



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS COMUNICAÇÃO E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

ADÉLIA CAROLINE FÉLIX ALVES

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

Maceió – AL

2023

ADÉLIA CAROLINE FÉLIX ALVES

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

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas, na Área de Concentração: Informação, Tecnologia e Inovação e na Linha de Pesquisa 1: Produção, Mediação e Gestão da Informação, como requisito para o título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Andrew Beheregarai Finger

Maceió – AL

2023

**Catálogo na Fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

L638g

Alves, Adélia Caroline Félix.

Gestão do conhecimento : uso estratégico dos eventos como fontes de informação / Adélia Caroline Félix Alves. – 2023.

156 f. : il.

Orientador: Andrew Beheregarai Finger.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2023.

Inclui glossário.

Bibliografia: f. 129-135.

Apêndices: f. 140-156.

1. Gestão do conhecimento. 2. Criação do conhecimento. 3. Fontes de informação. 4. Eventos. I. Título.

CDU: 02:165

ADÉLIA CAROLINE FÉLIX ALVES

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

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas, na Defesa da Dissertação no dia 21 de agosto de 2023.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador: Prof. Dr. Andrew Beheregarai Finger  
(PPGCI/UFAL)

---

Membro Titular Interna: Profa. Dra. Rosilene Agapito da Silva Llarena  
(PPGCI/Departamento de Ciência da Informação da UNIR)

---

Membro Suplente Interno: Prof. Dr. Marcos Aparecido R. do Prado  
(PPGCI/UFAL)

---

Membro Titular Externa: Profa. Dra. Suzana de Lucena Lira  
(PPGCI/UEPB)

---

Membro Suplente Externo: Prof. Dr. Leonardo Caixeta de Castro Maia  
(FAGEN/UFU)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

**Defesa nº 33**

Ata da Sessão Pública de Defesa de Dissertação do(a) mestrando(a) **ADÉLIA CAROLINE FELIX DA SILVA** como requisito para obtenção do grau de Mestre(a) em Ciência da Informação, na **Linha de Pesquisa Produção, Mediação e Gestão da Informação Área de Concentração Produção, organização e disseminação da informação, cultura e memória.**

No dia 21 de agosto de 2023, às 14h, reuniu-se, em sessão pública, pelo canal @ppgciufal no YouTube, a Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/UFAL), nos termos do Regulamento Geral dos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da UFAL (Resolução nº 50/2014 - CONSUNI/UFAL), do Regimento Interno do PPGCI/UFAL (Resolução nº 24/2018 - CONSUNI/UFAL) e da Resolução nº 04/2021 - PPGCI/UFAL, para realização da Defesa de Dissertação do(a) mestrando(a) **ADÉLIA CAROLINE FELIX DA SILVA**, matrícula 2021104922, intitulada **GESTÃO DO CONHECIMENTO: USO DOS EVENTOS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO**. A Banca Examinadora foi composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. Andrew Beheregaral Finger - PPGCI/UFAL (Orientador/Presidente), Profa. Dra. Rosilene Agapito da Silva Larena - PPGCI/UFAL (Membro Titular Interno), Profa. Dra. Suzana de Lucena Lira - PPGOA/UFPB (Membro Titular Externo), Prof. Dr. Marcos Aparecido Rodrigues do Prado - PPGCI/UFAL (Membro Suplente Interno) e Prof. Dr. Leonardo Caixeta de Castro Maia - PPGA/UFU (Membro Suplente Externo). Após a apresentação da Dissertação, foi dada a palavra aos(às) Examinadores(as) para arguição, tendo o(a) candidato(a) respondido aos questionamentos formulados. Encerrada a arguição, a Banca Examinadora reuniu-se em sessão reservada para proceder ao julgamento, sendo atribuídos os seguintes pareceres: 1º membro: aprovado(a) (X), reprovado(a) ( ); 2º membro: aprovado(a) (X), reprovado(a) ( ); e 3º membro: aprovado(a) (X), reprovado(a) ( ). Em atendimento ao que estabelece o artigo 64, § 2º, do Regimento Interno do PPGCI/UFAL, o(a) discente foi considerado(a): **APROVADO(A) (X); REPROVADO(A) ( )**.

A discente foi aprovada com louvor por todos os membros da banca, os quais recomendaram o trabalho para que fosse indicado pelo programa aos prêmios nacionais: CAPES e ANCIIB.

Nada mais havendo a tratar, o(a) Presidente(a) da Banca Examinadora encerrou os trabalhos. E, para constar, eu, Dario Albuquerque Lima, Secretário do PPGCI/UFAL, confiro e assino a presente ata, em três vias, juntamente aos membros da Banca Examinadora e ao(à) candidato(a).

Maceió/AL, 21 de agosto de 2023.

Documento assinado digitalmente  
 ANDREW BEHEREGARAI FINGER  
Data: 22/08/2023 17:50:47-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Prof. Dr. Andrew Beheregarai Finger**  
Orientador/Presidente – PPGCI/UFAL

---

**Profa. Dra. Rosilene Agapito da Silva Llarena**  
Membro Titular Interno – PPGCI/UFAL

Documento assinado digitalmente  
 SUZANA DE LUCENA LIRA  
Data: 26/08/2023 15:32:23-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Profa. Dra. Suzana de Lucena Lira**  
Membro Titular Externo – PPGOA/UFPB

Documento assinado digitalmente  
 MARCOS APARECIDO RODRIGUES DO PRADO  
Data: 23/08/2023 13:47:28-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Prof. Dr. Marcos Aparecido Rodrigues do Prado**  
Membro Suplente Interno – PPGCI/UFAL

---

**Prof. Dr. Leonardo Caixeta de Castro Maia**  
Membro Suplente Externo – PPGA/UFU

Documento assinado digitalmente  
 ADELIA CAROLINE FELIX ALVES  
Data: 27/08/2023 12:25:45-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Adélia Caroline Felix da Silva**  
Mestrando(a) – PPGCI/UFAL

---

**Dario Albuquerque Lima**  
Secretário – PPGCI/UFAL

À minha avó, Maria Benedita da Glória (in memoriam), visto que em razão dela sou e tudo por e para ela serei.

## AGRADECIMENTO

Sendo a gratidão e a fé os principais pilares da minha vida, os quais aprendi com minha avó, Maria Benedita da Glória, a quem dedico este trabalho, inicio meus agradecimentos à Deus, por ter me capacitado dia após dia para chegar até aqui e por me fazer sonhar sonhos que nascem primeiro em Seu coração.

Agradeço ao PPGCI/UFAL por ser o canal para a realização dessa conquista. Meu agradecimento a todos os docentes, em nome do coordenador, Prof. Edivânio Duarte, por terem me feito aprendiz em Ciência da Informação. Em especial, destaco minha gratidão ao meu orientador, Prof. Andrew Finger, porque sem sua generosidade, paciência e correção, eu não teria encontrado o caminho que me trouxe a essa pesquisa e por todo aprendizado durante o percurso. Agradeço aos professores componentes da banca de avaliação que, desde a qualificação, não medem esforços para orientar essa pesquisa ao aperfeiçoamento.

Minha gratidão ao meu esposo, Mateus, por sonhar meus sonhos e por acreditar em mim mesmo nos momentos em que achei que não conseguiria. Meu muito obrigada a minha família, por pavimentar caminhos e construir a base que me permite estar onde estou. Obrigada a todos os meus amigos, que, embora sem nominar, reconheço a importância de cada um me encorajando e me apoiando nessa jornada.

Agradeço aos meus colegas de PPGCI pelo suporte, companheirismo e parceria em cada etapa desse processo. Meu agradecimento a equipe do Cerimonial do Tribunal de Justiça de Alagoas, da qual faço parte, pela compreensão, generosidade e apoio diários. Agracio, de forma especial, os entrevistados das organizações que aceitaram tão cordialmente o convite para participar dessa pesquisa.

Obrigada, enfim, a todos aqueles que direta ou indiretamente me ajudaram a escrever essas linhas, desde os autores, que me conduziram em seus textos, às pessoas cruzaram meu caminho e deixaram uma parte de si. Sou grata pelos diversos fragmentos que compõem as partes do todo que esse trabalho representa.

## RESUMO

Compreende-se como cerne desta pesquisa investigar o papel que os eventos podem desempenhar ao serem utilizados como fontes de informação para a geração do conhecimento organizacional. No contexto da Gestão da Informação e do Conhecimento, as organizações buscam reconhecer e fomentar as atividades que fortalecem suas capacidades e que possibilitem a criação de novos conhecimentos por meio do aprendizado. Durante o processo de gestão de seus recursos, essas organizações identificam suas fontes de informações e as utilizam como ferramentas estratégicas. Ante a multiplicidade de fontes existentes, os eventos emergem como recursos que possibilitam a conexão entre os indivíduos e as organizações, a disseminação e o compartilhamento de informações, o aprendizado coletivo e, conseqüentemente, a geração de novos conhecimentos. Diante do exposto, a presente pesquisa tem como objetivo analisar o uso estratégico das fontes de informação para a Gestão do Conhecimento, sob a perspectiva do papel desempenhado pelos eventos. Explana acerca dos conceitos que permeiam a GC e sobre como as fontes de informação, sobretudo no tocante aos eventos, podem ser utilizadas estrategicamente na consolidação de uma organização voltada ao aprendizado e capaz de gerenciar seus conhecimentos. Investiga, ainda, como os eventos atuam na prática das organizações. Como fundamentação metodológica, emprega a abordagem qualitativa, na qual o processo e seus significados apresentam-se como a essência desta pesquisa e constitui-se como descritivo-exploratória, uma vez que intenciona, a partir do levantamento de informações, proporcionar uma visão mais ampla acerca de um assunto já existente. Trata-se ainda de um estudo de casos múltiplos, pois busca compreender fenômenos no contexto em que operam. Como resultado, a pesquisa apresenta classificações mais abrangentes dos eventos e seus tipos, focadas em potencializar suas especificidades e voltar seus objetivos para a geração de conhecimento. Traz contribuições demonstrando como os eventos atuam na prática organizacional e o papel estratégico que assumem quando orientados ao conhecimento. A pesquisa conclui-se, portanto, ressaltando que os eventos desempenham um relevante papel como fontes de informação para as organizações, mas que, no contexto da GC, requerem ainda um aprofundamento acerca de suas competências no âmbito organizacional, o que possibilita lacunas para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

**Palavras-chaves:** Gestão do Conhecimento. Criação do Conhecimento. Fontes de Informação. Eventos.

## ABSTRACT

It is understood as the core of this research to investigate the role that events can play when used as sources of information for the generation of organizational knowledge. In the context of Information and Knowledge Management, organizations seek to recognize and foster activities that strengthen their capabilities and enable the creation of new knowledge through learning. During the process of managing their resources, these organizations identify their information sources and use them as strategic tools. Given the multiplicity of existing sources, events emerge as resources that enable the connection between individuals and organizations, the dissemination and sharing of information, collective learning and, consequently, the generation of new knowledge. Given the above, this research aims to analyze the strategic use of information sources for Knowledge Management, from the perspective of the role played by events. It explains about the concepts that permeate KM and how information sources, especially regarding events, can be used strategically in the consolidation of an organization focused on learning and capable of managing its knowledge. It also investigates how events act in the practice of organizations. As a methodological basis, it employs a qualitative approach, in which the process and its meanings are presented as the essence of this research, and it is descriptive-exploratory, since it intends, from the information survey, to provide a broader view of an existing subject. It is also a multiple case study, as it seeks to understand phenomena in the context in which they operate. As a result, the research presents more comprehensive classifications of events and their types, focused on enhancing their specificities and turning their objectives towards knowledge generation. It brings contributions demonstrating how events act in organizational practice and the strategic role they assume when oriented to knowledge. The research concludes, therefore, emphasizing that events play a relevant role as sources of information for organizations, but that, in the context of KM, they still require a deepening about their competences in the organizational scope, which allows gaps for the development of future research.

**Keywords:** Organizational Management. Knowledge Creation. Information Sources. Events.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dados, informação e conhecimento.....	25
Figura 2 - Quatro modos de conversão do conhecimento.....	36
Figura 3 - Espiral da criação do conhecimento organizacional .....	38
Figura 4 - Modelo de Classificação das fontes de informação .....	47
Figura 5 - Fontes de informação utilizadas por consultores empresariais.....	47
Figura 6 - Fontes de informação e de conhecimento .....	48
Figura 7 - Fluxograma dos eventos no Governo do estado de Alagoas.....	83
Figura 8 - Fluxograma dos eventos na Câmara Municipal de Maceió.....	84
Figura 9 - Fluxograma dos eventos no Sebrae Alagoas .....	85
Figura 10 - Fluxograma dos eventos no Centro Universitário Cesmac .....	86
Figura 11 - Espiral do Conhecimento para os eventos.....	109
Figura 12 - Resumo da Categoria Armazenagem e Recuperação da Informação ..	112
Figura 13 - Etapas para realização de eventos orientados para o conhecimento ...	116

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de comunicação dirigida nos eventos organizacionais.....	55
Quadro 2 - Tipos de eventos internos e externos.....	57
Quadro 3 - Autores que exemplificam os eventos como fontes de informação.....	60
Quadro 4 - Classificação dos eventos como fontes de informação.....	61
Quadro 5 - Conversão do conhecimento: eventos como fontes de informação .....	63
Quadro 6 - Os tipos de eventos no Modelo integrado do processo de criação do conhecimento.....	64
Quadro 7 - Amostra de organizações.....	71
Quadro 8 - Relação de perguntas e objetivos da pesquisa.....	73
Quadro 9 – Resumo do perfil dos entrevistados .....	82
Quadro 10 - Resumo da Categoria Necessidade de Informação.....	91
Quadro 11 – Fontes de informação para realização dos eventos .....	92
Quadro 12 - Resumo da Categoria Fontes de Informação.....	95
Quadro 13 – Organização e uso das informações na realização de eventos .....	97
Quadro 14 - Tipologias de eventos realizados nas organizações .....	99
Quadro 15 - Resumo da Categoria Compartilhamento de Informações.....	104

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.C.	Antes de Cristo
ASN	Agência Sebrae Notícias
CDE	Conselho Deliberativo Estadual
CESMAC	Centro de Estudos Superiores de Maceió
CI	Ciência da Informação
CMM	Câmara Municipal de Maceió
DOE	Diário Oficial do Estado
EAD	Educação à Distância
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FEJAL	Fundação Educacional Jayme de Altavila
GC	Gestão do Conhecimento
GI	Gestão de Informações
ICT	Informação Científica e Tecnológica
IES	Instituição de Ensino Superior
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IPVA	Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores
LIBRAS	Linguagem Brasileira de Sinais
MEC	Ministério de Educação
PPA	Plano Plurianual
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TEA	Transtorno do Espectro Autista
UFAL	Universidade Federal de Alagoas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>14</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2	OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS	17
1.2.1	Objetivo Geral	18
1.2.2	Objetivos Específicos	18
1.3	JUSTIFICATIVA	18
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>21</b>
2.1	GESTÃO DO CONHECIMENTO	21
2.1.1	Informação e Conhecimento em Ciência da Informação	22
2.1.2	Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento: história e abordagens	27
2.1.3	O Conhecimento Organizacional	33
2.2	FONTES DE INFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL	41
2.2.1	Classificação das fontes de informação	44
2.3	EVENTOS ORGANIZACIONAIS	50
2.3.1	Eventos como Fontes de Informação Organizacional	58
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>67</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	67
3.2	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	69
3.3	TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	72
3.4	TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS	75
<b>4</b>	<b>ANÁLISE, RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>78</b>
4.1	BREVE HISTÓRICO DAS ORGANIZAÇÕES	78
4.1.1	Governo do estado de Alagoas	78
4.1.2	Câmara Municipal de Maceió	79
4.1.3	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas	80
4.1.4	Centro Universitário Cesmac	81
4.2	CATEGORIA: NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO	82
4.3	CATEGORIA: FONTES DE INFORMAÇÃO	91
4.4	CATEGORIA: ORGANIZAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO	95
4.5	CATEGORIA: COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO	99
4.6	CATEGORIA: CRIAÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS	104
4.7	CATEGORIA: ARMAZENAGEM E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO	110

4.8 OS EVENTOS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO PARA GERAÇÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL: CONTRIBUIÇÕES .....	112
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>120</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>124</b>
<b>GLOSSÁRIO .....</b>	<b>131</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>135</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>137</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário das organizações contemporâneas é permeado por alta competitividade, necessidade constante de aperfeiçoamento e de ampliação das competências individuais e acesso abundante a informações internas e externas, o que resulta em um processo contínuo de adaptações e modificações. Compreender a relevância das informações e dos conhecimentos e utilizá-los como vantagem competitiva para dar sentido às mudanças do ambiente externo são características de organizações voltadas ao conhecimento, as quais se preparam para sustentar seu crescimento, desenvolver-se e adaptar-se a ambientes dinâmicos, tornando-se capazes de aprender e de inovar constantemente.

A utilização estratégica dos recursos informacionais da organização pode possibilitar o aumento de sua eficiência e da qualidade dos seus serviços e/ou produtos. A partir do entendimento de que a informação pode ser utilizada como matéria-prima, buscando o melhor aproveitamento desse recurso, utilizando-o estrategicamente e transformando a informação em conhecimento, as organizações impulsionam um propulsor relevante para o seu desenvolvimento.

Assim, a forma como as organizações gerenciam seus recursos de informação e de conhecimento ao longo do tempo, além de sua capacidade de utilizá-los e suas habilidades para desenvolver as capacidades dos indivíduos internamente são fatores que influenciam na sua atuação como organização.

Diante disso, a Gestão da Informação (GI), conforme destacam os autores Dutra e Barbosa (2020), teve sua relevância na história conquistada gradativamente, evoluindo de um requisito burocrático comum para, atualmente, ter seu reconhecimento como um ciclo de atividades estratégicas nas organizações. Nesse sentido, de acordo com Araújo (2014), as organizações perceberam que, em termos de estratégia, o maior recurso não estava nas informações já conhecidas, mas em algo desconhecido de forma geral: o conhecimento que cada indivíduo, dentro das organizações, possui, os quais poderiam ser gerenciados e, a partir de condições propícias, convertidos em novos conhecimentos.

Para Choo (2003), o gerenciamento das informações é essencial para sustentar a criação e a aplicação do conhecimento nas organizações, tornando-se possível afirmar que, sem o entendimento de como a organização cria, usa e transforma a informação, não é possível administrá-la de maneira eficaz. A partir da compreensão de que a informação compartilhada em uma organização possui diversas fontes e os

mais variados mecanismos de coleta, esta pode ser utilizada como fator decisivo na tomada de decisão, no relacionamento interpessoal, no alcance de metas, para gerar novas ideias, novos padrões, novos produtos ou serviços, e em suma, para criar conhecimentos.

Neste tocante, emerge a Gestão do Conhecimento (GC), destacando a importância do conhecimento pessoal, abrangendo, conforme explanam Duarte, Llarena e Lira (2018), 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”. Para a autora, as fontes podem ser internas, ou seja, aquelas que são geradas e fluem dentro do sistema; ou externas, isto é, aquelas que são capturadas do ambiente e entram no sistema para serem processadas e/ou utilizadas por este. Decerto, essas fontes podem abranger diversos aspectos, sendo compreendidas como um importante recurso para as organizações, por meio das quais é possível atingir os mais diversos públicos e/ou setores.

Portanto, durante o processo de gestão das informações e dos conhecimentos, faz-se necessário às organizações identificarem quais são suas fontes de informação, sejam elas internas ou externas. Conhecer as fontes de informação é primordial para que as organizações possam gerenciar suas informações e seus conhecimentos de forma adequada e eficiente. Decerto, a identificação e o uso estratégico dessas fontes de informação são vitais para a possibilitar a geração de conhecimento organizacional.

Diante de sua multiplicidade, a fim de que haja um melhor uso dessas fontes de informação, faz-se necessário identificá-las e a classificá-las. Uma vez identificadas, a fim de que as fontes de informação possam ser utilizadas estrategicamente para gerar conhecimento é preciso reconhecer sua importância e definir políticas em torno do seu papel (Rodrigues; Blattmann, 2014).

Todavia, salienta-se a importância de reconhecer que as fontes de informação não são apenas aquelas que estão disseminadas em suportes convencionais. Nesse

sentido, Cunha (2001) afirma que o conceito de fontes de informação é muito amplo, tendo em vista que podem abranger de manuscritos a publicações impressas, além de objetos, que vão de amostras minerais a obras de arte. Em que pese o contexto desta pesquisa, ao apresentarem as classificações das fontes de informação organizacional, autores como Dutra (2014), Ribeiro (2009), Pereira e Barbosa ([2007]), Valentim (2002) e Choo (2003) elencaram determinadas tipologias de eventos como fontes para as organizações.

Decerto, os eventos, compreendidos a partir do conceito de que são um acontecimento planejado pelas organizações, conforme destaca Cesca (2008), configuram-se como um canal utilizado para comunicar determinados assuntos, para públicos definidos e com fins pretendidos. Sendo assim, é possível afirmar que os eventos têm em seu cerne a potencialidade de criar conexões entre indivíduos e a organização, entre emissor e receptor, meio e mensagem, entre a informação e seu público-alvo, de pessoa a pessoa, fomentando a inovação, a geração de ideias, o compartilhamento de informações e, por conseguinte, gerando conhecimento. Nesse cenário, como foco desta pesquisa, os eventos se configuram como fontes de informação em potencial, que, se usadas estrategicamente, podem possibilitar a geração de novos conhecimentos nas organizações.

