem e facilitam a sua obteno, mas isoladamente no fazem com que o indivduo possuidor de conhecimento o compartilhe com os outros. As ferramentas tecnolgicas so comum no campo da distribuio de informaes por, raramente promovem o processo de uso do conhecimento tcito, este por sua vez tem dissemina-se com maior facilidade por meio de prticas informais.

A dificuldade no compartilhamento do conhecimento transpe as fronteiras tecnolgicas e formais e est relacionada tambm com as caractersticas culturais que envolvem cada organizao. Neste aspecto temos que ressaltar que trata-se de uma organizao pblica, na qual os processos so mais formalizados.

Todos as estratgias apontados pela classificao de Dufloth (2002), so utilizados no processo de compartilhamento de informaes e conhecimento no Centro de Estatstica e Informao da Fundao Joao Pinheiro no desenvolvimento de pesquisas cientficas.

Sugere-se para trabalhos futuros a ampliao do estudo para outras esferas da FJP. Neste trabalho restringiu-se pelos centros de desenvolvimento de pesquisas cientficas podendo ser expandido para outros modelos de organizaes.

REFERNCIAS

- CHOO, C. W. **A organizao do conhecimento**: como as organizaes usam a informao para criar significado, construir conhecimento e tomar decises. So Paulo: Editora Senac, 2003.
- DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informao**. So Paulo: Futura, 1998.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- DRUCKER, Peter. **Administrando em tempos de grandes mudanas**. 4 ed. So Paulo: Pioneira, 1996.
- DUFLOTH, Simone Cristina. **Informaes do ambiente externo em organizaes do terceiro setor**. Tese de Doutorado. Belo Horizonte; ECI/UFMG, 2002.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. So Paulo: Atlas, 2002.
- GROTTO, Daniela. O compartilhamento do conhecimento nas organizaes. In: ANGELONI, Maria Terezinha (coord). **Organizaes do conhecimento**. So Paulo: Saraiva, 2003.
- KROGH, Von G.; ICHIJO, K.; NONAKA, I. **Facilitando a criao de conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia cientfica**. 5 ed. So Paulo: Atlas, 2003.
- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 5ª ed. So Paulo: Editora Atlas, 1999.
- McGEE, T.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratgico da informao**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

- NEVIS, E. C.; DI BELLA, A. J.; GOULD, J. M. Understanding organizations as learning systems. **Sloan Management Review**, v. 36, n. 2, p. 73-85, 1997.
- NISEMBAUM, Hugo. Gestão do conhecimento: enriquecendo o capital humano. *In*: BOOG, Gustavo; BOOG, Madalena. **Manual de gestão de pessoas e equipes**. V 2. São Paulo: Editora Gente, 2002.
- NONAKA, I. TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração estratégica na prática**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- PETRINI, M.; FREITAS, M. T. e POZZEBON, M. Inteligência de negócios ou inteligência competitiva? Noivo Neurótico, Noiva Nervosa. *In*: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 30, 2006, Salvador. **Anais**. Salvador: Anpad, 2006.
- SANTIAGO JR, José Renato Sátiro. **Gestão do conhecimento: a chave para o sucesso empresarial**. São Paulo: Novatec, 2004.
- SENGE, Peter M. **A quinta disciplina: A arte e a prática da Organização que aprende** – 13º ed. São Paulo: Best Seller, 2002.
- SILVA, Antônio Braz de Oliveira e. **O cluster da construção em Minas Gerais e as práticas de colaboração e de gestão do conhecimento: um estudo das empresas da Região Metropolitana de Belo Horizonte (MG)**. (Tese de doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Belo Horizonte: UFMG, 2007.
- STEWART, Thomas A. **A riqueza do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- TARAPANOFF, Kira (organizadora). **Inteligência, informação e conhecimento em corporações**. Brasília: IBICT. UNESCO, 2006.
- TERRA, José Cláudio. **Gestão de conhecimento**. 2 ed. São Paulo: Negócio Editora, 2001.
- TOMAÉL, Maria Inês. **Redes de conhecimento: o compartilhamento da informação e do conhecimento em consórcio de exportação do setor moveleiro**. (Tese de doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- VASCONCELOS, Maria Celeste Reis Lobo de, FERREIRA, Marta Araújo Tavares. O processo de aprendizagem e a gestão do conhecimento em empresas mineiras de vanguarda. *In*: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 26. 2002, Salvador. **Anais**. Salvador: Anpad, 2002.