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA

O cotidiano organizacional é composto por uma série de atividades laborais, as quais são cumpridas institucionalmente para fins estabelecidos pelas organizações. Nesse ambiente, os eventos se apresentam como práticas previamente planejadas para o cumprimento das atividades e de determinados objetivos organizacionais, a exemplo de eventos como: reuniões, palestras, *workshops*, encontros, lançamentos, entre outros. Todavia, como componentes habituais do ambiente organizacional e presentes na vida dos indivíduos, os eventos podem ser compreendidos apenas como uma realização cotidiana, que, de tempos em tempos, acontece e encerra sua funcionalidade ao findar sua execução. Observa-se, portanto, em muitos casos cotidianos, a ausência de compreensão acerca de suas tipologias e dos objetivos singulares que poderiam ser alcançados com a realização de eventos estrategicamente planejados. Em que pese o fato de que, para cada fim pretendido, há um tipo de evento correspondente, a exemplo de reuniões de *brainstorming*, cuja finalidade é fomentar novas ideias e compartilhá-las entre um grupo específico, ou

ainda, como os seminários, que funcionam como um grupo de trabalho para investigar sobre determinado assunto/tema.

No contexto organizacional, sob a perspectiva da GC, tal problemática se amplia, tendo em vista que a realização de um evento está intrinsecamente ligada à criação um ambiente dotado de informação, ou seja, de matéria-prima para geração de conhecimento, tal conjuntura é indispensável para uma organização que compreende a importância de gerenciar seus recursos e de gerar novos conhecimentos. 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 organizacional, considerando sua atuação na geração, veiculação e divulgação de informações e de conhecimentos.

Ademais, ao serem planejados e utilizados estrategicamente, os eventos podem se configurar como recursos informacionais significativos para as organizações, propiciando a distribuição e a disseminação de informações, bem como respondendo às necessidades informacionais dos indivíduos. Nesse processo, os eventos podem possibilitar os meios necessários para que as informações oriundas de suas realizações sejam convertidas em novos conhecimentos para as organizações.

Nessa perspectiva, torna-se imprescindível compreender o contexto no qual os eventos operam no ambiente organizacional e quais são as suas potencialidades como fontes de informação, tendo em vista sua capacidade de gerar, fornecer e transferir informações. Além disso, torna-se crucial, a esta pesquisa, a investigação acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento, uma vez que podem possibilitar a geração e a conversão do conhecimento dos indivíduos nas organizações.

Em relação ao exposto, elenca-se como principal problema de investigação desta pesquisa, a seguinte problemática: De que maneira os eventos podem ser utilizados estrategicamente na Gestão do Conhecimento?

## 1.2 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

A fim de responder ao problema desta pesquisa, apresentam-se as seguintes definições acerca dos objetivos geral e específicos pretendidos com esta investigação científica.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Tem-se como objetivo geral analisar como os eventos podem ser utilizados estrategicamente na Gestão do Conhecimento das organizações, a fim de possibilitar a criação de conhecimento organizacional.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

Logo, para atingir tal objetivo, apresentam-se como objetivos específicos:

- Examinar os eventos e compreender o contexto em que operam no ambiente organizacional;
- Analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações;
- Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional;
- Investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

No contexto interdisciplinar da Ciência da Informação (CI), a GC emerge ao buscar compreender como se gerencia uma organização orientada ao conhecimento e como seus recursos informacionais podem ser utilizados para torná-la mais eficiente, gerando conhecimento com base nas informações e transformando-o em vantagem competitiva. Para o autor Pérez-Montoro Gutiérrez (2008), faz-se necessário saber, em uma organização, o que se quer gerenciar e em que consiste o conhecimento, para que se possa identificá-lo e discriminá-lo daquilo que não é conhecimento e, conseqüentemente, não necessita de esforços para serem gerenciados.

Considerando, portanto, que cada organização, a partir da complexidade de seu ambiente, busca os meios pelos quais poderá potencializar seus recursos informacionais e gerar conhecimento, seja por meio de fontes internas ou externas, e sabendo-se que os eventos já compõem a realidade de muitas organizações, essa pesquisa justifica-se pela importância de elucidar o papel e a relevância dos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento, de explanar acerca de seu papel estratégico

como fontes de informação e de apresentar a categorização de suas tipologias o uso apropriado. Ademais, justifica-se pela sua contribuição pública às organizações, que poderão utilizar os conceitos elencados para aprimorar seus processos internos, mais precisamente, a realização de seus eventos, e aos indivíduos da sociedade que comparecem a diversos tipos de eventos, que poderão potencializar suas participações e ampliar seus resultados.

Espera-se, com esta pesquisa, compreender que os eventos fornecem às organizações ferramentas importantes para o compartilhamento de conhecimentos organizacionais, internos ou externos, pessoais ou institucionais – tácitos ou explícitos, atuando como aliados na construção de uma organização voltada para o conhecimento.

Nesse contexto, a presente pesquisa apresenta contribuições significativas para a Ciência da Informação, em que pese o fato de abordar uma área em crescente discussão teórica como a Gestão do Conhecimento, além de propor a ampliação das classificações de fontes de informação, o que contribui diretamente para a expansão de conceitos e teorias. Ademais, tendo em vista seu caráter inédito, uma vez que discute o papel dos eventos sob a luz do conceito de fontes de informação, contextualizando-os como instrumentos relevantes para a GC, esta pesquisa poderá contribuir para a ampliação de estudos na área por intermédio do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

A delimitação do problema de investigação suscitado nesta pesquisa se origina na prática profissional da autora deste projeto. A sua experiência no mercado de cerimonial e eventos, ao atuar profissionalmente há 10 anos com planejamento, organização e execução de eventos, evidenciou falhas relacionadas à falta de entendimento acerca da relevância que os eventos possuem e do papel que podem desempenhar para diversos fins organizacionais.

Esta pesquisa traz, ainda, contribuições para o campo pessoal desta pesquisadora, uma vez que amplia sua compreensão acerca do relevante papel desempenhado na realização de um evento, bem como aproxima os conceitos de GC de sua prática profissional como cerimonialista.

A presente dissertação está organizada em quatro seções. A primeira seção, introdutória, explana brevemente sobre a contextualização da temática abordada por esta pesquisa, apresentando sua questão-problema, seus objetivos, em âmbito geral e específicos, e sua justificativa. A segunda seção dedica-se à apresentação do

referencial teórico da pesquisa, abordando conceitos norteadores acerca de GC, fontes de informação e eventos organizacionais, trazendo o embasamento necessário para o desenvolvimento dos objetivos propostos. Na seção seguinte, Procedimentos Metodológicos, são apresentadas a caracterização e delimitação da pesquisa, as técnicas de coleta de dados e as técnicas de análise de dados. Por conseguinte, a quarta seção se dedica a analisar o estudo de casos múltiplos, abordando seus resultados e apontando as principais discussões. Por fim, a pesquisa apresenta suas considerações finais acerca do objeto investigado.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A presente seção apresenta o embasamento teórico desta pesquisa. Na primeira subseção são explanados os conceitos, modelos e estudos relacionados à Gestão do Conhecimento. A subseção seguinte trata acerca da abordagem teórica das fontes de informação organizacionais. Por conseguinte, apresentam-se os conceitos relativos aos eventos no contexto organizacional.

### 2.1 GESTÃO DO CONHECIMENTO

Uma organização que desenvolve a capacidade de se manter bem-informada, com aptidão para reconhecer cenários e percepção aguçada dos ambientes interno e externo, identifica-se, portanto, como uma organização do conhecimento. Essa organização compreende a importância das informações e dos conhecimentos que possuem e os utiliza como vantagem competitiva para dar sentido às mudanças do ambiente externo, para gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado e para avaliar estrategicamente as informações no processo de tomada de decisão (Davenport; Prusak, 1998; Choo, 2003).

Todavia, essas organizações não se limitam apenas a processar informação para se adaptarem ao ambiente externo, mas criam conhecimentos e informações com o objetivo de encontrar novos caminhos para solucionar seus problemas e aperfeiçoar suas soluções, criando e recriando seus métodos e inovando. Na abordagem da construção do conhecimento, a organização identifica e fomenta atividades que fortalecem as capacidades organizacionais e que são capazes de gerar novos conhecimentos para o futuro (Nonaka; Takeuchi, 1997).

Compreender a relevância das informações e dos conhecimentos, definir políticas em torno do seu papel e gerenciar seus recursos para promover a criação de conhecimentos são características de organizações voltadas ao conhecimento. Essas organizações estão preparadas para sustentar seu crescimento, desenvolver-se e se adaptar a ambientes dinâmicos, sendo capazes de aprender e de inovar constantemente. 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 (Dutra; Barbosa, 2020; Choo, 2003).

Diante do exposto, a presente seção se dedica à discussão acerca dos conceitos que permeiam a GC, incluindo sua natureza, suas relações conceituais e os cenários que justificam sua importância no contexto da CI. Para os fins propostos nesta pesquisa serão utilizados como fundamentação teórica desta investigação os conceitos aqui apresentados.

### 2.1.1 Informação e Conhecimento em Ciência da Informação

À priori, a fim de estabelecer um recorte para o desenvolvimento desta pesquisa, as definições acerca de informação e conhecimento corresponderão às conceituações brevemente elucidadas em seguida, tendo em vista que os conceitos acerca de informação e de conhecimento levantam uma série de contrapontos conceituais que não fazem parte do enfoque principal desta investigação, todavia podem influenciar na compreensão geral do arcabouço teórico central desta pesquisa.

Saeger e Pinho Neto (2020) explanam que, ao longo da história, o homem alinhou seus instrumentos e seus recursos de dominação ao contexto e necessidades de cada época. Porém, “[...] em todas elas, a informação e o conhecimento, em suas diferentes possibilidades de representação, foram os insumos essenciais para a evolução humana” (Saeger; Pinho Neto, 2020, p. 97). Decerto, a informação e o conhecimento se fizeram presentes durante todo o desenvolvimento da sociedade ao longo dos séculos e, até os dias atuais, permanecem atuando como elementos cruciais, perpassando todas as camadas da sociedade, configurando-se, sobretudo, na contemporaneidade, como a força motriz da sociedade.

A informação, cujas definições e abordagens são o foco de discussões longínquas entre pesquisadores de diversas áreas, sempre desempenhou, ao longo dos séculos, um papel importante na sociedade. Para a CI, a informação que é passível de significação está pautada numa conjuntura interdisciplinar, tendo em vista que se condensa em vários aspectos e depende a rigor do seu contexto. Decerto, para compreender sua conceituação, faz-se necessário relacionar o conceito ao propósito. Diante disso, pautada em sua utilização na linguagem cotidiana, a informação como fenômeno social, pode ser compreendida como conhecimento comunicado, com o propósito de apreender os sentidos e os seres em sua significação (Capurro; Hjørland, 2007; Andrade; Melo Filho; Andrade, 2014; Le Coadic, 1996).

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. Informação é o que pode responder questões importantes relacionadas às atividades do grupo-alvo (Capurro; Hjørland, 2007, p. 187).

De acordo com os autores Andrade, Melo Filho e Andrade (2014), definir o que é informação envolve questões que vão além de simplesmente especificar suas características e definir os pontos a serem observados. Para os autores, “[...] torna-se necessário entender que tal conceituação é a que mais se adequa ao que se propõe, seja com uma pesquisa a ser realizada ou qualquer outro trabalho que necessite de tal exposição” (Andrade; Melo Filho; Andrade, 2014, p. 21).

Para Le Coadic (1996), a informação que guia a sociedade é pautada por uma gama de reflexões, vindas de um conjunto de práticas, costumes, vivências e, sobretudo, de entendimento absorvido pelas necessidades que a cercam. Compreende-se, nesse sentido, que a informação integra a vida durante todo processo de formação biológica, social, política, cultural, econômica e educacional, com diferentes significados e relevâncias. O autor supracitado entende que um conteúdo, para ser realmente informativo, precisa ser dotado de significação.

De acordo com Capurro e Hjørland (2007), a epistemologia da informação envolve processos de informação não humanos, sobretudo nas áreas da física e da biologia. Todavia, também devem ser considerados os processos psíquicos e sociológicos de seleção e interpretação, “[...] usando-se parâmetros objetivos, deixando de lado a dimensão semântica ou, mais precisamente, considerando-se parâmetros objetivos ou situacionais de interpretação” (Capurro; Hjørland, 2007, p. 150). Para os autores, a informação é compreendida como um conceito interdisciplinar.

Ao conceituar a CI, Borko (1968, p. 1) a descreve como “[...] a disciplina que investiga as propriedades e o comportamento informacional, as forças que governam os fluxos de informação e os significados do processamento da informação”. Decerto, a informação se configura como o principal objeto da CI, bem como seu acesso, uso, organização, recuperação e contextualização, além do seu processamento relacionado ao conhecimento (Lira; Duarte, 2020). Para Saracevic (1996), na Ciência da Informação, as discussões em torno do conceito epistemológico de informação são relevantes pelo contexto de interdisciplinaridade no qual a CI se originou, ou seja, pela sua própria natureza. Para o autor, à CI compete tanto a teoria, quanto a prática, no entanto, suas atividades devem estar pautadas em termos humanos.

A Ciência da Informação é um campo dedicado à investigação científica e à prática profissional, que aborda os problemas de comunicação efetiva do conhecimento e registro de conhecimento entre humanos no contexto de uso e necessidade social, institucional e/ou individual da informação (Saracevic, 1996, p. 11).

González de Gómez (2001) reforça que, desde a sua origem, a CI tem utilizado estratégias “objetivantes” e “objetivadoras” do conhecimento. Para a autora, “[...] no mundo contemporâneo, a Ciência da Informação é parte de um campo de discursos acerca do conhecimento e da informação que se pode denominar como uma formação social de meta-conhecimento” (González de Gómez, 2001, p. 5). Observa-se que o significado dado à informação em CI não é a única questão relevante, tendo em vista que a forma como o termo se relaciona com outros termos básicos, dentre eles o conhecimento, precisa ser levada em consideração.

Assim, a Ciência da Informação corrobora com a evolução do conhecimento, uma vez que investiga o fluxo de informação, sua recuperação, os aspectos cognitivos presentes em seus processos e a interação entre dados e conhecimento na identificação de significados e interpretações (Lira; Duarte, 2020, p. 67).

Neste sentido, Nonaka e Takeuchi (1997, p. 63) afirmam que são necessárias três observações acerca das semelhanças e diferenças entre informação e conhecimento. São elas: o conhecimento, que, ao contrário da informação, “diz respeito a crenças e compromissos”; além disso, o conhecimento “é uma função de uma atitude, perspectiva ou intenção específica”, dessa forma, está relacionado à ação, diferente da informação; e, por fim, como semelhança, tanto o conhecimento quanto a informação, dizem respeito ao significado, uma vez que são “específicos ao contexto e relacionais”.

De acordo com Davenport e Prusak (1998, p. 7), a informação pode ser conceituada como “dados que fazem a diferença”, já o conhecimento pode ser obtido “[...] através de meios estruturados, tais como livros e documentos, e de contatos pessoa a pessoa que vão desde conversas até relações de aprendizado”. Em consonância, Davenport (2002) estabelece as diferenças entre os termos “dados”, “informação” e “conhecimento”, ressaltando que seus conceitos estão intimamente relacionados e que, na prática, distingui-los não é uma tarefa fácil. Todavia, para o autor, mesmo com a imprecisão da distinção, faz-se necessário definir os conceitos e as características de cada um dos termos, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 - Dados, informação e conhecimento

<b>Dados</b>	<b>Informação</b>	<b>Conhecimento</b>
<p>Simple observações sobre o estado do mundo</p> <p>Facilmente estruturado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilmente obtido por máquinas</li> <li>• Freqüentemente quantificado</li> <li>• Facilmente transcrível</li> </ul>	<p>Dados dotados de relevância e propósito</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requer unidade de análise</li> <li>• Exige consenso em relação ao significado</li> <li>• Exige necessariamente a mediação humana</li> </ul>	<p>Informação valiosa da mente humana</p> <p>Inclui reflexão, síntese, contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De difícil estruturação</li> <li>• De difícil captura em máquinas</li> <li>• Freqüentemente tácito</li> <li>• De difícil transferência</li> </ul>

Fonte: Davenport (2002, p.18)

Bouthillier e Shearer (2002, p. 3, tradução nossa) sintetizam os conceitos de informação e conhecimento ao explicar que “o conhecimento está mais próximo da ação, enquanto as informações podem ser vistas como documentação de qualquer parte do conhecimento”.

À vista disso, Andrade, Melo Filho e Andrade (2014) afirmam que o conhecimento provém da informação, bem como a informação é proveniente de dados. Em outras palavras, os autores contextualizam que a informação pode ser compreendida como uma representação do conhecimento e acrescentam que “a informação se apresenta como o grande insumo intelectual do novo século, visto que seu conceito, polissêmico, não transmite uma ressignificação dos conteúdos epistemológicos existentes, sempre direcionando a outros conceitos” (Andrade; Melo Filho; Andrade, 2014, p. 21).

Conforme explica González de Gomes (2001), na contemporaneidade, por uma espécie de paradoxo, se fala do conhecimento de duas maneiras contrapostas: a) o conhecimento é visto como objeto de um observador, que pode conhecê-lo e observá-lo com independência de seu produtor, sendo então o conhecimento da ordem do objetivado e objetivo; ou b) o conhecimento é considerado como a construção de um meta-conhecedor intencional e ativo que pode objetivar, modelar, gerir um processo de conhecimento de outros conhecedores, assim como intervir sobre o observado e a observação.

Buckland (1991) conceitua os três principais usos da palavra informação: a) informação como processo, quando alguém é informado e o que sabe é alterado; b) informação como conhecimento, que traz a noção de informação como algo que reduz as incertezas e como conhecimento comunicado a respeito de algum fato, assunto ou

evento particular; e c) informação como coisa, usado atributivamente para objetos, como dados e documentos, que são referidos como “informações”, porque são considerados informativos. De acordo com o autor, “[...] conhecimento, crença e opinião são pessoais, subjetivos e conceituais. Portanto, para comunicá-los, eles devem ser expressos, descritos ou representados de alguma forma física, como um sinal, texto ou comunicação” (Buckland, 1991, p. 352, tradução nossa). Para o autor, em um sentido significativo, a informação é usada como evidência na aprendizagem, já o conhecimento e as opiniões de uma pessoa são afetados pelo que ela vê, lê, ouve e experimenta.

Nesse sentido, compreende-se, portanto, que o compartilhamento de conhecimento por meio da interação entre os indivíduos promove a construção da informação e impulsiona o desenvolvimento construtivo da sociedade. Uma vez que esse conhecimento está associado aos indivíduos, não existe apenas um tipo de conhecimento, e através das relações estabelecidas entre os indivíduos, de formas distintas, novos conhecimentos podem ser gerados.

Destarte, percebe-se que a informação e o conhecimento se constituem em fenômenos resultantes de uma construção social ao mesmo tempo que também potencializam outras novas construções sociais. A informação e o conhecimento têm o poder de modificar as relações estabelecidas entre os sujeitos e subsidiar o seu desenvolvimento, na medida em que possibilitam a concretização de ações que podem ser refletidas no bem individual e coletivo. De igual modo, a falta de acesso à informação e às possibilidades de construção de novos conhecimentos se tornam agentes limitadores ao desenvolvimento individual, profissional e social dos sujeitos (Saeger; Pinho Neto, 2020, p. 56).

A partir dessa contextualização, no que concerne a conjuntura organizacional, que é foco desta pesquisa, Choo (2003) afirma que tanto a informação quanto o conhecimento são dinâmicos e passam pelas organizações de forma vital apresentando-se de diversas maneiras. Para o autor, “[...] a informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz” (Choo, 2003, p. 27). No contexto organizacional, emerge, portanto, a necessidade de uma gestão eficiente desses recursos, possibilitando o melhor aproveitamento da informação e do conhecimento organizacionais. Para o autor, a GI se apresenta como aporte essencial para sustentar a criação e a aplicação do conhecimento nas organizações, uma vez que, sem o entendimento de como a organização cria, usa e transforma a informação, não é possível administrá-la de maneira eficaz.

Conhecimento é a informação mais valiosa e, conseqüentemente, mais difícil de gerenciar. É valiosa precisamente porque alguém deu à informação um

contexto, um significado, uma interpretação; alguém refletiu sobre o conhecimento, acrescentou a ele sua própria sabedoria, considerou suas implicações mais amplas (Davenport, 2002, p. 19).

Para Lira e Duarte (2020, p. 52), a informação é parte intrínseca da construção do conhecimento e “[...] quando se refere à gestão e sua possibilidade de relação com a informação e com o conhecimento, verifica-se que esta forma de administrar ou gerenciar abre perspectivas abrangentes para alavancagem organizacional”. É precisamente acerca dos conceitos que constituem a Gestão da Informação e do Conhecimento que a próxima etapa dedica seu desenvolvimento.

### 2.1.2 Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento: história e abordagens

No contexto organizacional, a partir do entendimento acerca da relevância da informação e do conhecimento e da compreensão de que a eficiência dos processos organizacionais está diretamente relacionada com o uso estratégico desses recursos, surgiram estudos, inicialmente, sobre a Gestão da Informação e, posteriormente, sobre a Gestão do Conhecimento (Saeger; Pinho Neto, 2020). De acordo com Souza, Dias e Nassif (2011, p. 58), “[...] o desenvolvimento da gestão da informação e do conhecimento, nas organizações, representa, de modo amplo, uma migração do velho modelo fechado e estático para um novo modelo aberto e dinâmico de produzir e ofertar serviços”.

Barbosa (2008) atribui a origem da GI aos estudos do pesquisador Paul Otlet<sup>1</sup>, datados em 1934, quando se iniciaram as pesquisas da disciplina de documentação, baseadas nas atividades de organização, armazenamento, recuperação e acesso à informação. De acordo com o autor, as preocupações com a informação e com o conhecimento, no tocante aos seus gerenciamentos, são longínquas na história. O autor evidencia o pioneirismo de trabalhos de autores como Vanevar Bush (1945), Robert S. Taylor (1960), Frederick Hayek (1974), Nicholas Henry (1974), Savic (1992), que, por meio de seus estudos, foram cruciais para o desenvolvimento e a consolidação do modelo de GI que existe na atualidade.

No cenário histórico, a importância atribuída ao gerenciamento da informação, de acordo com Dutra e Barbosa (2020), foi evoluindo gradativamente, tendo em vista

---

<sup>1</sup> Paul Otlet (1868-1944) tem no *Traité de Documentation: le livre sur le livre: théorie et pratique*, em tradução para o português: *Tratado de documentação: o livro sobre o livro: teoria e prática*, a expressão máxima de suas ideias; publicada em 1934, a obra é considerada o ápice na construção do pensamento desenvolvido desde a década de 1890, quando inicia seus estudos bibliográficos e documentalistas.

que, na década de 1950, a informação era considerada mero requisito burocrático. De acordo com os autores, nas décadas de 1960 e 1970, a informação passou a ser vista como suporte aos propósitos gerais da organização, passando, na década seguinte, a ser compreendida como um fator de controle e gerenciamento que ajudava a acelerar os processos de tomada de decisão. De 1990 até os dias atuais, “[...] passou-se a reconhecer a informação como um recurso estratégico, uma fonte de vantagem competitiva para garantir a sobrevivência da empresa” (Dutra; Barbosa, 2020, p. 108/109).

Para Araújo (2014), o excesso informacional, notadamente oriundo do período posterior à Segunda Guerra Mundial, evidenciou os problemas relacionados à falta de administração dos recursos informacionais e a necessidade de seu uso eficiente e eficaz. Nesse contexto, a GI desponta como solução para a redução do excesso de informações e para o reconhecimento das informações que realmente são necessárias para as organizações. Conforme o autor, “[...] não bastava gerir os recursos informacionais, era preciso também gerir o conhecimento, criando as condições propícias para transformá-lo em informação” (Araújo, 2014, p. 64).

Com a GI surge a concepção de que é possível avaliar as organizações a partir de seus fluxos informacionais, por meio do gerenciamento de processos e de sistemas que criam, adquirem, organizam, armazenam, distribuem e usam a informação, com o objetivo de promover um acesso eficiente e eficaz estas.

A gestão é um processo, portanto a Gestão da Informação seria definida como o processo pelo qual os recursos básicos (econômicos, físicos, humanos, materiais) são obtidos, apresentados ou utilizados para gerir a informação dentro das organizações e para a sociedade a qual ela serve. (Ponjuán Dante, 2004, p. 17/18, tradução nossa).

Ao explicar acerca da Gestão da Informação, Detlor (2010, p. 103) destaca que a principal preocupação da GI está diretamente ligada à gerência sobre como as informações são “[...] criadas, adquiridas, organizadas, armazenadas, distribuídas e usadas como um meio de promover, de forma eficiente e eficaz, o acesso, o processamento e o uso da informação por pessoas e organizações”. O autor apresenta três perspectivas de GI, são elas: organizacional, de biblioteca e pessoal. A perspectiva organizacional, considerada pelo autor como a mais predominante e popular, pode ser compreendida como “[...] o gerenciamento de todos os processos de informação envolvidos no ciclo de vida das informações, com o objetivo de ajudar

uma organização a alcançar seus objetivos competitivos e estratégicos” (Detlor, 2010, p. 103).

Para Davenport (2002, p. 173), o gerenciamento de informações pode ser compreendido como “um conjunto estruturado de atividades que incluem o modo como as empresas obtêm, distribuem e usam a informação e o conhecimento”. Sua conceituação dialoga diretamente com sua abordagem da ecologia da informação, a qual, de acordo com o autor, exige um modo holístico de pensar e tem quatro atributos-chave: a) integração dos diversos tipos de informação; b) reconhecimento de mudanças evolutivas; c) ênfase na observação e na descrição; e d) ênfase no comportamento pessoal e informacional.

Conforme Lira e Duarte (2020, p. 72), a gestão e a informação se relacionam “[...] na perspectiva de estabelecer processos que auxiliem na recuperação, na organização, na utilização e na disseminação da informação, ou seja, relativo aos fluxos formais de informação”. As autoras reforçam que a gestão pode estar ainda atrelada ao conhecimento, tendo em vista que está focada nos recursos que podem possibilitar a apreensão e estimular a explicitação do conhecimento.

Ponjuán Dante (2004) ressalta a importância de se manejar adequada e sistematicamente todos os recursos de informação de uma organização. Para a autora, quanto melhor esse recurso intangível for gerenciado, a organização obterá mais e melhores benefícios. Todavia, “[...] nem sempre é assim e nem em todas as organizações, por isso as organizações que aspiram a um nível de qualidade na sua gestão devem dedicar-se à Gestão da Informação interna e externa” (Ponjuán Dante, 2004, p. 16, tradução nossa).

McGee e Prusak (1994) estabelecem, no contexto organizacional, tarefas do processo de gerenciamento de informação com foco no valor estratégico da informação, são elas: 1) identificação de necessidades e requisitos de informação; 2) classificação e armazenamento de informação/tratamento e apresentação de informação; e 3) desenvolvimento de produtos e serviços de informação.

Para que uma empresa seja bem-sucedida na tarefa de gerenciar a informação, precisa haver um consenso sobre o que é a informação dentro de uma organização, quem a possui, sob que forma é conservada, quem é o responsável pelo seu gerenciamento, e mais importante ainda, como controlar e utilizar a informação que existe em todas as organizações (McGee; Prusak, 1994, p. 156).

No contexto organizacional, conforme Valentim (2010), processos como a GC e a GI podem contribuir para que haja a melhor utilização de insumos como as informações e os conhecimentos oriundos dos indivíduos no âmbito das organizações. De acordo com a autora, a Gestão da Informação “[...] visa ‘trabalhar’ a informação por meio de ações direcionadas desde a busca até o uso, atuando diretamente com os fluxos formais gerados internamente e externamente às organizações” (Valentim, 2010, p. 246, grifos da autora). Já a Gestão do Conhecimento “[...] 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” (Ibidem, p. 247).

[...] Com a GI, surgiu a ideia de que as organizações podem ser avaliadas de acordo com o "fluxo de informações" e analisadas de acordo com os processos de informação no trabalho. De maneira semelhante, a GC forneceu uma estrutura para avaliar informações contextuais e levar em conta trocas de informações mais informais (Bouthillier; Shearer, 2002, p. 140, tradução nossa, grifos do autor).

Os conceitos que definem a Gestão da Informação e a Gestão do Conhecimento não apresentam uma unanimidade dentro da literatura, seja acerca de suas semelhanças ou de suas diferenças, de suas relevâncias ou da indiferença da primeira com a última. De fato, como afirmam Bouthillier e Shearer (2002), há uma linha tênue entre GI e GC nos níveis conceituais e práticos. Tanto para a Gestão da Informação, quanto para a Gestão do Conhecimento, o envolvimento humano é imprescindível, todavia os seus objetivos, geralmente, são diferentes.

Para Barbosa (2008, p. 14), enquanto a Gestão da Informação “focaliza a informação ou o conhecimento registrado”, a Gestão do Conhecimento “[...] destaca o conhecimento pessoal, muitas vezes tácito, e que, para ser efetivamente utilizado, antes precisa ser descoberto e socializado”. Entre os critérios que diferenciam GI e GC, o autor aponta que o processo crítico da Gestão da Informação está na organização e no tratamento da informação, enquanto a Gestão do Conhecimento foca na descoberta e compartilhamento do conhecimento.

Bouthillier e Shearer (2002, p. 140), sugerem que “[...] o gerenciamento de informações e dados são pilares importantes do gerenciamento de conhecimento”, mas a GC “[...] abrange questões mais amplas e, em particular, a criação de processos e comportamentos que permitem que as pessoas transformem informações na organização e criem e compartilhem conhecimento”. Conforme já apontado por Araújo

(2014, p. 64) anteriormente, é necessário gerir o conhecimento para transformá-lo em informação.

Ademais, Souza, Dias e Nassif (2011) elucidam que a expressão composta – Gestão da Informação e do Conhecimento – refere-se à relação entre informação e conhecimento, cuja dinâmica se dá no processo de conhecer. Para os autores, assim como o conhecimento é qualitativamente mais proeminente que a informação, a GC é subsequente à GI.

A correlação entre gestão da informação e gestão do conhecimento, e, por conseguinte, a conjugação de seus estudos, parece ter por fundamento o entendimento de que as estruturas de informação disponíveis nos diversos suportes e recursos informacionais são também estruturas de conhecimento (Souza; Dias; Nassif, 2011, p. 60).

De acordo com Duarte, Llarena e Lira (2018), a GC surgiu, na década de 1970, numa configuração focada na administração pública, a partir da necessidade de melhorar o desempenho das políticas públicas, no tocante a produção, divulgação, acessibilidade e uso de informação no processo de formulação dessas políticas. Posteriormente, esse processo se estendeu às organizações privadas, evidenciando-se primordialmente a partir dos anos 1990.

Nesse sentido, a GC emerge da busca dos resultados e empenha-se para que a organização possa atingi-los com o gerenciamento de suas informações e conhecimentos. Em que pese o fato do entendimento de que “[...] a informação é concebida como matéria-prima para gerar o conhecimento” (Costa, 2003, p. 27), a gestão de informações e de dados se caracteriza como um pilar importante para o gerenciamento dos conhecimentos organizacionais.

Barradas e Campos Filho (2010) contextualizam o desenvolvimento da GC em três principais fases: a) no período que antecede os anos 1995, no qual o foco estava direcionado à informação em tempo hábil para a tomada de decisões; b) situada entre os anos de 1995 e 2002, em que o foco era a extração do conhecimento de forma codificada, a fim de converter esses recursos desconhecidos pelos públicos e beneficiar o indivíduo que fosse capaz de realizar a conversão; e c) após o ano de 2002, “[...] onde o foco está na gestão de um ambiente propício aos processos de conhecimento, já que a realidade se torna complexa às suas ferramentas, às técnicas, às histórias e aos sistemas” (Llarena; Lira, 2020 p. 67).

Para Souza, Dias e Nassif (2011), a GC surgiu, a princípio, focada em estratégias organizacionais competitivas, na inovação dos processos informacionais,

de produtos e serviços. Com a evolução teórico-metodológica, a GC passou a ser compreendida em um contexto menos competitivo, compreendendo-se como um campo de estudo pautado nos processos evolutivos da sociedade. Na atualidade, a GC vem ampliando seu alcance junto aos currículos educacionais em níveis de graduação e pós-graduação no Brasil, demandando ainda mais pesquisas e estudos na área (Llarena; Duarte, 2020).

A Gestão do Conhecimento e sua integração com a Gestão da Informação propiciam na Ciência da Informação um novo paradigma, dialético, complexo, amplo, interrelacionado. A seguir procura-se vislumbrar a Gestão da Informação e do Conhecimento de forma integrada, que possa auxiliar os processos e fluxos informacionais de forma conjunta, mas relacionados aos fluxos formais e informais que cada área processa individualmente, na perspectiva da Ciência da Informação (Lira; Duarte, 2020, p. 73).

De acordo com Llarena (2015), ainda que a GC tenha surgido e se desenvolvido no âmbito organizacional, tem-se refletido acerca de sua relevância na Ciência da Informação, no que diz respeito à significação que atribui ao conhecimento e à informação no processo de tomada de decisão. Neste sentido, de acordo com Araújo (2014), a GC, que compreende uma subárea da CI, passou a ser percebida, a partir da década de 1990, como um processo que não poderia ser realizado de forma isolada aos indivíduos, tendo em vista que o conhecimento organizacional é construído coletivamente.

Conforme Llarena e Lira (2020, p. 74), para a Ciência da Informação, a GC apresenta-se como um novo paradigma, “[...] dialético, complexo, amplo e inter-relacionado, uma vez que a informação alimenta o conhecimento e este ao ser partilhado, promove o acréscimo por meio das relações motivadas pela GC”. Nesse sentido, de acordo com as autoras, prevalece na CI o reconhecimento da importância e da efetividade do conhecimento para a área, para as organizações e para a sociedade em geral. Para Souza, Dias e Nassif (2011, p. 57), a GC, no tocante à CI, “deve ser concebida num espaço epistemológico amplo dedicado à compreensão da relação mente-mundo, onde se dá o processo de conhecer”. Para os autores, esse espaço deve ser proporcionado pela GC para que essa relação seja constantemente possibilitada e tenha o conhecimento como resultado.

A GC compreende-se, de acordo Llarena e Duarte (2020, p. 50), como uma “disciplina que se ocupa da investigação, desenvolvimento, aplicação e inovação dos procedimentos e instrumentos necessários para a criação de conhecimento nas organizações, com o intuito de aumentar seu valor e vantagem competitiva”. Para as

autoras, o seu objetivo é a construção de um sistema de produção e conhecimento eficaz para as organizações, vinculado aos objetivos e valores organizacionais e ao seu plano estratégico.

No tocante às organizações, Davenport e Prusak (1998) afirmam que a GC inclui a identificação das potencialidades da organização, a geração de novos conhecimentos para garantir vantagem competitiva 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.

A organização deve buscar situar continuamente o sujeito num espaço que potencialize o conjunto de operações que vão desde as primeiras construções do conhecimento à aplicação deste em um processo decisório. A complexidade se encontra no fato de que a relação sujeito-objeto, sempre presente, nos processos de conhecimento, não se dá de forma única, exigindo, portanto, da gestão do conhecimento a dinâmica do espiral própria de ordens complexas (Souza; Dias; Nassif, 2011, p. 64).

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. Nesse sentido, na abordagem da construção do conhecimento, a organização identifica e fomenta as atividades que fortalecem as suas capacidades organizacionais e que são capazes de gerar conhecimento. Isto posto, cada organização, a partir da complexidade de seu ambiente organizacional, busca os meios pelos quais poderá potencializar seus recursos informacionais.

### 2.1.3 O Conhecimento Organizacional

Para Sampaio, Reis e Marinho (2019), gerenciar uma organização orientada ao conhecimento é saber utilizar seus recursos informacionais para aumentar sua eficiência e sua qualidade, gerando conhecimento com base nas informações e transformando-o em vantagem competitiva. Dessa forma, os autores afirmam que “[...] o conhecimento é determinante para as organizações alcançarem vantagem competitiva no atual panorama do mercado sendo importante analisar como é que o conhecimento organizacional pode ser criado e disseminado” (Sampaio; Reis; Marinho, 2019, p. 205). 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”.

A organização do conhecimento possui informações e conhecimentos que a tornam bem-informada e capaz de percepção e discernimento. Suas ações 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 (Choo, 2003, p. 31).

Nesse sentido, ao identificar as três arenas do uso da informação, as quais são: criação de significado, construção de conhecimento e tomada de decisões, Choo (2003, p. 30) afirma que “[...] a criação e o uso da informação desempenham um papel estratégico no crescimento e na capacidade de adaptação da empresa”. No tocante à segunda arena estratégica da informação, na qual o conhecimento é criado, o autor reitera que “[...] o conhecimento reside na mente dos indivíduos, e esse conhecimento pessoal precisa ser convertido em conhecimento que possa ser compartilhado e transformado em inovação” (Choo, 2003, p. 30).

Para Duarte, Lira e Lira (2014, p. 269), “[...] o que diferencia uma organização de outra é como esse conhecimento é percebido, valorizado, utilizado, enfim, gerenciado”. De acordo com as autoras, a transformação e disseminação do conhecimento, à medida que ele é registrado, em informação, promove uma evolução da sociedade como um todo. Tendo em vista que proporciona “àquele que o acessa, o usufruto, e ao ser internalizado, une-se ao conhecimento e visão de mundo preexistente, alterando a estrutura de conhecimento” (Llarena; Lira, 2020, p. 71).

Saeger e Pinho Neto (2020, p. 102), reforçam que as ações oriundas da GC têm como principal objetivo “criar oportunidades para que os conhecimentos ainda não registrados e que residem na mente das pessoas, ou seja, os conhecimentos tácitos, sejam socializados entre os sujeitos”. De acordo com Valentim (2008), a partir dos processos de Gestão do Conhecimento nos ambientes organizacionais, torna-se possível criar um ambiente de geração, uso, aquisição e compartilhamento de conhecimentos, transformando os conhecimentos tácitos (individuais) em conhecimentos explícitos (informação).

Uma das principais abordagens da Gestão do Conhecimento é a desenvolvida por Nonaka e Takeuchi (1997), em sua obra intitulada *Criação do conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*, na qual os autores propõem a Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional, cuja premissa epistemológica está na distinção entre o conhecimento tácito e explícito.

Fundamentados sob o princípio de que a criação do conhecimento organizacional está diretamente relacionada às conversões do conhecimento tácito e do conhecimento explícito, os autores conceituam que “[...] o conhecimento tácito é pessoal, específico ao contexto e, assim, difícil de ser formulado e comunicado. Já o conhecimento explícito ou ‘codificado’ refere-se ao conhecimento transmissível em linguagem formal e sistemática” (Nonaka; Takeuchi, 1997, p. 65, grifos dos autores).

O conhecimento reside no ser humano, ele advém de diferentes processos cognitivos, de experiências vividas, de informações adquiridas. Quando o conhecimento não é explicitado, isto é, é parte somente de quem o possui, a literatura apresenta-o como ‘conhecimento tácito’. A partir do momento em que o conhecimento é explicitado - na forma de símbolos, signos ou objetos -, a literatura apresenta-o como ‘conhecimento explícito’ (Cavalcante; Valentim, 2010, p. 238).

À vista disso, para Choo (2003, p. 37), o conhecimento tácito “[...] é o conhecimento pessoal, que é difícil formalizar ou comunicar a outros e é constituído do *know-how* subjetivo, dos *insights* e intuições que uma pessoa tem depois de estar imersa numa atividade por um longo período de tempo”. Já o conhecimento explícito pode ser compreendido como “o conhecimento formal, que é fácil transmitir entre indivíduos e grupos” (Choo, 2003, p. 37).

Cianconi (2003, p. 30) afirma que “[...] o conhecimento pode ser categorizado como: tácito e explícito (codificado), ou seja, é inicialmente inerente ao ser humano (tácito) e se transforma em ação ou é codificado, explicitado, transferido sob a forma de informação”. Dessa forma, quando explicitado, o conhecimento tácito passa a ser informação com potencial para quem a recebe.

Esses tipos de conhecimento estão intrinsecamente relacionados, em outras palavras, são compreendidos, de acordo com Silva (2004, p. 145) como: o formato tácito, ou seja, “[...] conhecimento subjetivo, habilidades inerentes a uma pessoa; sistema de ideias, percepção e experiência”, que é “[...] difícil de ser formalizado, transferido ou explicado a outra pessoa”; e o formato explícito, que se trata do “conhecimento relativamente fácil de codificar, transferir e reutilizar”, o qual pode ser formalizado em “[...] textos, gráficos, tabelas, figuras, desenhos, esquemas, diagramas, etc., facilmente organizados em bases de dados e em publicações em geral, tanto em papel quanto em formato eletrônico”.

Lira e Duarte (2020) explicam que, na visão oriental, o entendimento acerca do conhecimento é centralizado no conhecimento tácito, o qual é pessoal, difícil de formalizar e que abarca *insights*, conclusões e palpites subjetivos. De acordo com as

autoras, o conhecimento tácito pode ser segmentado em duas dimensões: “a dimensão técnica, que abrange um tipo de capacidade informal e difícil de definir ou habilidades capturadas no termo *know-how*; e a dimensão cognitiva, que consiste em esquemas, modelos mentais, crenças e percepções” (Lira; Duarte, 2020, p. 74).

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. Para os autores, “[...] uma organização não pode criar conhecimento sozinha” (Nonaka; Takeuchi, 1997, p. 82), por isso, torna-se imprescindível às organizações mobilizar o conhecimento tácito criado e acumulado em nível individual e ampliá-lo organizacionalmente.

Nesse sentido, os autores propõem quatro modos de conversão do conhecimento organizacional, são eles: 1) o modo de socialização, na qual ocorre a conversão de conhecimento tácito em conhecimento tácito; 2) o modo de externalização, onde o conhecimento tácito é convertido em conhecimento explícito; 3) o modo de combinação, no qual se converte conhecimento explícito em conhecimento explícito; 4) e, por fim, o modo de internalização, na qual a conversão se dá do conhecimento explícito para o conhecimento tácito.

É possível observar as representações dos quatro modos de conversão do conhecimento na Figura 2.

Figura 2 - Quatro modos de conversão do conhecimento

	Conhecimento tácito	em	Conhecimento explícito
Conhecimento tácito	<b>Socialização</b>		<b>Externalização</b>
do			
Conhecimento explícito	<b>Internalização</b>		<b>Combinação</b>

Fonte: Nonaka e Takeuchi (1997, p. 69)

Dos modos de conversão apresentados, Nonaka e Takeuchi (1997) observam que a socialização, a combinação e a internalização já atuaram a partir de diversas perspectivas no âmbito organizacional. Entretanto, a externalização teve, muitas vezes, seu papel negligenciado pelas organizações.

Em síntese, de acordo com os autores, a socialização geralmente se inicia desenvolvendo um ambiente de interação, o qual propicia o compartilhamento das experiências e modelos mentais dos indivíduos. Em seguida, no modo de externalização, ocorre a provocação de um diálogo coletivo, no qual o emprego de metáforas e/ou analogias auxilia os indivíduos a articularem seus conhecimentos tácitos ocultos que, geralmente, são difíceis de serem comunicados. Em terceiro, acontece o modo de combinação, que é provocado pela exposição do conhecimento que acabara de ser criado e do conhecimento já existente, resultando, assim, na construção de um novo produto, sistema gerencial ou serviço. Por fim, a internalização desse conhecimento ocorre a partir da prática, através do que os autores chamam de “aprender fazendo” (Nonaka; Takeuchi, 1997).

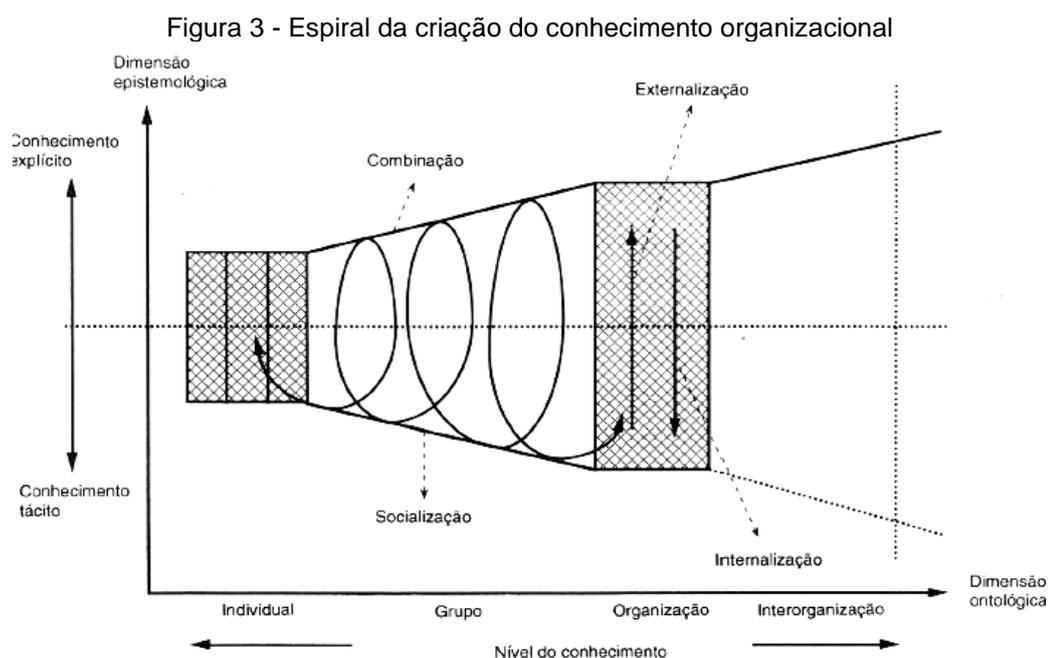
Em consonância, Choo (2003) discorre que a construção do conhecimento ocorre a partir do relacionamento sinérgico entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito e de processos que possibilitam a criação do conhecimento por meio da conversão de conhecimentos tácitos em explícitos. Dessa forma, a conversão do conhecimento ocorre através de uma interação contínua entre os modos de conversão, que, de acordo com o modelo apresentado, pode acontecer por meio do compartilhamento de conhecimentos organizacionais, internos ou externos, pessoais ou institucionais, ou seja, tácitos ou explícitos. Portanto, “[...] uma visão clara do que a organização é e deseja ser para seu ramo de negócios, seu mercado ou sua comunidade a ajudará a estabelecer uma agenda de aprendizagem e construção do conhecimento” (Choo, 2003, p. 61). Os resultados serão novos conhecimentos traduzidos em novos produtos, serviços ou competências.

Decerto, cada modo de conversão gera conteúdos de conhecimento diferentes para as organizações. A partir da socialização se obtém o “conhecimento compartilhado”, tendo em vista o compartilhamento de modelos mentais e habilidades técnicas; com a externalização é gerado o “conhecimento conceitual”, onde são criados novos conceitos; no modo de combinação se origina o “conhecimento sistêmico”, a partir da criação de produtos, sistemas e/ou serviços; e, por fim, com a internalização surge o “conhecimento operacional” que diz respeito ao gerenciamento

de projetos, de processos de produção, do uso de novos produtos e/ou serviços e implementação de políticas (Nonaka; Takeuchi, 1997).

Nonaka e Takeuchi (1997) estruturam, ainda, sua teoria em duas dimensões: a epistemológica, que se apoia na conceituação, distinção e interação entre os conhecimentos tácitos e explícitos; e a ontológica, na qual o conhecimento é criado por meio dos indivíduos, expandindo-se para os níveis grupais, organizacionais e, por conseguinte, interorganizacionais. Esta dimensão esclarece, portanto, às organizações compete apenas criar contextos para que o conhecimento seja criado por seus membros, em que se pese o fato de que sem indivíduos não há criação de conhecimento.

Na relação entre as dimensões epistemológica e ontológica ocorre a “espiral” da criação do conhecimento, na qual os conteúdos de conhecimento criados pelos quatro modos de conversão interagem entre si, como pode ser observado a seguir na Figura 3. Em conformidade com o que pontuam os autores, ao afirmarem que “a criação do conhecimento organizacional é um processo em espiral, que começa no nível individual e vai subindo, ampliando comunidades de interação que cruzam fronteiras entre seções, departamentos, divisões e organizações” (Nonaka; Takeuchi, 1997, p. 82).



Fonte: Nonaka e Takeuchi (1997, p. 82)

Lira e Duarte (2020, p. 76) explicam que, na dimensão epistemológica, “[...] a criação do conhecimento verifica-se pela constante relação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito”, já a dimensão ontológica, “[...] relaciona os níveis de entidades criadoras do conhecimento, quais sejam, individual, grupal, organizacional e interorganizacional”. O conhecimento é, conseqüentemente, criado e desenvolvido pelos indivíduos através dos quatro modos de conversão e, mais especificamente, em formato de espiral. “O conhecimento é, portanto, cíclico e progressivo e suas estruturas estão em constante alteração, conforme a assimilação, o entendimento e a apreensão que se constrói na mente do indivíduo” (Lira; Duarte, 2020, p. 50).

Saeger e Pinho Neto (2020, p. 106) destacam que a gestão do processo de criação do conhecimento organizacional deve ocorrer por meio de condições, criadas pelas organizações, que favoreçam e promovam a espiral do conhecimento. Ao deixar o nível individual, o conhecimento avança para o grupal e amplia-se para o organizacional através de seus indivíduos e de suas interações.

No entanto, de acordo com Carvalho e Nassif (2020), faz-se necessário considerar que existem inúmeros aspectos no tocante ao processo de conhecer, incluindo questões inerentes à existência de cada indivíduo, tais como seu sistema humano e biológico, sua história de vida, os espaços transitados e não transitados pelo mesmo, crenças e padrões de comportamento. Diante disso, as autoras afirmam que, ao considerar que as organizações são sistemas compostos por indivíduos e que esses indivíduos carregam características próprias, “[...] é necessário observar o conhecimento que possuem e como gerenciá-lo, bem como observar o conjunto de relações e indivíduos que formam o seu contexto para perceberem o que ainda desconhecem” (Carvalho; Nassif, 2020, p. 24).

Para que o contexto adequado seja oferecido pelas organizações para facilitar as atividades em grupo e para possibilitar a criação e a ampliação do conhecimento em nível individual, Nonaka e Takeuchi (1997) sugerem cinco condições capacitadoras da criação do conhecimento organizacional: a) intenção, sendo essa a condição que fornece o critério para julgar a veracidade de determinado conhecimento, é expressa por padrões organizacionais ou visões e é, necessariamente, carregada de valor; b) autonomia, que é a permissão da organização para que os indivíduos possam agir de forma autônoma conforme as circunstâncias, o que também possibilita a estes a automotivação para criarem novos

conhecimentos; c) flutuação e caos criativo, cuja condição estimula a interação entre a organização e o ambiente externo, caracterizando-se não pela desordem, mas pela interrupção do estado de ser habitual e confortável, demandando o diálogo como meio de interação social; d) redundância, o que se refere à propagação difusa de informações sobre a organização, promovendo, assim, o compartilhamento de conhecimento tácito; e) variedade de requisitos, que se traduz na diversidade interna da organização, a qual possibilita a resolução de desafios a partir do acesso aos mais variados tipos de informações.

Todavia, em conformidade com Cianconi (2003, p. 32), “[...] criação de novos conhecimentos não acontece pelo simples fato de se possibilitar o acesso às informações, aos cursos e treinamento e capacitação”, uma vez que “exige intensa interação entre os indivíduos”. Para a autora, uma das características do conhecimento humano é exatamente o fato de ser tácito e sua transmissão ocorre através de filtros criados pelos indivíduos, regidos por suas próprias regras.

Conforme Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2000), para que o compartilhamento de conhecimentos entre os indivíduos de uma organização seja facilitado é preciso que se criem relações construtivas no ambiente organizacional, permitindo que os indivíduos se sintam mais abertos para expor suas ideias e discutir livremente sobre diversos assuntos. Para os autores, esse tipo de relacionamento possibilita a disseminação de conhecimentos explícitos e tácitos. Alguns aspectos facilitadores são apontados pelos autores, os quais são: a) incutir uma visão de conhecimento; b) gerenciar conversas; c) mobilizar ativistas do conhecimento; d) criar contextos adequados; e e) globalizar o conhecimento local.

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. Essas ações, decisões e interações consensuais nas organizações demonstram que “[...] as crenças e padrões de comportamento, mesmo sendo próprios de seus membros, possibilitam que haja criação, registro e manutenção de conhecimentos” (Carvalho; Nassif, 2020, p. 41). Para as autoras, tudo aquilo que não é conhecido no contexto organizacional se refere ao que não foi experimentado nesse ambiente e a tudo aquilo que os indivíduos que compõem a organização, por suas crenças e padrões, não permitem que sejam compartilhados.

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 estas 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 configuram-se como aliados estratégicos e vitais para que ocorra a geração de conhecimento organizacional.

Considerar a administração informacional um processo pode parecer elementar. Ainda assim, poucas organizações sistematizaram essa abordagem. Mais importante, identificar todos os passos de um processo informacional — todas as fontes envolvidas, todas as pessoas que afetam cada passo, todos os problemas que surgem — pode indicar o caminho para mudanças que realmente fazem diferença (Davenport, 2002, p. 173).

Ao buscar se transformar em uma organização do conhecimento, faz-se necessário à organização prezar pela gestão de seus recursos informacionais, ou seja, compreender a necessidade de identificar quais são suas fontes de informação organizacionais. O compartilhamento de informações em uma organização pode ser oriundo dos mais diversos tipos de fontes, as quais poderão, caso sejam utilizadas estrategicamente para atingir determinados fins organizacionais, proporcionar a criação de novos conhecimentos.

## 2.2 FONTES DE INFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL

Ao longo da história, os registros informacionais foram dispostos em diferentes meios e suportes, abrangendo todas as áreas do conhecimento para apropriação do indivíduo e fomentando a geração de conhecimento. Esses registros pautaram a história e continuam atuando como suporte atualmente, modificando-se à medida que a sociedade encontra novos recursos para registrar seus acontecimentos, suas leis, seus pensamentos, suas informações (Araújo; Fachin, 2016).

A história das fontes de informação se mescla com a história dos livros, das bibliografias iniciando-se na Antiguidade, quando foram realizados os primeiros registros do conhecimento e se estende até os dias atuais, incluindo listas de manuscritos (consideradas ancestrais da bibliografia), autobibliografias, além de repertórios impressos até as bibliografias especializadas e as publicações eletrônicas (Paiva; Santos; Nascimento, 2014, p. 55).

No que se refere à atual conjuntura da sociedade, o crescimento exponencial das tecnologias de informação e comunicação proporcionou um aumento significativo

dos fluxos informacionais no cotidiano, gerando impactos a nível global. Para Cianconi (2003, p. 43), “[...] os fatos e processos ocorridos em qualquer parte do mundo afetam boa parte dos indivíduos e das instituições, as formas culturais, o trabalho, gerando a necessidade de estudos destes fenômenos e suas implicações na geração e uso da informação e do conhecimento”. Decerto, a contemporaneidade tem sido permeada pela abundância de informações e de conhecimentos, pelo domínio das tecnologias e pelo acesso às mais diversas fontes de informação.

Em sua obra revisada *Manual de fontes de informação*, Cunha (2020) analisa diversos tipos de materiais: enciclopédias, dicionários, repertórios biográficos, fontes geográficas, fontes estatísticas, fontes jurídicas e serviços de busca na internet, elencando, dessa forma, 466 fontes de informação impressas e digitais. O fato é que, com o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e dos meios de comunicação, as formas de disseminar informação se multiplicaram. Para o autor, além dos recursos impressos, a migração acelerada dos recursos tradicionais de informação e o desenvolvimento de novas informações no ambiente digital “estão gerando fontes complementares ou únicas extremamente críticas para as necessidades de informação da população de jovens e adultos” (Cunha, 2020, p. XV).

Nesse sentido, Araújo e Fachin (2016, p. 82) explanam acerca da importância de se “[...] reconhecer que as fontes de informações não são apenas aquelas que estão disseminadas em suportes convencionais”, tendo em vista que registros anteriores à fotografia impressa, como pinturas rupestres, pinturas de paisagens, momentos, acontecimentos, já se configuram como fontes dotadas de informação.

Uma fonte de informação pode ser um documento, um link, fotografia, áudio, base de dados ou um repositório, em tempos de web 4.0, acrescenta-se fonte de informação o armazenamento de documentos em nuvem. Fonte de informação pode ser qualquer coisa, tem a característica de informar algo para alguém, por esse motivo é abrangente a sua aplicação (Araújo; Fachin, 2016, p. 83).

O conceito de fontes de informação, de acordo com Cunha (2001, p. 8), é muito amplo, uma vez que “[...] pode abranger manuscritos e publicações impressas, além de objetos, como amostras minerais, obras de arte ou peças museológicas”, fontes descritas, pelo autor, como formais ou semiformais. O autor completa que “[...] as [fontes] informais, decorrentes, entre outros, de contatos pessoais, cartas, comunicações orais e mensagens eletrônicas, que precederam historicamente as fontes formais, ainda são muito importantes” (Cunha, 2001, p. 8, grifo nosso).

Para Dutra e Barbosa (2020, p. 109), se “[...] por um lado, é difícil selecionar, dentre a crescente multiplicidade de fontes de informação existentes, aquelas que contêm, de fato, o que se necessita”, os autores refletem que “[...] por outro lado, a farta disponibilidade de informações não assegura, em si, que elas sejam efetivamente valiosas para seus usuários”. Dessa forma, uma importante alternativa é identificar a origem das informações obtidas, efetuando um mapeamento dos principais meios utilizados pela informação para chegar ao ambiente organizacional e aos seus públicos.

Ponjuán Dante (2004) esclarece que fontes de informação são quaisquer objetos e/ou indivíduos que geram, contenham, forneçam ou transfiram informações. De acordo com a autora, as fontes típicas de qualquer organização são: as fontes documentais; as fontes pessoais; e as fontes institucionais. À vista disso, de acordo com as particularidades de cada organização, serão identificados os mais diversos tipos de fontes de informação organizacionais.

Neste sentido, Rodrigues e Blattmann (2011, p. 48) afirmam que, sem que haja “[...] uma clara compreensão dos processos organizacionais e humanos pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, as empresas não são capazes de perceber a importância de suas fontes e tecnologias de informação”. As fontes de informação abrangem diversos aspectos organizacionais e podem ser compreendidas como um importante recurso informacional para as organizações e por meio das quais é possível atingir os mais diversos públicos e/ou setores.

De acordo com Oliveira e Ferreira (2009, p. 70), “[...] as fontes são documentos, pessoas ou instituições que fornecem informações pertinentes a determinada área, fatores essenciais para se produzir conhecimento”. Para os autores, as fontes de informação, sejam elas quais forem, estão diretamente relacionadas à criação de novos conhecimentos.

A atenção dada à Gestão do Conhecimento parece demonstrar que as organizações estão valorizando seus recursos humanos enquanto fontes de conhecimento e que pretendem encontrar mecanismos de direcionar esse conhecimento para aumento da capacidade de inovação, de produtividade (e lucratividade, por conseguinte, para aquelas organizações que visem lucro), além de reter este conhecimento na organização, como conhecimento corporativo, mesmo que as pessoas dela se afastem (Cianconi, 2003, p. 102).

Para Stollenwerk (2001), as principais fontes para a criação de novos conhecimentos foram identificadas como: a autoaprendizagem; a aprendizagem por meio de especialistas; o relacionamento com clientes; a aprendizagem por meio da

experimentação; adoção do pensamento sistêmico e criativo. O fato é que, cada organização, a partir da complexidade de seu ambiente organizacional, deve buscar os meios pelos quais poderá potencializar seus recursos informacionais e gerar conhecimento, seja através de fontes internas ou externas. Diante de sua multiplicidade, faz-se necessário, a fim de que haja um melhor uso dessas fontes de informação, que seja realizada a classificação destas.

### 2.2.1 Classificação das fontes de informação

De acordo com Paiva, Santos e Nascimento (2014), nos anos de 1980, foram desenvolvidos estudos, no contexto das organizações, que contribuíram para que novos critérios de classificação das fontes de informação fossem estabelecidos, classificando-as em: fontes externas ou fontes internas à organização, documentais e informais. “As fontes documentais compreendem documentos de várias naturezas, como livros, periódicos, filmes, etc.; e as fontes informais emanam de contatos informais, conversas, depoimentos, entrevistas, entre outras” (Paiva; Santos; Nascimento, 2014, p. 56).

Decerto, as fontes de informação abrangem diversos aspectos organizacionais, podendo ser compreendidas como um importante recurso informacional para as organizações e através das quais é possível atingir os mais diversos públicos e/ou setores. Para Ponjuán Dante (2004), as fontes de informação podem ser internas, ou seja, aquelas que são geradas e fluem dentro do sistema; ou externas, isto é, aquelas que são capturadas do ambiente e entram no sistema para serem processadas e/ou utilizadas por este. De acordo com a autora, “[...] uma eficaz Gestão da Informação exige não apenas conhecer as fontes, serviços e sistemas, seu ciclo de vida e seus critérios de qualidade, mas tenham bem definidas as políticas em torno do papel de cada qual no manejo da informação” (Ponjuán Dante, 2004, p. 32, tradução nossa).

Beal (2009) sugere que as organizações descrevam seus tipos de recursos informacionais, suas fontes e localizações, bem como as unidades responsáveis e os serviços e sistemas existentes, elaborando o que a autora denomina de “mapa da informação corporativa”. Tendo em vista que as informações organizacionais provêm de diversas fontes, através desse mapeamento, em conformidade com a autora, as organizações aumentam, substancialmente, as possibilidades de uso efetivo e eficiente dos recursos informacionais das organizações. Para a autora, as fontes de informação podem ser classificadas em formais, tais como imprensa, banco de dados,

documentos oficiais e publicações científicas; confiáveis, aqueles indivíduos ou organizações com credibilidade em determinado assunto; e informais, tais como seminários, congressos, exposições, visita a clientes, entre outros.

Choo (2003) classifica as fontes de informação organizacional em quatro categorias: externas e pessoais (clientes, concorrentes, contatos comerciais e/ou profissionais e funcionários de órgãos governamentais); externas e impessoais (jornais, periódicos, publicações governamentais, rádio, televisão, associações comerciais e industriais, conferências e viagens); internas e pessoais (superiores hierárquicos, membros da diretoria, gerentes subordinados e equipes de funcionários); e internas impessoais (memorandos e circulares internos, relatórios e estudos internos, biblioteca da organização e serviços de informação eletrônica).

Valentim (2002) contextualiza que a natureza dos dados, das informações e dos conhecimentos no ambiente organizacional podem ser categorizadas em três tipos: a) estruturados, quando já se encontram sistematizados e estão disponíveis para acesso interno e externamente; b) estruturáveis, os quais são produzidos dentro das organizações, mas não apresentam nenhum tratamento; e c) não estruturados, que são aqueles produzidos fora das organizações e não possuem identificação e tratamento. Para a autora, esses recursos podem ser provenientes de fontes formais, encontradas em bancos de dados científicos e técnicos e em documentos, formalizadas e com registros; e fontes informais, que podem ser encontradas em eventos, tais como seminários, congressos, visitas aos clientes e fornecedores, exposições e feiras, sem registro em suportes físicos.

Por conseguinte, para Pacheco e Valentim (2010), no âmbito organizacional, as fontes de informação podem ser classificadas como: a) fontes pessoais: nas quais as pessoas que fornecem informações aos gestores, no ambiente interno; e a outros profissionais e contatos, no ambiente externo; b) fontes impessoais: que são as consultas feitas às publicações, como livros, jornais, revistas, rádio, televisão da organização, entre outros. Para as autoras, “[...] o uso de fontes de informação está atrelado às necessidades de informação das pessoas” (Pacheco; Valentin, 2010, p. 327).

Kaye (1995) elaborou a seguinte categorização das fontes de informação, classificando-as de acordo com: a) formato, ou seja, oral ou documentada, textual ou audiovisual/multimídia, livros ou bases de dados eletrônicas; d) *status*, sendo pessoal ou impessoal, formal ou informal, publicada ou não publicada, confidencial; e c)

localização, podendo ser interna ou externa. Entretanto, de acordo com o autor, “podemos deduzir que uma fonte de informação poderia muito bem mudar seu status em relação ao destinatário de acordo com as circunstâncias” (Kaye, 1995, p. 17, tradução nossa). Decerto, a forma como o destinatário recebe essa informação e o contexto no qual a informação é fornecida são parâmetros importantes a serem considerados, principalmente pelas organizações.

De acordo com Ribeiro (2009), as fontes de informação organizacionais podem ser classificadas como: a) fontes pessoais externas: indivíduos como consultores, parceiros, clientes, consultores etc. e feiras, congressos ou palestras; b) fontes pessoais internas: indivíduos como colegas de trabalho, superiores hierárquicos, sócios; c) fontes pessoais eletrônicas: e-mails, fóruns, grupos de discussão virtuais; d) fontes impessoais externas: documentos produzidos fora da organização; e) fontes impessoais internas: documentos produzidos dentro da organização; f) fontes impessoais eletrônicas: documentos eletrônicos em geral.

Cunha (2001), pautado na informação científica e tecnológica (ICT), baseou sua tipologia de fontes de informação no trabalho de Grogan<sup>2</sup> (1970), que as dividiu em três categorias: a) documentos primários: os quais contêm novas informações ou novas interpretações de ideias ou fatos acontecidos; b) documentos secundários: que contêm informações organizadas dos documentos primários e guiam o leitor para ele; e c) documentos terciários: que sinalizam ao leitor os documentos primários ou secundários e não trazem nenhum assunto ou conhecimento como um todo. Em sua pesquisa, o autor definiu a apresentação de trabalhos em eventos científicos como fontes primárias de informação, exemplificando a importância de eventos como conferências, congressos, encontros, seminários, painéis, *workshops* etc., como meios mais efetivos para aperfeiçoar a comunicação e para compartilhar as informações de ICT com a comunidade acadêmica.

Dutra (2014) elaborou o modelo de classificação de fontes de informação apresentado na Figura 4, no qual se observa, no entanto, que os eventos (congressos, feiras e viagens) estão categorizados como a interseção entre as fontes pessoais externas e internas e as fontes documentais internas e externas.

---

<sup>2</sup> GROGAN, D. **Science and technology**: an introduction to the literature. London: Clive Bingley, 1970.

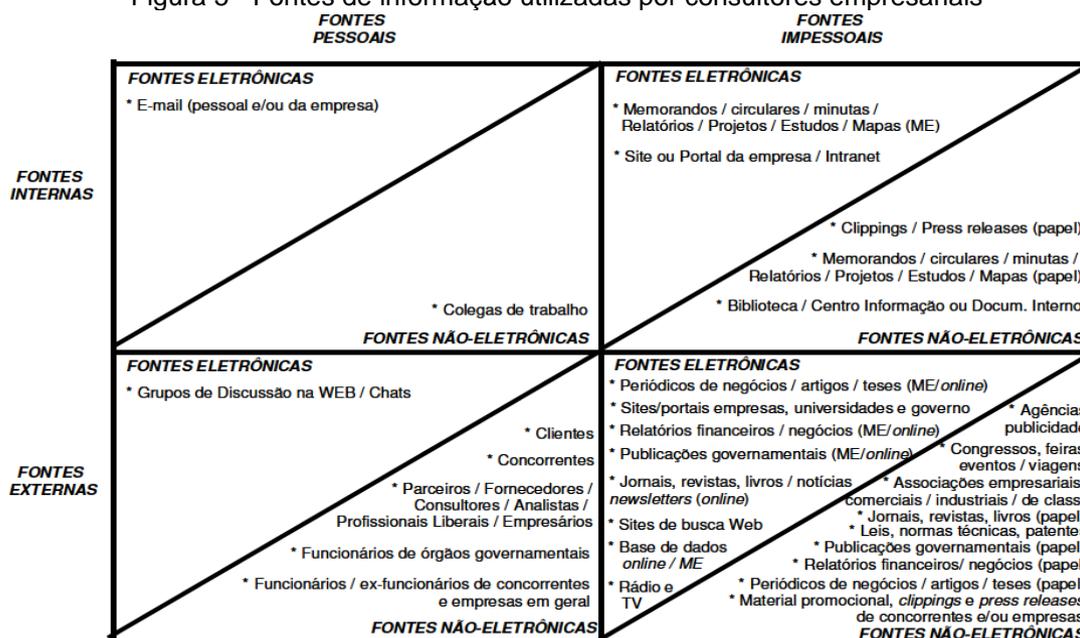
Figura 4 - Modelo de Classificação das fontes de informação



Fonte: Extraído de Dutra e Barbosa (2020, p. 115)

Pereira e Barbosa ([2007]) identificaram mais de trinta fontes de informações utilizadas por consultores empresariais, as quais foram classificadas de acordo com os critérios de origem (fontes internas ou externas); relacionamento e/ou proximidade (fontes pessoais e impessoais); e mídia (fontes eletrônicas e não eletrônicas). Em sua classificação, os autores categorizam os eventos, entre eles congressos e feiras, como fontes externas, impessoais e não eletrônicas, como pode ser observado abaixo na Figura 5:

Figura 5 - Fontes de informação utilizadas por consultores empresariais



Fonte: Pereira e Barbosa (2008, p. 4)

Focada no estudo das práticas organizacionais inovadoras, Simão (2012) discorre sobre a importância das fontes de informação e de conhecimento para as organizações, em especial, as fontes internas, as quais influenciam diretamente a inovação organizacional. A autora classifica as fontes de informação em duas principais categorias: internas e externas, sendo as últimas subdivididas em três tipos: a) fontes do mercado; b) fontes institucionais; e c) outras fontes. Conforme apresentado em seu quadro de classificação das fontes de informação e do conhecimento, Simão (2012) categoriza os eventos como conferências, feiras e exposições em outras fontes de informação externas, conforme pode ser observado na figura 6.

Figura 6 - Fontes de informação e de conhecimento

Fontes de informação e de conhecimento			
Internas	Externas		
	Mercado	Institucionais	Outras
	. Fornecedores		
	. Clientes ou consumidores	. Universidades ou outras instituições do ensino superior	. Conferências, feiras, exposições
	. Concorrentes ou empresas do mesmo setor de atividade	. Laboratórios do Estado ou outros organismos públicos com atividades de investigação e desenvolvimento	. Revistas científicas e publicações técnicas/profissionais/comerciais
. Dentro da própria empresa ou do grupo a que esta pertence	. Consultores, laboratórios ou instituições privadas de investigação e desenvolvimento		. Associações profissionais ou empresariais

Fonte: Simão (2012, p. 6)

Simão (2012, p. 9) apresenta como hipótese acerca da contribuição oriunda das fontes externas, nas quais as conferências, as feiras e as exposições estão inseridas, que estas “[...] influenciam positivamente a propensão para a empresa inovar ao nível organizacional”. Decerto, ao incluir em suas classificações tipologias diversas de eventos, evidencia-se que a utilização desse recurso como fontes de informações constitui-se como uma alternativa significativa a ser utilizada pelas organizações. Inclui-se a esta afirmação a relevância atribuída, por exemplo, a anais publicados em eventos científicos e acadêmicos, os quais são utilizados posteriormente como importantes fontes de informação para pesquisadores e estudiosos da área.

A decisão de reconfigurar as comunicações veiculadas em anais de eventos, surgiu da necessidade de proporcionar maior visibilidade a esta produção

científica, no entendimento de que a circulação de comunicações em eventos é restrita, demandando outra fonte de disseminação para ampliar o acesso aos relevantes trabalhos aqui reunidos (Duarte; Llarena; Lira, 2018, p. 9).

Evidencia-se, dessa forma, a potencialidade dos eventos em atuar como fontes de informações para a geração de novos conhecimentos, tanto no tocante aos eventos científicos, conforme citado acima, quanto no que se refere aos eventos que envolvem o ambiente organizacional, foco temático desta pesquisa. Conforme destacam Araújo e Fachin (2016, p. 83), o motivo mais importante sobre o que constitui uma fonte de informação “[...] é saber usá-la, pois, as fontes de informação são relevantes para seleção de informações diante da necessidade de uma pessoa, organização ou grupos de pesquisadores, para os afazeres cotidianos”.

Sendo assim, após a identificação das fontes de informação, é fundamental que se analise a qualidade das mesmas, garantindo maior segurança à tomada de decisão, permitindo a seleção de fontes mais assertivas e, conseqüentemente, coletas mais bem sucedidas (DUTRA, BARBOSA, 2017, p. 21).

Buckland (1991) considera os eventos, no sentido de acontecimentos, como informativos e observa que, embora os eventos não possam ser recuperados, há chances de reproduzi-los, adicionando outro elemento à completa extensão de fontes de informação. Para o autor, os eventos são ou podem ser fenômenos informativos, devendo estar incluídos nas abordagens da Ciência da Informação.

Nesse mesmo sentido, Campos e Barbosa (2007) destacam que a coleta e o uso de informações sobre eventos e tendências no ambiente externo podem ajudar os gerentes a planejar futuros cursos de ação da organização. Para os autores, a partir do monitoramento do ambiente no qual a organização está inserida é possível “[...] distinguir sinais e eventos que possibilitem a construção de sentido compartilhado, a tomada de decisões e a definição de estratégias” (Campos; Barbosa, 2007, p. 3). De acordo com os autores, os eventos externos podem ser compreendidos como fontes de informações relevantes para as organizações, ademais pode contribuir para a transformação do desempenho organizacional.

Os autores Buckland (1991) e Campos e Barbosa (2007) abordam os eventos a partir de sua conceituação como fenômenos ou acontecimentos naturais, os quais podem e têm potencial para serem informativos. Portanto, alicerçando-se nessa compreensão, mas baseando-se na conceituação de eventos como acontecimentos planejados, como será explanado na seção seguinte, observa-se que, quando

possível, aos serem antecipados, planejados e gerenciados, determinados tipos de eventos podem alcançar uma função estratégica como fontes de informações para as organizações.

Certamente, “[...] é preciso conhecer as necessidades de uso e os usuários da informação para mapear as fontes de informação pertinentes ao contexto” (Rodrigues; Blattmann, 2014, p. 8). Dessa forma, tendo como foco as potencialidades existentes nos eventos como fontes relevantes de informação organizacional, as classificações abordadas pela literatura não abarcam as mais diversas tipologias existentes de eventos e seus múltiplos objetivos dentro das organizações. Diante dessa multiplicidade, faz-se necessário, a fim de que haja um melhor uso dessas fontes de informação, uma classificação abrangendo os diversos tipos de eventos.

### 2.3 EVENTOS ORGANIZACIONAIS

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.

De acordo com Barbosa (2008), gerenciar o conhecimento não significa exercer total controle sobre o conhecimento pessoal, pelo contrário, implica planejar e controlar o contexto, ou seja, as situações nas quais o conhecimento é compartilhado para que este possa ser produzido, registrado, organizado, compartilhado, disseminado e usado no processo de tomada de decisões nas organizações.

Nesse sentido, para que as pessoas possam interagir de maneira positiva é necessário que a informação gere conhecimento. É preciso que o processo de comunicação ocorra de maneira satisfatória, o que resulta em uma comunicação produtiva, corroborando para as transformações e o desenvolvimento em todos os aspectos, principalmente, o educacional, por ser um elemento extremamente necessário à produção do conhecimento. (Lira; Duarte, 2020, p. 59).

Dessa forma, se utilizados no contexto da gestão estratégica da informação, os eventos podem assumir, como fontes de informação, um importante papel na geração do conhecimento organizacional. É nesse cenário que os elementos conceituais desta investigação se associam e compõem o objeto desta pesquisa científica, cujo objetivo

geral, já explanado anteriormente, propõe a análise, sob a perspectiva do papel desempenhado pelos eventos, de como as fontes de informação das organizações podem ser utilizadas como meio de geração de conhecimento organizacional.

O surgimento dos eventos, de acordo com Matias (2007), está diretamente ligado aos primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C. O fato é que esse evento esportivo, realizado na Grécia Antiga, tinha caráter religioso, uma vez que todos os conflitos e combates eram cessados durante a realização dos jogos. O sucesso dos Jogos Olímpicos realizados em Olímpia, inspirou outras cidades gregas, que passaram a organizar seus próprios jogos, seguidos de concursos. Outras festividades, como as Festas Saturnálias, foram realizadas em 500 a.C., dando origem ao que, atualmente, é denominado carnaval.

O primeiro evento com a denominação de congresso foi realizado em 377 a.C. em Corinto. Esse evento pioneiro reuniu delegados das cidades gregas com o objetivo de eleger Felipe como o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia. Foi em 56 a.C. que o último evento da Idade Antiga foi realizado, tratava-se da Conferência de Luca, realizada no norte da Itália, com o objetivo de reconciliar os rivais Pompeu e Crasso, intermediado por César. O declínio da civilização antiga, com o surgimento do Cristianismo, deixou, no entanto, um legado para os eventos, fornecendo importantes instrumentos como a importância da hospitalidade, a infraestrutura de acesso e os primeiros espaços para eventos (Matias, 2007).

Ainda durante as civilizações Grega e Romana, de acordo com Meirelles (2014), o destaque eram as realizações de funerais, repastos (ato religioso, no qual o alimento era dividido com os deuses, em sinal de doação, respeito e crença), e casamentos, este último considerado uma cerimônia sagrada.

Os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na Antiguidade e que atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo os dias atuais. Nessa trajetória, foram adquirindo características econômicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época (Matias, 2007, p. 4).

A Idade Média foi marcada por uma série de eventos de cunho religioso, como concílios e representações teatrais, além de eventos comerciais, como as tradicionais feiras. Neste mesmo período, durante o Império Bizantino, no Oriente, as cerimônias com ritos e pompas ganhavam espaço, promovendo a ostentação dos anfitriões. Logo após, essas cerimônias influenciam países como Itália, Áustria, Espanha e França (Matias, 2007; Meirelles, 2014).

Por conseguinte, com a evolução histórica, essas solenidades cerimoniais, que cumprem sempre um ritual, foram protagonizadas pela Igreja Católica, com cerimônias repletas de rigorosos ritos e pompas. De acordo com Meirelles (2014), outro marco importante são os eventos que se iniciaram após o surgimento das universidades. Em 1180 surgiu a Universidade de Paris, posteriormente denominada Universidade de Sorbonne, que foi responsável pela implantação de um cerimonial rígido, no qual, por exemplo, “somente o reitor, conduzido por uma comissão de honra, se assentava na cátedra, e ministrava, uma vez por ano, a aula magna” (Meirelles, 2014, p. 27).

Os eventos continuaram se expandindo e abrangendo os mais diversos setores da sociedade, a exemplo dos eventos públicos; judiciários; legislativos; militares; corporativos; e sociais. Na atualidade, os eventos compõem os mais diversos setores e segmentos sociais, reunindo diversas pessoas com os mesmos objetivos e propósitos sobre uma atividade, tema ou assunto.

Não é à toa que os eventos constituem uma das mais antigas e importantes estratégias de comunicação organizacional e de relacionamento com os públicos de interesse. Eles já nasceram como um instrumento realizado dentro de uma lógica do espetáculo, em que um ambiente é criado, artificialmente, para exposição de conteúdos e entretenimento do interlocutor (Farias; Gancho, 2014, p. 30).

Os eventos, a partir da conceituação de Cesca (2008), podem ser compreendidos como um acontecimento planejado, que ocorre em determinado local e tempo, para comunicar um determinado assunto, possibilitando a integração, o envolvimento e a mobilização de determinados públicos com fins pretendidos e objetivos estrategicamente definidos. No tocante às organizações, de acordo com Yanes (2014, p. 11), “[...] os eventos comunicam a seu público-alvo aquilo que tem de moderno e inovador, relançam bens e serviços, promovem pessoas e organizações”. De acordo com a autora, os eventos possibilitam que as organizações se conectem com o mundo através de seus públicos. Dessa forma, uma vez que sejam orientados para gerar resultados positivos às organizações, os eventos alcançam sua função estratégica.

Os eventos simbolizam o processo de espetacularização dos negócios na sociedade contemporânea – marcada pela globalização e caracterizada pela valorização do consumo. Consequentemente, contribuem para a construção do discurso empresarial e para o fortalecimento de marcas (Pereira, 2015, p. 3).

Decerto, os eventos já compõem à realidade de muitas organizações, de instituições de ensino e da vida pessoal dos indivíduos, em forma de reuniões, encontros, *workshops*, congressos, entre tantos outros exemplos. Cotidianamente, múltiplos tipos de eventos são realizados, com diversas abordagens, dimensões e abrangências, mas nem sempre há a compreensão de suas potencialidades e de sua capacidade estratégica, evidenciando a necessidade de estudos mais aprofundados sobre essa temática e que possam propiciar, por conseguinte, um acesso amplo ao seu conteúdo e seus possíveis resultados.

Em suma, um evento “[...] é um acontecimento onde se reúnem pessoas com os mesmos objetivos e propósitos sobre uma atividade, tema ou assunto” (Zitta, 2018, p. 23). Trata-se, portanto, de um acontecimento programado, planejado de acordo com os interesses e objetivos de quem o organiza e dirigido a um público de interesse. Os eventos podem ser categorizados, conforme Zitta (2018), de acordo com: a) finalidade: eventos públicos; empresariais; sociais; b) periodicidade: esporádicos; periódicos; de oportunidade; c) abrangência: locais; regionais; nacionais; internacionais; d) âmbito: interno; externo; e e) público-alvo desejado: corporativo; consumidor; entre outros.

Não obstante, 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. Ao perceber os eventos como esse canal ativo de compartilhamento de informações e conhecimentos, torna-se possível identificá-los e utilizá-los como potenciais fontes de informação organizacional.

Os eventos podem ser classificados tanto por seu conteúdo programático quanto pelos objetivos que o determinam. A natureza do evento está intimamente ligada à entidade que o promove, isto é, à intenção desta última com o público de interesse (Fortes; Silva, 2011, p. 39).

Conforme Giácomo (2007, p. 33), o “[...] evento tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação”. Em outras palavras, um evento

promove o envolvimento coletivo ao criar condições que possibilitam a aproximação e a conexão dos participantes. Se criados e pensados estrategicamente, os eventos podem funcionar como um instrumento de aproximação entre os indivíduos. Decerto, os eventos podem funcionar como canal potencializado e de uso estratégico para a comunicação oral, escrita, visual e interpessoal, isto é, para a informação. Em que pese o fato de que, por meio de sua pluralidade, os eventos funcionam como canais de mão dupla, permitindo o diálogo de forma simétrica.

É possível afirmar que os eventos possibilitam que as organizações se conectem com o mundo através de seus públicos. No tocante ao contexto organizacional, Simões (1995, p. 70) explana que um evento pode ser definido como “[...] um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público”. Dessa forma, se orientados para gerar resultados positivos às organizações, os eventos alcançam sua função estratégica.

Para que sejam estratégicos, os eventos precisam estar alinhados às metas de comunicação de uma organização e ser concebidos e planejados conforme os preceitos éticos da atividade, além de contribuir para os objetivos dos negócios das organizações e dos públicos com os quais elas se relacionam (Pereira, 2011, p. 140).

Para Giácomo (2007), para que seja eficiente, um evento precisa da participação e da interação de seus participantes, sendo, portanto, o público de interesse o de maior relevância para sua realização. Sem o público, os eventos perdem seu significado, uma vez que estabelecem uma ligação entre a organização e seus públicos através do que é comunicado em sua realização.

Em consonância, Silva (2005, p. 26) afirma que os eventos se apresentam como uma poderosa estratégia a ser explorada pelas organizações que desejam ser notadas na era atual. A autora afirma que se trata “[...] de um veículo relativamente efêmero. Mas essa mesma característica é, de qualquer modo, um dos pontos fortes do evento, na medida em que aumenta seu impacto junto ao público de interesse da organização”.

Os eventos comunicam a seu público-alvo aquilo que tem de moderno e inovador, lançam bens e serviços, promovem pessoas e organizações, fazendo com que não somente o indivíduo se torne preparado para as mudanças atuais, mas também com que organizações possam “conectar-se” e comunicar-se com o “mundo” através do seu público-alvo, permitindo conhecer as necessidades e ajustar suas estratégias, produtos e/ou serviços. (Yanes, 2014, p. 11, grifos do autor).

Para Kunsch (2003, p. 385), os eventos propiciam o envolvimento direto dos públicos em sua realização, por esse motivo, são “[...] um excelente meio de comunicação dirigida aproximativa entre a organização que os promove e o público que deles participa”. Nesse sentido, por comunicação dirigida entende-se como sendo “[...] a comunicação direta e segmentada com os públicos específicos que queremos atingir” (Kunsch, 2003, p. 186).

De acordo com Andrade (1993), a comunicação dirigida é o processo que tem como objetivo transmitir ou conduzir informações para estabelecer uma comunicação orientada e rotineira com determinados públicos homogêneos e definidos. Dessa forma, a finalidade da comunicação dirigida, da qual os eventos compõem o escopo, é possibilitar a utilização de instrumentos adequados para o conhecimento do público, o qual se pretende atingir através do compartilhamento de informações estratégicas.

De acordo com o autor, existem quatro tipos de comunicação dirigida: escrita, oral, auxiliar e aproximativa. Todos esses tipos de comunicação entre emissor e receptor podem ser observados, por intermédio de diversas ferramentas, nos eventos, nesse sentido, elaborou-se o Quadro 1, abordando os tipos de comunicação dirigida presentes nos eventos organizacionais.

Quadro 1 - Tipos de comunicação dirigida nos eventos organizacionais

<b>Tipos de comunicação dirigida</b>	<b>Ferramentas presentes nos eventos</b>
<b>Comunicação escrita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Correspondências (cartas, ofícios, e-mails, memorandos, cartões, convites, newsletter etc.);</li> <li>● Mala direta (folheto, programação etc.);</li> <li>● Publicações (jornais e revistas internos e externos, relatórios, manuais, folhetos institucionais etc.);</li> <li>● Comunicação visual (folders, banners, panfletos etc.).</li> </ul>
<b>Comunicação oral</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Discursos, pronunciamentos, narração e conteúdo informativo dos eventos;</li> <li>● Conversas informais, diálogos em reuniões;</li> <li>● Telefonemas.</li> </ul>
<b>Comunicação auxiliar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunicação audiovisual (vídeos, filmes etc.)</li> <li>● Meios digitais (intranet, redes sociais, sites etc.);</li> <li>● Meios tradicionais (televisão, rádio, jornais).</li> </ul>
<b>Comunicação aproximativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Eventos institucionais presenciais: caracteriza-se pelo contato direto e pessoal dos públicos com a organização.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Kunsch (2003)

Para Fortes e Silva (2011, p. 33), a execução de um trabalho de comunicação dirigida aproximativa através dos eventos “[...] permite estabelecer relações pessoais

diretas entre a organização ou instituição e um público ou segmento com a finalidade de demonstrar, na prática, como age e se comporta uma organização”. Para os autores, este mecanismo pode ser utilizado para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre os interessados, ou seja, o público formado de um lado e a organização do outro.

Todos os recursos de informação para o desenvolvimento das funções da organização devem ser manejados adequada e sistematicamente. Quanto melhor esse recurso intangível for gerenciado, mais e melhores benefícios a organização terá. Nem sempre e nem em todas as organizações é assim, por isso as organizações que almejam ter um nível de qualidade em sua gestão devem se dedicar à Gestão da Informação interna e externa (Ponjuán Dante, 2004, p. 25, tradução nossa).

Na conjuntura das organizações, faz-se possível visualizar a competência dos eventos, como fontes de informação, de desempenhar um papel relevante na geração do conhecimento organizacional, tendo em vista que possibilitam o compartilhamento de informações e fomentam a criação de novos conhecimentos. Dessa forma, baseando-se nos conceitos explanados acima, torna-se possível fundamentar a identificação dos eventos como fontes de informação organizacional, tendo em vista que suas finalidades têm como cerne a informação comunicada e transmitida aos seus públicos.

Cunha (2020), ao analisar as fontes impressas e digitais, destacou a presença dos eventos nas tradicionais enciclopédias, que traziam em seus anuários uma síntese dos principais eventos do ano; nos dicionários e diretórios biográficos, que registravam os eventos específicos com participações de personalidades; e os atlas históricos, que classificavam os eventos mais importantes por temática e período, seguidos de mapas, textos e ilustrações.

No tocante ao ambiente organizacional, Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2000) enfocam que as conversações que costumeiramente ocorrem na rotina das organizações podem ser gerenciadas para produzirem conhecimento. De acordo com os autores há dois tipos de conversações: para a confirmação de conhecimento, ou seja, que reforçam a realidade já existente no presente das organizações; e para a criação de conhecimento, com foco no futuro, que resultam em novos produtos, processos ou serviços. Essas conversações podem ser fomentadas e proporcionadas pelas organizações através da realização de eventos específicos e pertinentes ao contexto para atingir os objetivos propostos pelos autores.

Para Cianconi (2003), as organizações estão, cada vez mais, assemelhando-se às escolas e às universidades ao focar seus investimentos em pesquisa e aprendizagem, na realização de eventos e na formação continuada de seus integrantes. Para a autora, o compartilhamento de conhecimento nas organizações pode ser facilitado através da adoção de ações, entre elas a realização de eventos, que possibilitem não apenas a captura, o registro e o acesso ao conhecimento, mas a criação de conhecimentos novos.

Eventos dos mais diversos tipos, workshops, certos treinamentos presenciais [...], reuniões presenciais periódicas, ainda que a intervalos maiores, salas de cafezinho, espaços culturais, espaços lúdicos e de lazer, terapia, ginástica, esportes, enfim locais para a interação física e relaxamento devem acompanhar os programas de Gestão do Conhecimento (Cianconi, 2003, p. 255).

Zitta (2018), em sua obra *Organização de eventos: da ideia à realidade*, conceitua<sup>3</sup> numerosos tipos de eventos que podem ser realizados pelas organizações, sejam no ambiente interno ou externo, com os mais diversos públicos.

Quadro 2 - Tipos de eventos internos e externos

Eventos internos	Eventos externos
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Palestras internas;</li> <li>● Capacitações e treinamentos;</li> <li>● Campanhas de conscientização;</li> <li>● Lançamento de produtos/serviços;</li> <li>● Inaugurações de obras;</li> <li>● Solenidades de posse;</li> <li>● Lançamentos de livros, manuais e/ou cartilhas institucionais;</li> <li>● Lançamento de pedra fundamental;</li> <li>● Reuniões gerais;</li> <li>● Apresentação dos objetivos da organização;</li> <li>● Assembleias e sessões solenes;</li> <li>● Condecorações e homenagens;</li> <li>● Confraternizações e datas comemorativas;</li> <li>● Reuniões dialogais nos setores;</li> <li>● Café da manhã, almoço ou <i>brunch</i>;</li> <li>● <i>Brainstorms</i>;</li> <li>● Dia de campo;</li> <li>● Concursos entre funcionários;</li> <li>● Eventos culturais;</li> <li>● Entrevistas;</li> <li>● <i>Open Day</i> para familiares;</li> <li>● <i>Workshops</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Congressos, seminários, conferências;</li> <li>● Visitas e viagens;</li> <li>● Cursos de aprimoramento;</li> <li>● Videoconferências;</li> <li>● Exposições, feiras e mostras;</li> <li>● Competição esportiva com empresas do mesmo segmento;</li> <li>● Visitas a outras empresas;</li> <li>● Reuniões com fornecedores e/ou clientes;</li> <li>● Rodada de negócios;</li> <li>● Eventos sociais apoiados pela organização;</li> <li>● <i>Networkings</i>;</li> <li>● Audiências públicas.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Zitta (2018)

<sup>3</sup>A conceituação específica de Zitta (2018) para os tipos de eventos ilustrados no Quadro 2 serão apresentados no Glossário desta pesquisa.

As possibilidades existentes para que uma organização gerencie seus recursos informacionais, através da realização de eventos, mostram que é possível realizar ações integradas que potencializam uma fonte de informação, por vezes, omitida. Através da realização de eventos, a organização poderá se apresentar à sociedade, aos seus clientes, à imprensa, aos cidadãos, enfim, aos seus públicos específicos, se assim desejar, ou geral. O papel dos eventos nas organizações é de vital importância para que os recursos informacionais sejam potencializados, transformados e usados de forma assertiva, eficaz e estratégica.

Ao assumir o papel de ação estratégica, transformam-se em mídias cujas mensagens são transmitidas ao público de interesse da organização, seja por meio de uma comunicação dirigida ou por meio de uma comunicação de massa. Esta, uma nova dimensão dos eventos, além de contribuir para a legitimação dos conceitos institucionais de uma organização e fortalecer sua imagem, passa a agregar objetivos mercadológicos que dão ao universo dos eventos contornos promocionais e os transformam num poderoso instrumento de sustentação e geração de negócios (Pereira, 2011, p. 145).

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”.

### 2.3.1 Eventos como Fontes de Informação Organizacional

Cunha (2001) classifica os eventos como fontes primárias de informação, uma vez que dão origem à informação e proporcionam o compartilhamento e a conversão do conhecimento por meio da interação entre seus indivíduos, sendo assim, os eventos qualificam-se como um processo organizacional indispensável. A escolha planejada do tipo de evento, alinhada aos objetivos organizacionais e focada nos processos de conversão do conhecimento, possibilita a geração de novos conhecimentos organizacionais por meio do aprendizado mútuo.

Existem necessidades de aperfeiçoar os processos que envolvem o uso das fontes de informação como uma ferramenta gerencial, não só para tomadas de decisões, mas também como ativo que contribua para a geração de conhecimento organizacional que, como consequência, proporcione melhorias na competitividade das organizações (Rodrigues; Blattmann, 2011, p. 54).

Em que pese o fato de que os processos de conversão do conhecimento são objetos de estudo da GC, que, de acordo com Valentim (2008), tem seu foco centrado

no indivíduo e em seu cognitivo, primando pelo compartilhamento do saber, torna-se exequível a correlação proposta por esta pesquisa ao relacionar os eixos temáticos de GC, fontes de informação e eventos.

É imperativo ressaltar que a Gestão do Conhecimento trabalha a cultura e a comunicação informacional nos ambientes organizacionais, a fim de criar ambiente de geração, uso, aquisição e compartilhamento de conhecimento, para transformar o conhecimento tácito (individual) em explícito (informação) (Llarena; Duarte, 2020, p. 47).

Diante do exposto, compreende-se, portanto, que os eventos criam ambientes facilitadores para o desenvolvimento de novos conhecimentos, propiciando o uso estratégico do conhecimento armazenado e, principalmente, a conversão do conhecimento organizacional. Trata-se da utilização estratégica dos eventos como fontes de informação para a criação do conhecimento, possibilitando que os processos de Gestão do Conhecimento operem de forma eficaz e eficiente para e nas organizações.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, observou-se a importância de se categorizar os diversos tipos de eventos como fontes de informação organizacional, classificando-os de acordo com suas especificidades. Dessa forma, entre os resultados alcançados com esta investigação, apresenta-se uma classificação dos tipos de eventos como fontes de informação internas ou externas às organizações.

Decerto, cada tipo de evento tem sua particularidade no tocante ao modelo de planejamento, aos recursos necessários, aos objetivos que pretendem ser alcançados e ao tipo de público de cada organização, entretanto, não fará parte do escopo desta pesquisa a conceituação específica de cada tipo de evento mencionado. Nesse sentido, serão utilizados, como referencial teórico, os conceitos basilares explanados pela pesquisadora Zitta (2018), que, em sua obra intitulada “Organização de eventos: da ideia à realidade”, conceitua os mais diversos tipos de eventos organizacionais, conforme consta no Glossário desta pesquisa.

Para a elaboração deste trabalho, foram utilizadas como base as fontes e as classificações de fontes de informação propostas pelos autores Dutra e Barbosa (2020), Dutra (2014), Pacheco e Valentim (2010, 2002), Beal (2009), Ribeiro (2009), Pereira e Barbosa ([2007]), Ponjuán Dante (2004), Choo (2003), Cunha (2001) e Kaye (1995). Este recorte se justifica pelo fato de que os autores mencionados acima apresentaram como exemplos em suas classificações de fontes de informação uma

ou mais tipologias de eventos, o que dialoga diretamente com o objetivo proposto por esta investigação.

O fato é que, ao apresentar a classificação das fontes de informação organizacional, os demais autores que compõem o referencial teórico já explanado não abarcaram os eventos em suas exemplificações. Por isso, para delimitação desta pesquisa, serão referenciados, no Quadro 3, os autores que compuseram o referencial teórico desta pesquisa e que trouxeram em suas categorizações de fontes de informação organizacional pelo menos uma tipologia de eventos.

Quadro 3 - Autores que exemplificam os eventos como fontes de informação

<b>Autor / Ano:</b>	<b>Tipo de classificação da fonte:</b>	<b>Tipos de evento exemplificado:</b>
Choo (2003)	Fontes externas e impessoais	Conferências.
Cunha (2001)	Fontes primárias	Conferências; Congressos; Encontros; Seminários; Painéis; <i>Workshops</i> etc.
Valentim (2002)	Fontes informais	Seminários; Congressos; Visitas aos clientes e fornecedores; Exposições; Feiras.
Pereira e Barbosa (2007)	Fontes externas, impessoais e não-eletrônicas (documentais)	Congressos; Feiras; Eventos.
Beal (2009)	Fontes informais	Seminários; Congressos; Visitas a clientes; Exposições.
Ribeiro (2009)	Fontes pessoais externas	Feiras; Congressos; Palestras.
Simão (2012)	Fontes externas	Congressos; Feiras; Exposições;
Dutra (2014)	Interseção entre as fontes pessoais externas e internas e as fontes documentais internas e externas	Congressos; Feiras.

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Isto posto, baseando-se nas definições apresentadas pelos autores, constitui-se, portanto, a classificação dos eventos como fontes de informação. Tipologias como conferências, congressos, seminários, feiras e exposições, estão entre os eventos mencionados pelos autores. Cunha (2001), em sua fundamentação sobre os eventos científicos, classifica os eventos como fontes primárias de informação, tendo em vista que são fontes das quais a informação é originada. Dutra (2014), conforme Figura 6 já apresentada nesta pesquisa, classifica os eventos como uma interseção entre as fontes pessoais externas e internas e as fontes documentais internas e externas, ou

seja, como componente pertencente a todas as classes de fontes de informação elencadas pelo autor.

Diante do exposto no Quadro 3, fundamentando-se na classificação das fontes de informação com base em sua origem (fontes internas e fontes externas), conforme os autores Dutra (2014), Ribeiro (2009), Pereira e Barbosa (2007) e Choo (2003); e com relação à proximidade (fontes pessoais e fontes impessoais), em consonância com os autores Dutra (2014), Pereira e Barbosa (2007), Valentim (2002) e Choo (2003), foi elaborada a categorização apresentada no Quadro 4.

Quadro 4 - Classificação dos eventos como fontes de informação

	Fontes Pessoais	Fontes Impessoais
Fontes Internas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Confraternizações e datas comemorativas;</li> <li>● Reuniões dialogais nos setores;</li> <li>● Café da manhã, almoço ou <i>brunch</i>;</li> <li>● <i>Brainstorms</i>;</li> <li>● Dia de campo;</li> <li>● Concursos entre funcionários;</li> <li>● Eventos culturais;</li> <li>● Entrevistas;</li> <li>● <i>Open Day</i> para familiares.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Palestras internas;</li> <li>● Capacitações e treinamentos;</li> <li>● Campanhas de conscientização;</li> <li>● Lançamento de produtos/serviços;</li> <li>● Inaugurações de obras;</li> <li>● Solenidades de posse;</li> <li>● Lançamentos de livros, manuais e/ou cartilhas institucionais;</li> <li>● Lançamento de pedra fundamental;</li> <li>● Reuniões gerais;</li> <li>● Apresentação da organização;</li> <li>● Assembleias e sessões solenes;</li> <li>● Condecorações e homenagens.</li> </ul>
Fontes Externas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Competição esportiva com empresas do mesmo segmento;</li> <li>● Visitas a outras empresas;</li> <li>● Reuniões com fornecedores e clientes;</li> <li>● Rodada de negócios;</li> <li>● Eventos sociais apoiados pela organização;</li> <li>● <i>Networkings</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Congressos, seminários, conferências;</li> <li>● Visitas e viagens;</li> <li>● Cursos de aprimoramento;</li> <li>● Videoconferências;</li> <li>● Exposições, feiras e mostras;</li> <li>● Audiências públicas.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

A elaboração do Quadro 4 teve como objetivo exemplificar a quantidade significativa dos tipos de eventos que podem ser utilizados pelas organizações como fontes estratégicas de informações, sem esgotar suas possibilidades. Cada quadrante apresenta características e especificações que serão descritas a seguir:

- a) **Fontes Internas e Pessoais:** Tipos de eventos que possibilitam a troca informal de informações organizacionais, através de diálogos, conversas e compartilhamento de ideias, envolvendo os componentes do público interno da organização, como: superiores hierárquicos, equipes de funcionários e/ou

colegas de trabalho. Propõe-se que sejam realizados em espaços diferentes do habitual, mas fazem parte do ambiente organizacional, por exemplos: salas de reuniões, auditórios, ambientes de convivência, área externa, entre outros.

- b) **Fontes Internas e Impessoais:** Tipos de eventos que tem como objetivo compartilhar informações formais e oficiais da organização, como projetos, notícias, avisos, protocolos internos, entre outros, com objetivos previamente estabelecidos. Têm como alvo os componentes do público interno da organização e, geralmente, são liderados pelos gestores hierárquicos e/ou superiores. Podem ser realizados dentro ou fora das organizações, mas, seja aonde for, são oriundos do ambiente organizacional.
- c) **Fontes Externas e Pessoais:** Tipos de eventos que possibilitam a troca informal de informações sobre a organização, através de diálogos, conversas e compartilhamento de ideias, envolvendo os componentes do público interno da organização e o público externo, tais como: clientes, fornecedores, concorrentes, parceiros, colegas de profissão, público em geral, entre outros, sem a participação direta da organização. Geralmente são realizados em ambientes externos à organização e não são provenientes do ambiente organizacional.
- d) **Fontes Externas e Impessoais:** Tipos de eventos que tem como objetivo compartilhar informações formais e específicas acerca da organização, com objetivos previamente estabelecidos. Têm como alvo os componentes do público interno da organização e são intermediados pelos gestores hierárquicos e/ou superiores, sem a participação direta da organização. São realizados fora do ambiente organizacional.

Em conformidade com os conceitos expostos e adaptando a classificação dos eventos, elaborada por essa pesquisa no Quadro 4, aos modos de conversão do conhecimento de Nonaka e Takeuchi (1997), já explanados no presente trabalho, acerca da interação entre conhecimento tácito e explícito, esta pesquisa desenvolve a categorização dos tipos de eventos atribuídos a cada etapa da conversão do conhecimento, conforme explanado no Quadro 5.

Quadro 5 - Conversão do conhecimento: eventos como fontes de informação

	<b>Fontes Pessoais</b>	<b>Fontes Impessoais</b>
<b>Fontes Internas</b>	SOCIALIZAÇÃO Eventos Internos e Informais	EXTERNALIZAÇÃO Eventos Internos e Formais
<b>Fontes Externas</b>	INTERNALIZAÇÃO Eventos Externos e Informais	COMBINAÇÃO Eventos Externos e Formais

Fonte: Elaborado pela autora (2020) baseado em Nonaka e Takeuchi (1997)

Cada quadrante corresponde a um modo de conversão do conhecimento e, para cada um dos modos, delineou-se as características que devem estar contidas nos tipos de eventos definidos pelas organizações.

- a) **Socialização** – Tipos de eventos categorizados como fontes internas e informais. Compreende-se pelo compartilhamento de experiências relacionadas à organização entre seu público interno durante a realização de um evento institucional, o qual proporciona a orientação espontânea dos modelos mentais do seu público na mesma direção.
- b) **Externalização** – Tipos de eventos categorizados como fontes internas e formais. Trata-se do processo de criação do conceito, geralmente provocado pelo diálogo ou pela reflexão coletiva entre a organização e seus públicos internos, por meio de um evento institucional formal que promova a interação e a reflexão de seu público acerca de determinado assunto.
- c) **Combinação** – Tipos de eventos categorizados como fontes externas e formais. Realiza-se através da combinação de conjuntos diferentes de conhecimentos explícitos, envolvendo o público interno e externo da organização, em eventos que proporcionam educação e treinamento.
- d) **Internalização** – Tipos de eventos categorizados como fontes externas e informais. Possibilita-se, por intermédio de um evento institucional informal, a experiência do público interno em aprender na prática com componentes do público externo da organização, por intermédio do compartilhamento de vivências e a incorporação desse aprendizado à organização.

A partir dos quatro modos de conversão do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997) desenvolvem o modelo integrado de cinco fases do processo de criação do conhecimento: a) Compartilhamento de conhecimento tácito, correspondente à

socialização; b) Criação de conceitos; c) Justificação dos conceitos; d) Construção de um arquétipo; e) Difusão interativa do conhecimento. Para os autores, este modelo é o exemplo ideal de processo, uma vez que “uma empresa criadora de conhecimento não opera em um sistema fechado, mas em um sistema aberto, no qual existe um intercâmbio constante de conhecimento com o ambiente externo” (Nonaka; Takeuchi, 1997, p. 97). A este modelo, a presente pesquisa relacionou aos tipos de eventos que corroboram com cada uma das fases apresentadas.

Quadro 6 - Os tipos de eventos no Modelo integrado do processo de criação do conhecimento

Fases:	Principais características:	Tipos de eventos:
<b>I. Compartilhamento de conhecimento tácito</b>	<p>Campo onde os indivíduos possam interagir e compartilhar experiências através de diálogos pessoais.</p> <p><b>Correspondente ao modo de externalização.</b></p>	<p><b>Eventos informais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Confraternizações e datas comemorativas;</li> <li>• Reuniões dialogais nos setores;</li> <li>• Café da manhã, almoço ou <i>brunch</i>;</li> <li>• <i>Brainstorms</i>;</li> <li>• Dia de campo;</li> <li>• Concursos entre funcionários;</li> <li>• Eventos culturais;</li> <li>• <i>Open Day</i> para familiares.</li> </ul>
<b>II. Criação de conceitos</b>	<p>Esse processo ocorre por meio de diálogos, através do uso de múltiplos métodos de raciocínio como dedução, indução e abdução.</p> <p><b>Correspondente ao modo de combinação.</b></p>	<p><b>Eventos formais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Palestras internas;</li> <li>• Capacitações e treinamentos;</li> <li>• Campanhas de conscientização;</li> <li>• Reuniões gerais;</li> <li>• Apresentação dos objetivos da organização;</li> <li>• Assembleias e sessões solenes;</li> <li>• Condecorações e homenagens.</li> </ul>
<b>III. Justificação dos conceitos</b>	<p>Nessa fase é realizado um processo de filtragem, na qual se determina quais conceitos recém-criados valem a pena para as organizações e para a sociedade.</p> <p><b>Correspondente ao modo de combinação.</b></p>	<p><b>Eventos formais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminários e conferências;</li> <li>• Cursos de aprimoramento;</li> <li>• Videoconferências;</li> <li>• Exposições, feiras e mostras;</li> <li>• Reuniões gerais;</li> <li>• Capacitações e treinamentos;</li> <li>• Assembleias e sessões solenes;</li> </ul>
<b>IV. Construção de um arquétipo</b>	<p>O conceito justificado é transformado, nessa fase, em algo tangível ou concreto.</p> <p><b>Correspondente ao modo de combinação.</b></p>	<p><b>Eventos formais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lançamento de produtos/serviços;</li> <li>• Lançamentos de livros, manuais e/ou cartilhas institucionais;</li> <li>• Inaugurações de obras;</li> <li>• Solenidades de posse;</li> <li>• Lançamento de pedra fundamental.</li> </ul>

<p><b>V. Difusão interativa do conhecimento</b></p>	<p>Após a criação, justificação e transformação do conceito em modelo, inicia-se um processo interativo e em espiral de difusão do conhecimento, tanto dentro das organizações, quanto entre organizações.  <b>Correspondente ao modo de internalização.</b></p>	<p><b>Eventos informais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competição interativa com empresas do mesmo segmento e/ou entre setores;</li> <li>• Visitas a outras empresas;</li> <li>• Reuniões com fornecedores e/ou clientes;</li> <li>• Rodada de negócios;</li> <li>• Eventos sociais apoiados pela organização;</li> <li>• <i>Networkings</i>;</li> <li>• Confraternizações e datas comemorativas;</li> <li>• Reuniões dialogais nos setores;</li> <li>• Concursos entre funcionários;</li> <li>• Eventos culturais;</li> <li>• <i>Open Day</i> para familiares.</li> </ul>
---	--	---

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Observa-se, portanto, que o uso dos eventos em cada uma das fases do processo de criação do conhecimento apresenta-se como um recurso estratégico e facilitador para atingir os objetivos pretendidos em cada etapa. O uso dos eventos informais na primeira e última fase, correspondentes aos modos de socialização e internalização, respectivamente, justifica-se pela necessidade de criação de campos que possibilitem maior proximidade entre os indivíduos, facilitando e focando na relevância do conhecimento tácito. Já os eventos formais, utilizados nas fases dois, três e quatro, que correspondem aos modos de externalização e de combinação, foram elencados pelo fato de que propiciam ambientes nos quais o conhecimento explícito pode ser compartilhado, registrado e transmitido.

De certo, a utilização estratégica dos eventos como fontes de informação para a organização fornece o contexto apropriado para que a conversão do conhecimento organizacional se torne possível. Para tal, faz-se necessário que a escolha dos tipos de eventos (Quadro 4) esteja estreitamente ligada aos objetivos e resultados que a organização almeja alcançar, utilizando-os estrategicamente como forma de encontrar novos caminhos para solucionar seus problemas, aperfeiçoar suas soluções, criar e recriar seus métodos e inovar. Para cada modo de conversão do conhecimento há uma classificação com os tipos compatíveis de eventos (Quadro 5) para que a interação entre os conhecimentos tácitos e explícitos dos indivíduos possibilitem resultados pertinentes para a organização.

Alinhar os objetivos das organizações à escolha dos eventos a serem realizados pela mesma, focando nos tipos e conteúdos de conhecimento que almejam ser extraídos de cada modo de conversão, é o caminho a ser seguido por uma organização que reconhece a importância de suas fontes de informação e é orientada ao conhecimento. A utilização dos eventos como fontes de informação estratégicas mostrou-se, por meio desta pesquisa, 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 capítulo seguinte explanará acerca do desenvolvimento desta investigação.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo, baseado em procedimentos científicos e sistemáticos, descreve as fases que constituem os processos metodológicos de construção desta pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 155), “[...] pesquisa, portanto, é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

Conforme afirmam Prodanov e Freitas (2013), a realização de uma pesquisa científica se justifica pela busca de conhecimentos pautada em procedimentos que são capazes de gerar resultados confiáveis. De acordo com os autores, esse processo pode ser fomentado por uma dificuldade sentida na prática profissional, por um fato que não tem explicações, pela necessidade de conhecer mais profundamente determinada situação ou, ainda, pela busca em criar condições para prever a ocorrência de certos fenômenos.

Para Gil (2008, p. 26), a pesquisa é um “[...] processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. Decerto, não significa encontrar a solução, mas obter respostas e elucidações para problemas utilizando o método científico. Por essa razão, o desenvolvimento da metodologia desta pesquisa tem sua relevância no processo de aprendizagem percorrido durante a aplicação dos métodos científicos e a operacionalização das técnicas de investigação. Ao passo que os procedimentos científicos são realizados e vencidos, etapa por etapa, o presente estudo se torna mais apto a encontrar respostas e mais próximo de alcançar seus resultados.

Serão apresentados na presente seção os seguintes métodos sistemáticos: caracterização da pesquisa; delimitação da pesquisa; técnica e instrumento de coleta de dados; e técnica de análise de dados.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

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, tendo em vista que não está focada em representações numéricas. É descritiva e seus dados são analisados indutivamente, a partir da

interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados. Seu método consiste, portando, em um estudo acerca dos conceitos de Gestão do Conhecimento, 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.

De acordo com Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 376), recorre-se à pesquisa qualitativa quando se busca “[...] compreender a perspectiva dos participantes [...] sobre os fenômenos que os rodeiam, aprofundar suas experiências, pontos de vistas, opiniões e significados”. Dessa forma, a partir de uma perspectiva integrada, a presente pesquisa realiza um estudo múltiplo, focando em compreender a dinâmica que envolve os indivíduos no contexto organizacional. Neste percurso metodológico busca-se a percepção dos indivíduos envolvidos, a realidade observada em campo e os aspectos subjetivos identificados.

[...] uma técnica qualitativa é aquela em que o investigador sempre faz alegações de conhecimento com base principalmente ou em perspectivas construtivistas (ou seja, significados múltiplos das experiências individuais, significados social e historicamente construídos, com o objetivo de desenvolver uma teoria ou um padrão) ou em perspectivas reivindicatórias/participatórias (ou seja, políticas, orientadas para a questão ou colaborativas, orientadas para a mudança) ou em ambas (Creswell, 2010, p. 35).

Com base nos seus objetivos, ao elencar como principal propósito a análise do uso estratégico das fontes de informação como meio de geração de conhecimento, sob a perspectiva do papel desempenhado pelos eventos, esta pesquisa constitui-se como descritivo-exploratória. É descritiva porque descreve as características relacionadas aos fenômenos estudados, colhendo informações mais específicas e estabelecendo relação entre as variáveis estudadas. Tendo em vista que “[...] busca levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho e mapeando as condições de manifestação desse objeto” (Severino, 2016, p. 107).

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 Gestão do Conhecimento 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. Ademais, envolve o levantamento bibliográfico e entrevistas como coletoras de dados, explorando novos espaços do conhecimento sem a pretensão de apresentar dados conclusivos.

Quanto aos procedimentos, foi realizado um estudo de casos múltiplos, buscando entender fenômenos indissociáveis do seu contexto e em contextos organizacionais diferentes. De acordo com Yin (2001, p. 32), trata-se de “[...] uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”. Em suma, buscou-se compreender o papel desempenhado pelos eventos em diferentes ambientes organizacionais, comparando a realidade de mais de uma organização, conforme será discriminado posteriormente.

### 3.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O principal problema de investigação desta pesquisa elenca a seguinte problemática: De que maneira os eventos podem ser utilizados estrategicamente na Gestão do Conhecimento? A partir deste ponto, faz-se necessário, conforme destaca Köche (2011, p. 126), “[...] desencadear um processo de investigação que identifique a natureza do fenômeno e aponte as características essenciais das variáveis que se quer estudar”.

Apresenta-se como principal finalidade desta investigação a compreensão de aspectos e conceitos que não podem ser quantificados. Seu foco constitui-se nas análises dos conceitos referentes aos objetos: Gestão do Conhecimento, fontes de informação e eventos. A delimitação da investigação desta pesquisa definiu-se a partir das seguintes razões:

- a) A importância da ampliação de estudos voltados para a Gestão do Conhecimento na Ciência da Informação, uma vez que, conforme afirma Araújo (2014), não é suficiente apenas gerenciar os recursos informacionais, mas também se faz necessário gerenciar o conhecimento, transformando-o em informação;
- b) A possibilidade de gerenciar não apenas as informações, mas também, por meio da GC, os conhecimentos existentes e possibilitar a criação de novos conhecimentos no âmbito organizacional, tendo em vista o que afirma Carvalho e Nassif (2020, p. 24), ao destacar que as organizações são

sistemas integrados por indivíduos, sendo “[...] necessário observar o conhecimento que possuem e como gerenciá-lo”;

- c) O papel desempenhado pelas fontes de informação e a importância do gerenciamento dessas fontes para as organizações, tendo em vista que, conforme afirma Ponjuán Dante (2004), quanto melhor os recursos de informação forem gerenciados, mais e melhores serão os benefícios para a organização;
- d) De acordo com Farias e Gancho (2014, p. 27), a realização de eventos ainda é encarada como uma prática simples, no entanto, “a realidade do profissional de eventos é muito mais desafiadora do que se possa imaginar”. Faz-se necessário, portanto, compreender mais amplamente suas potencialidades, tendo em vista que “[...] os eventos são uma das principais ferramentas da comunicação organizacional – que abarca todos os fluxos e processos de comunicação entre a organização e seus públicos [...]” (Farias; Gancho, 2017, p. 28).

A pesquisa delinea seu desenvolvimento, tendo em vista sua caracterização, nas etapas da seguinte forma: a) Etapa 1: Mapeamento das organizações e escolha das organizações que compõem a amostra desta pesquisa; b) Etapa 2: Entrevistas semiestruturadas com os representantes das organizações; c) Etapa 3: Descrição e análise do conteúdo; d) Etapa 4: Conclusões e propostas de estudos acerca do objeto.

Na etapa inicial de mapeamento das organizações, a pesquisa delimitou-se às organizações localizadas geograficamente no estado de Alagoas, tendo em vista as especificidades regionais, bem como a importância de se observar os fenômenos na realidade onde eles acontecem, fato que restringe regionalmente a investigação. Ademais, para abarcar mais de um setor da sociedade, a pesquisa envolve organizações que fazem parte do primeiro setor, ou seja, do setor público que atua na esfera municipal, estadual ou federal; e do setor privado, cuja atividade econômica é de caráter particular.

Por conseguinte, inseridas nos setores descritos acima, foram selecionadas as organizações consideradas relevantes em seus âmbitos de atuação, ou seja, que desempenham funções popularmente conhecidas em suas esferas de atuação. À vista disso, como critério posterior de seleção, buscou-se organizações que possuem em seus organogramas setores ou departamentos responsáveis diretamente pela realização de eventos, tais como diretorias ou coordenações de eventos e/ou

assessorias de cerimonial. Diante do exposto, atingiu-se a seguinte amostra de organizações, descritas no Quadro 7.

Quadro 7 - Amostra de organizações

<b>Organização:</b>	<b>Setor:</b>	<b>Abrangência:</b>	<b>Categoria:</b>
Governo do estado Alagoas	Público	Estado de Alagoas	Poder Executivo Estadual
Câmara Municipal de Maceió	Público	Cidade de Maceió	Poder Legislativo Municipal
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas (SEBRAE)	Privado	Estado de Alagoas	Entidade Privada sem fins lucrativos
Centro Universitário Cesmac	Privado	Estado de Alagoas	Instituição de Ensino Superior Privada

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

A pesquisa se limita ao quantitativo de quatro organizações prezando pela viabilidade da investigação, tanto no tocante ao volume de material a ser coletado e analisado, quanto pela possibilidade de acesso aos dados das organizações selecionadas. As organizações foram selecionadas prezando, ainda, pelo critério de visibilidade na realização de eventos no estado de Alagoas, bem como no município de Maceió, a partir da divulgação promovida pelas próprias organizações, pelas mídias externas e pela visibilidade no mercado de eventos de Alagoas.

Ademais, a seleção se justifica da seguinte forma: a) Governo do estado de Alagoas: representa o maior órgão do Poder Público Executivo no âmbito estadual, com a realização de eventos nos municípios, tanto para os públicos externos, quanto para os públicos internos; b) Câmara Municipal de Maceió, representa um órgão do Poder Público Legislativo no âmbito municipal, da capital do Estado, mas com potencialidade de envolver em seus eventos públicos de todo o estado, tanto externos, quanto internos; c) Sebrae Alagoas, entidade privada sem fins lucrativos de renome nacional, cuja ação impacta a realização de eventos em todo o estado com os mais diversos públicos; d) Centro Universitário Cesmac, instituição de ensino superior privada, que se configura como uma das maiores em seu ramo de atuação, que realiza periodicamente eventos de pequeno, médio e grande porte em Alagoas, possibilitando um alcance de diversos públicos no Estado.

Além dos pontos destacados, a pesquisadora destaca a viabilidade de acesso, em decorrência de sua atuação profissional no mercado de eventos, às organizações

selecionadas, o que possibilita o desenvolvimento desta pesquisa sem intercorrências no tocante à falta de contato ou a não autorização de acesso às instalações e/ou às informações cruciais para fundamentar este trabalho.

Foram observados, a partir da classificação dos tipos de eventos e dos resultados obtidos nas entrevistas, quais são os principais eventos presentes nas organizações e como cada um desses eventos pode atuar nos processos de criação do conhecimento organizacional, sobretudo no tocante aos modos de conversão do conhecimento desenvolvidos por Nonaka e Takeuchi (1997).

González de Gomez (2010, p. 1) afirma que “[...] a progressão da pesquisa acontece quando ela produz excedentes de informação em relação ao estado prévio de conhecimento do campo”. Decerto, esta pesquisa não tem como finalidade esgotar suas discussões, mas desencadear novas reflexões e pesquisas futuras para desenvolver conhecimentos potencialmente utilizáveis no campo da Ciência da Informação e, mais especificamente, na prática organizacional.

### 3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Para Gil (2010), o estudo aprofundado de um ou mais objetos permite um conhecimento mais amplo e detalhado de um campo de estudos.

Para que o estudo ofereça boas perspectivas científicas, certas exigências devem ser levadas em consideração: fidelidade de aparelhagem, precisão e consciência dos testes; objetividade e validade das entrevistas e dos questionários ou formulários; critérios de seleção da amostra (Marconi; Lakatos, 2010, p. 155).

Para os fins pretendidos, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, cuja técnica permite o desenvolvimento de uma relação mais próxima com o entrevistado e sua realidade. “A opção pela técnica de entrevista semiestruturada se deu em função de proporcionar ao entrevistador melhor entendimento e captação da perspectiva dos entrevistados” (Silva; Fossá, 2015, p. 6).

Acerca dos entrevistados, a designação dos nomes foi definida pelas organizações, a partir das especificidades oriundas do objeto e dos objetivos da pesquisa, elencados no *e-mail* de convite. Após o contato inicial, por *e-mail*, convidando-os para integrar a referida pesquisa, as organizações se manifestaram positivamente e enviaram os nomes dos seus representantes. Após o aceite e devida autorização via Termo de Anuência, assinado por cada organização, submeteu-se o projeto ao Comitê de Ética da Universidade Federal de Alagoas, através da Plataforma

Brasil. O que se aplica também às perguntas que constituem a entrevista, as quais só foram aplicadas após aprovação do Comitê de Ética, Certificado de Apresentação de Apreciação Ética nº 69311023.0.0000.5013.

Os entrevistados foram informados de todos os seus direitos relativos ao estudo e outras informações necessárias antes que as perguntas fossem feitas. Decerto, as entrevistas só ocorreram após a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). As entrevistas foram realizadas através de um único roteiro previamente estabelecido. O roteiro de perguntas foi elaborado, de acordo com o artigo 2, inciso XXV da Resolução 510, de 7 de abril de 2016, para que não traga danos às dimensões física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural do ser humano.

O convite para os entrevistados foi enviado por *e-mail* com as informações sobre os objetivos da pesquisa, os seus direitos e quais seriam os procedimentos adotados. Anexo ao *e-mail* foi enviado o TCLE, o qual consta no Apêndice B. Após a confirmação de recebimento e o aceite em participar da pesquisa, foi marcado, em concordância, o dia e horário da realização da entrevista, as quais, por preferência dos entrevistados, foram realizadas presencialmente no primeiro semestre de 2023.

Os áudios das entrevistas foram gravados para garantir a legibilidade das respostas e a idoneidade e segurança do processo, armazenados no computador de uso pessoal da pesquisadora, sendo resguardado seu sigilo e exclusividade de propriedade. Não foram necessários recursos financeiros para a realização desta pesquisa.

Quadro 8 - Relação de perguntas e objetivos da pesquisa

Item	Perguntas que serão realizadas	Objetivos	Referência
Necessidade de informação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir de quais informações o processo de planejamento de um evento é iniciado?</li> <li>• Como é avaliada a necessidade de realização de determinado evento?</li> <li>• Vocês utilizam algum tipo de suporte para coletar informações? Se sim, quais?</li> </ul>	Examinar os eventos e compreender o contexto em que operam no ambiente organizacional.	“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” (Capurro; Hjørland, 2007, p. 187).

<b>Fontes de informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quais fontes são utilizadas para aquisição da informação necessária para a realização de seus eventos?</li> <li>De que maneira os eventos podem ser utilizados como fontes de informações para os públicos?</li> </ul>	Analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações.	“A organização do conhecimento possui informações e conhecimentos que a tornam bem-informada e capaz de percepção e discernimento. Suas ações 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” (Choo, 2003, p. 31).
<b>Organização e uso da informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Como ocorre o processo de organizar a informação adquirida e produzir novas informações para culminar na realização de um evento?</li> <li>Como a tipologia é definida e quais são as tipologias de eventos mais utilizadas, baseadas na lista anexa<sup>4</sup>?</li> </ul>	Analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações.	“A execução de um trabalho de comunicação dirigida aproximativa através dos eventos permite estabelecer relações pessoais diretas entre a organização ou instituição e um público ou segmento com a finalidade de demonstrar, na prática, como age e se comporta uma organização” (Fortes; Silva, 2011, p. 33).
<b>Compartilhamento da informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Como é realizado o processo de compartilhamento de informações através dos eventos e a escolha dos públicos?</li> <li>De que forma os eventos possibilitam à organização o compartilhamento de informações estratégicas?</li> <li>Quais tipos de eventos possibilitam um espaço mais efetivo para o compartilhamento estratégico de informações?</li> </ul>	Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional.	“A gestão pode se relacionar com a informação na perspectiva de estabelecer processos que auxiliem na recuperação, na organização, na utilização e na disseminação da informação, ou seja, relativo aos fluxos formais de informação” (Lira; Duarte, 2020, p. 72).
<b>Criação de novos conhecimentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Como os eventos podem proporcionar ao público um ambiente para a criação de conhecimento?</li> <li>Surgem, a partir dos eventos, sugestões para a criação de novos produtos e/ou serviços? Exemplifique.</li> <li>Quais tipos de resultados são alcançados pela organização após a realização dos eventos?</li> </ul>	Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional.	“O conhecimento reside na mente dos indivíduos, e esse conhecimento pessoal precisa ser convertido em conhecimento que possa ser compartilhado e transformado em inovação” (Choo, 2003, p. 30).

<sup>4</sup>Referente ao Quadro 2, apresentado por esta pesquisa, no qual estão listados os tipos de eventos internos e externos às organizações.

Armazenagem e recuperação da informação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Em quais suportes físicos, após a realização dos eventos, as informações e conhecimentos gerados são armazenados?</li> <li>• Como é possível ao público acessar o conteúdo informacional compartilhado nos eventos?</li> </ul>	Investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento.	“A gestão do conhecimento tem por foco o conhecimento contido nos indivíduos, que podem utilizar-se dos recursos da GI para, indo mais além, converter o conhecimento individual em conhecimento corporativo, difundindo de forma adequada, criar, identificar, capturar, armazenar [...]” (Lira; Duarte, 2020, p. 77).
---	---	--	---

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

### 3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados se iniciou com a estruturação e organização dos dados e a posterior transcrição do material. Os principais critérios de rigor, validade e confiabilidade foram: dependência, credibilidade, transferência e confirmação. Nesta etapa, ocorreu a interpretação dos dados, o desenvolvimento de padrões e a geração de hipóteses, explicações e teorias (Sampieri; Collado; Lúcio, 2013).

De acordo com Creswell (2010, p. 216) a análise de dados “[...] envolve extrair sentido dos dados do texto e da imagem, envolvendo a preparação dos dados para análise, ir cada vez mais fundo no processo de compreensão dos dados e interpretar o significado mais amplo dos dados”. Foram realizadas a coleta, as análises, a interpretação e a discussão dos dados coletados, a partir dos conceitos, do contexto, dos cenários, dos temas e padrões elencados pelo processo investigativo.

Marconi e Lakatos (2010, p. 167) destacam que, antes da análise e da interpretação dos dados, os procedimentos indicados devem seguir os seguintes passos: a) seleção, ou seja, o exame minucioso dos dados; b) codificação, que se trata da categorização dos dados que se relacionam; c) e tabulação, que é a disposição dos dados em tabelas, através das quais poderão “[...] ser melhor compreendidos e interpretados mais rapidamente”.

Como técnica para análise de dados utiliza-se a análise de conteúdo, que consiste em três etapas: a) pré-análise, que equivale à visão geral do material coletado; b) exploração do material, compreendida como a fase de organização, de categorização e de construção de operações de codificação; e c) tratamento dos resultados, que se trata de captar os conteúdos integrados a todo material coletado (Bardin, 1977).

De acordo com Silva e Fossá (2015, p. 3), a análise de conteúdo pode ser compreendida como “[...] um conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento, que se presta a analisar diferentes fontes de conteúdo (verbais ou não-verbais)” que, no tocante à interpretação, “transita entre dois polos: o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade”. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo possui duas funções, que podem coexistir de maneira complementar.

- uma *função heurística*: a análise de conteúdo enriquece a tentativa exploratória, aumenta a propensão à descoberta. É a análise de conteúdo “para ver o que vai dar”.
- uma função de *administração da prova*. Hipóteses sob a forma de questões ou afirmações provisórias servindo de diretrizes, apelarão para o método de análise sistemática para serem verificadas no sentido de uma confirmação ou de uma informação. É a análise de conteúdo “para servir de prova” (Bardin, 1977, p. 30, grifos da autora).

De acordo com a autora, a análise de conteúdo é um método intrinsecamente empírico, não existindo moldes padronizados, tendo em vista que se adéqua ao objetivo pretendido. Para Silva e Fossá (2015, p. 2), a análise de conteúdo “[...] é uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador”. Por conseguinte, “[...] na análise do material, busca-se classificá-los em temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos” (Silva; Fossá, 2015, p. 2).

Dessa forma, após a realização das entrevistas, foram seguidos os seguintes passos, descritos por Creswell (2010, p. 195/196): 1) organização e preparação dos dados para análise, cujo processo envolve a transcrição de entrevistas, leitura do material e classificação e organização dos dados; 2) leitura de todos os dados, com o intuito de “obter um sentido geral das informações e refletir sobre seu sentido global”; 3) análise detalhada com um processo de codificação, ou seja, organizar os materiais obtidos em grupos e dar significação a esses grupos; 4) utilização do processo de codificação para gerar informações mais detalhadas; 5) “prever como a descrição e os temas serão representados na narrativa qualitativa”; e 6) interpretação para extrair significados dos dados.

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. As categorias de análise estão diretamente relacionadas aos objetivos propostos por esta pesquisa e estão focadas na perspectiva dos eventos organizacionais, são elas: 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. Por fim, será apresentada a conclusão da análise e da discussão sobre os resultados obtidos. De acordo com Yin (2013, p. 154), “[...] não importa qual estratégia analítica específica seja escolhida, você deve fazer de tudo para ter certeza de que a sua análise é de alta qualidade”.

Decerto, conforme afirmam Paiva Júnior, Souza Leão e Mello (2011, p. 191), “[...] a objetividade de um estudo qualitativo é avaliada em termos da validade e da confiabilidade de suas observações”, compreendendo-se, portanto, “[...] como validade a confiança com que se podem tirar conclusões corretas de uma análise” e como confiabilidade “[...] a consistência com que um procedimento de pesquisa irá avaliar um fenômeno da mesma maneira em diferentes tentativas”.

Após a fundamentação da análise é realizada a organização lógica do assunto para a redação do texto. “Todo documento deve passar por uma avaliação crítica por parte do pesquisador, que levará em consideração seus aspectos internos e externos” (Prodanov; Freitas, 2013, p. 56). Com a organização lógica do assunto, a qual “[...] consiste na organização das ideias tendo em vista atender os objetivos ou testar as hipóteses de trabalho para que ele possa ser entendido como uma unidade dotada de sentido” (Gil, 2008, p. 77), o desenvolvimento da redação do texto é realizado de forma consecutiva.

A redação do texto apresenta-se como fase imprescindível para que a pesquisa se apresente acessível ao leitor, trazendo todos os elementos que ele necessita para compreender seu desenvolvimento e sua importância. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), faz-se importante redigir o texto para que seja compreendido tanto pelo leitor visado, ou seja, pelo orientador da pesquisa e componentes da banca avaliadora, quanto pelo público em geral. Para isso, é importante a utilização de citações que sustentem as afirmações, que obedeçam às normas formais de apresentação de trabalhos acadêmicos e que esteja em consonância aos princípios de comunicação e expressão da língua portuguesa.

Por conseguinte, finalizados os procedimentos metodológicos, a pesquisa apresenta os resultados e as discussões de suas investigações.

## 4 ANÁLISE, RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente capítulo discorre, inicialmente, sobre os aspectos gerais das organizações, objetos de estudo desta pesquisa, a partir de um breve histórico acerca de seus contextos históricos e de suas características estruturais. Por conseguinte, explana e desenvolve as etapas referentes a análise de conteúdo: a) pré-análise; b) exploração do material; e c) tratamento dos resultados (Bardin, 1977). Serão apresentados, portanto, os resultados provenientes da análise qualitativa dos dados coletados por meio das entrevistas realizadas. Por fim, serão apresentadas as considerações finais e as contribuições da pesquisa.

### 4.1 BREVE HISTÓRICO DAS ORGANIZAÇÕES

No tocante às organizações que são objeto do estudo desta pesquisa, as quais são: Governo do estado de Alagoas; Câmara Municipal de Maceió; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas e Centro Universitário Cesmac, serão apresentadas neste tópico uma descrição sintética sobre suas histórias e suas características atuais. Esta contextualização apresenta ainda o perfil dos entrevistados pela pesquisa.

#### 4.1.1 Governo do estado de Alagoas

O Governo do estado de Alagoas, representação máxima do Poder Executivo Estadual, é uma instituição pública, cujo princípio fundamental, de acordo com o Art. 2º da Constituição do Estado de Alagoas, é “[...] promover o bem-estar social, calcado nos princípios de liberdade democrática, igualdade jurídica, solidariedade e justiça” (Alagoas, 2013). O prédio sede do Governo do Estado está localizado na cidade de Maceió e é denominado Palácio República dos Palmares. O atual Governador e, dessa forma, Chefe do Poder Executivo Estadual é Paulo Suruagy do Amaral Dantas, eleito indiretamente pela Assembleia Legislativa, em 2022, e posteriormente, no mesmo ano, reeleito através de eleições diretas.

De acordo com as informações obtidas pelo site<sup>5</sup> oficial do Governo de Alagoas, a Administração Direta do Poder Executivo Estadual é composta por trinta e um órgãos, entre eles, o Gabinete Civil, responsável pela coordenação do sistema de relações institucionais e pela interação social, cuja estrutura organizacional integra a

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://alagoas.al.gov.br/>. Acesso em: 10 jun. 2023

Coordenação de Cerimonial. O setor de Cerimonial é responsável pelo planejamento, pela organização e pela execução dos eventos organizacionais realizados pelo Governo do Estado.

Em resposta ao convite enviado por *e-mail*, a Secretária-Chefe do Gabinete Civil do estado de Alagoas, Roseane Ferreira Vasconcelos, indicou como representante para participar da pesquisa, o Coordenador de Cerimonial, Mateus Gomes Alves, que autorizou a divulgação de sua identidade. O entrevistado possui graduação em Relações Públicas e especialização em Gestão Estratégica em Relações Públicas. Integra a organização há 10 anos não consecutivos, pertencendo a outros setores, encontra-se no cargo atual desde 2022.

#### 4.1.2 Câmara Municipal de Maceió

A Câmara Municipal de Maceió (CMM) é um órgão Legislativo do Município, é composta por vinte e cinco vereadores eleitos nas condições e termos da Legislação vigente, com sede no Palácio Mário Guimarães. Conforme o Art. 17º da Constituição do Estado de Alagoas, os vereadores são “[...] eleitos entre cidadãos maiores de dezoito anos e no exercício dos direitos políticos, por voto direto e secreto, em cada Município”. Atualmente, a Mesa Diretora para o biênio 2023/2024 é presidida pelo vereador Galba Novaes de Castro Netto.

Através de suas funções legislativas, conforme publicizado no site<sup>6</sup> oficial, a CMM exerce atribuições de fiscalização externa, financeira e orçamentária, controle e assessoramento dos Atos do Executivo e pratica atos de Administração interna. No tocante à administração interna, chefiada pela Superintendência e que diz respeito à organização, à regulamentação do seu funcionalismo e à estruturação e direção de seus serviços auxiliares, o organograma apresenta em sua estrutura a Diretoria de Comunicação, à qual pertence a Coordenação de Cerimonial, responsável pelo cumprimento das regras protocolares em eventos realizados pela Casa. O Cerimonial segue, portanto, as determinações do Regimento Interno da Câmara Municipal de Maceió.

Em resposta ao convite enviado por *e-mail*, a indicação proposta pela Superintendência da Câmara Municipal de Maceió foi a Assessora de Cerimonial e Eventos, Liliana de Oliveira Cabral Sarmento, que autorizou a divulgação de sua

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://maceio.al.leg.br/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

identidade. A entrevistada possui graduação em Publicidade e Propaganda e integra a organização há 11 anos consecutivos.

#### 4.1.3 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas é uma sociedade simples, sem fins lucrativos, criado pela Lei n.º 8.029, de 13 de abril de 1990. Constitui-se como Serviço Social Autônomo e exerce um papel de apoio ao poder público, embora não seja vinculado à administração pública, mantendo sua natureza de entidade privada. Sendo, portanto, sua principal receita a contribuição das empresas, em média 0,6% sobre a folha de pagamento, recolhida pelo INSS, conforme informações disponíveis em seu site<sup>7</sup> oficial.

Ademais, o Sebrae Alagoas foi criado para prestar atendimento, apoiar e fomentar a criação, a ampliação e a modernização de micro e pequenas empresas no Estado. De acordo com a Resolução CDE Nº012/2018, a estrutura do Sebrae Alagoas é composta pelo Conselho Deliberativo Estadual (CDE), órgão colegiado de direção superior composto por quinze conselheiros titulares e seus respectivos suplentes; pela Diretoria Executiva, órgão colegiado de natureza executiva responsável pela gestão executiva e técnica; e pelo Conselho Fiscal, órgão de assessoramento para assuntos de gestão contábil, patrimonial e financeira.

A Diretoria Executiva do Sebrae Alagoas é composta pelo Diretor Superintendente, Diretor de Administração e Finanças e pelo Diretor Técnico. A estrutura de operação da Diretoria Executiva é constituída pelo Gabinete, Assessoria e Ouvidoria, além das Unidades de Negócios e de Soluções, das Unidades de Suporte e Gestão – da qual faz parte a Unidade de Marketing e Comunicação –, e das Unidades Regionais.

Em resposta ao convite enviado por *e-mail*, a Gerente da Unidade de Marketing e Comunicação, que é responsável pela realização de eventos na organização, indicou como representante para participar da pesquisa, Adalberto Lopes de Souza, Gerente adjunto de Marketing e Comunicação, que autorizou a divulgação de sua identidade. O entrevistado possui graduação em Relações Públicas e Pós-Graduação

---

<sup>7</sup> Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/quem\\_somos](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/quem_somos). Acesso em: 10 jun. 2023.

em Gestão e Liderança. Integra a instituição há 5 anos, mesmo período em que ocupa o cargo mencionado.

#### 4.1.4 Centro Universitário Cesmac

A Fundação Educacional Jayme de Altavila (FEJAL), pessoa jurídica de direito privado, foi criada em 1971 e, de acordo com o Estatuto do Centro Universitário Cesmac (2012), é a mantenedora da IES, a qual é subordinada jurídica e financeiramente. O Cesmac se caracteriza como uma entidade sem fins lucrativos, possuindo um conselho que forma a Assembleia Geral fiscalizadora e é velada pelo Ministério Público em suas ações.

Através da Lei Municipal nº. 2.044, de 20 de setembro de 1973, teve seu funcionamento autorizado sob a denominação de Centro de Estudos Superiores de Maceió. Em 2012, de acordo com as informações obtidas através de seu site<sup>8</sup> oficial, o Centro Universitário Cesmac migrou para o sistema do Ministério de Educação (MEC), passando a pertencer ao sistema federal de educação superior. A IES está distribuída em quatro campi localizados em Maceió e nas faculdades Cesmac Agreste, localizada no município de Arapiraca, e Cesmac Sertão, localizada no município de Palmeira dos Índios. Atualmente, oferta vestibular para 27 cursos de graduação, além de cursos de pós-graduação e EAD.

Sua estrutura administrativa é composta pela Assembleia Geral, pela Diretoria da FEJAL, pela Presidência e pelas Diretorias Administrativa, Financeira, Jurídica e de Gestão e Planejamento, da qual faz parte o setor de Marketing, responsável pela realização dos eventos da organização.

Em resposta ao convite enviado por *e-mail*, a Diretoria da IES indicou como representante para participar da pesquisa, Águida Maria da Veiga Feitosa, Gestora de Marketing, que autorizou a divulgação de sua identidade. A entrevistada é bacharela em Turismo, tem especialização em Gestão de Recursos Humanos, mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente na área de Turismo, Espaço e Desenvolvimento e, atualmente, é doutoranda em Linguística. Faz parte do quadro da instituição há 15 anos e há 7 anos ocupa o cargo em que está atualmente.

Posteriormente, serão explanados os tipos de eventos realizados por cada uma das organizações que fazem parte do escopo desta pesquisa.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.cesmac.edu.br/sobre>. Acesso em: 10 jun. 2023.

Quadro 9 – Resumo do perfil dos entrevistados

	<b>Organização:</b>	<b>Formação acadêmica:</b>	<b>Nível de escolaridade:</b>	<b>Cargo ocupante:</b>
1	Governo de Alagoas	Relações Públicas	Pós-graduação (Lato sensu)	Coordenador de Cerimonial
2	Câmara Municipal de Maceió	Publicidade e Propaganda	Graduação	Assessora de Cerimonial e Eventos
3	Sebrae Alagoas	Relações Públicas	Pós-graduação (Lato sensu)	Gerente adjunto de Marketing e Comunicação
4	Centro Universitário Cesmac	Turismo	Pós-graduação (Stricto sensu, nível doutorado - <i>incompleto</i> )	Gestora de Marketing

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Dessa forma, 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, estabelecidas de acordo com os objetivos específicos da pesquisa, baseadas nos processos de gerenciamento das informações e gestão do conhecimento. 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. Para Bardin (1977, p. 37, grifos da autora), trata-se do “[...] método das *categorias*, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas da mensagem”. Decerto, a categorização possibilitou a sistematização e melhor condução da coleta dos dados obtidos através das entrevistas, conforme será explanado posteriormente.

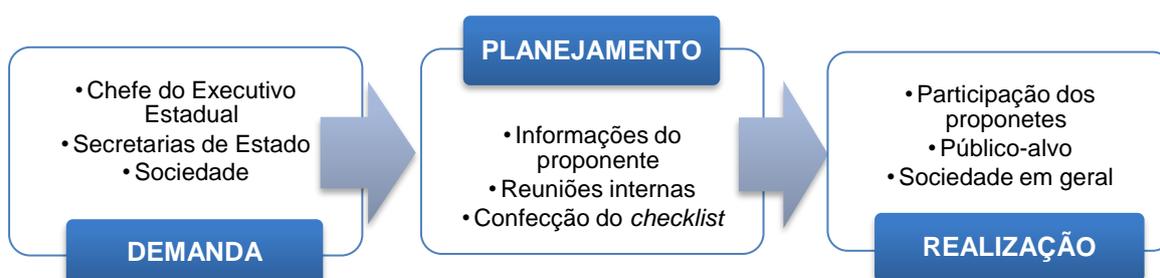
#### 4.2 CATEGORIA: NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO

Tendo em vista o objetivo específico de examinar os eventos e, mais precisamente, no tocante a esta categoria, para compreender o contexto em que eles operam no ambiente organizacional, o primeiro foco da análise consiste na necessidade de informações, as quais embasam e fomentam a realização de eventos nas organizações. Tendo em vista que, de acordo com Choo (2003, p. 21), “[...] a necessidade, a busca e o uso da informação são determinados pelas demandas do

trabalho e do ambiente social, pela lacuna de conhecimentos do indivíduo e por sua experiência emocional”.

Dessa forma, focado no processo de busca por informação para a realização dos eventos nas organizações, questionou-se a partir de quais informações o processo de planejamento de um evento é iniciado. No caso do Governo de Alagoas, o entrevistado relatou que a concepção dos eventos se inicia a partir da demanda por informação advinda da sociedade por intermédio das secretarias de Estado. São esses órgãos da administração direta que filtram as necessidades dos cidadãos, ou seja, dos usuários, identificam as demandas, as reivindicações, a necessidade de prestação de contas, entre outras, e encaminham para aprovação do Governador do Estado. Além das demandas sociais, há a demanda de propagar, através dos eventos e de acordo com as circunstâncias do momento, as informações de interesse do Governo quanto aos objetivos de sua gestão, tendo em vista os compromissos assumidos no Plano de Governo<sup>9</sup>. Uma vez aprovadas, as informações começam a ser aglutinadas pelo setor de Cerimonial para que o planejamento prático do evento seja realizado.

Figura 7 - Fluxograma dos eventos no Governo do estado de Alagoas



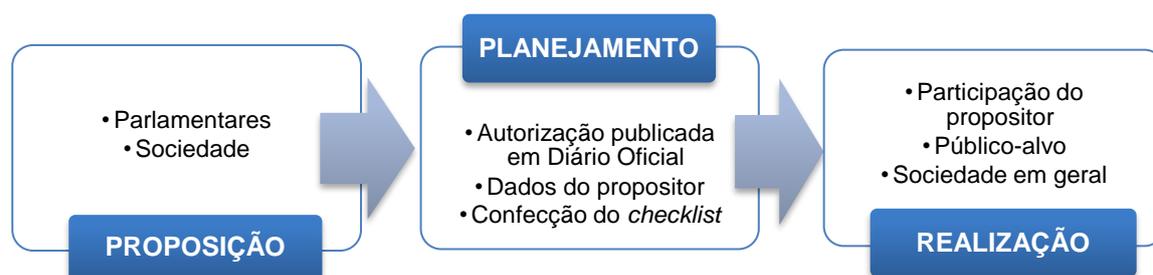
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Na Câmara Municipal de Maceió, observa-se, pela descrição exposta pela entrevistada, que a demanda por informação perpassa etapas mais protocolares, obedecendo ao regimento interno. As informações que dão início ao planejamento de

<sup>9</sup> O plano de governo contempla as ações estratégicas a serem executadas ao longo do mandato de quatro anos do governante, seu texto é a base para elaboração do Plano Plurianual (PPA).

eventos podem originar dois tipos deles: a audiência pública; e a sessão solene. No primeiro caso, a audiência pública advém a partir do preenchimento e formalização do requerimento pelo demandante, seja um indivíduo ou grupo da sociedade, logo após, o assunto é pautado em Plenário<sup>10</sup> e após aprovação se inicia o rito para a realização do evento. No caso das sessões solenes, os parlamentares realizam a leitura do projeto de decreto legislativo em Plenário, na sequência a proposta é enviada para as comissões de Justiça e de Educação da Câmara, as quais publicarão seus pareceres, favoráveis ou contrários, à realização de determinada proposição no Diário Oficial do município. O passo seguinte é a discussão em Plenário que, se for pautada em rito de urgência, é feita através de uma sessão extraordinária. Após a aprovação do referido projeto, inicia-se a etapa de planejamento do evento.

Figura 8 - Fluxograma dos eventos na Câmara Municipal de Maceió



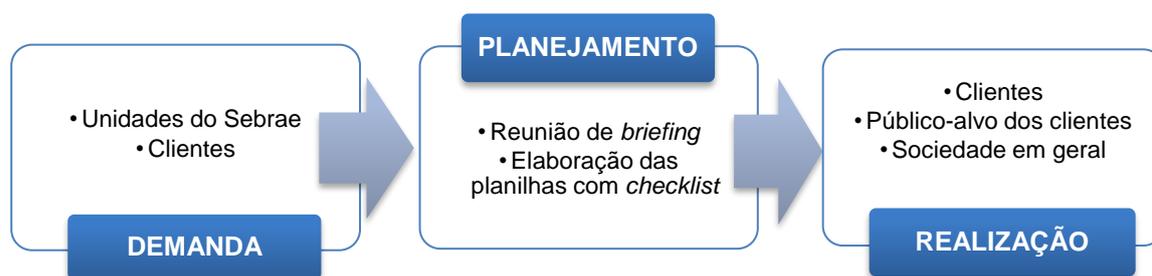
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

No caso do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Alagoas (Sebrae Alagoas), o entrevistado descreveu que o processo para o planejamento de um evento sempre se inicia em atendimento a uma unidade, tendo em vista que o setor é identificado como uma unidade demandada. Dessa forma, a Unidade de Marketing e Comunicação, em parceria com a Unidade de Suprimentos, realiza os eventos das demais unidades demandantes, tendo como foco os seus clientes. O evento nasce a partir do preenchimento de um formulário digital pelo requerente, enviado através do sistema interno da unidade para gerenciamento de

<sup>10</sup> Trata-se do maior órgão da Câmara, é composto por todos os vereadores. No Plenário são realizadas as votações de proposições, as sessões e audiências, entre outros atos que são de competência do Poder Legislativo Municipal.

informações chamado *help desk*, com as informações acerca do evento proposto. A partir dessas informações enviadas, as unidades interessadas se encontram no que, de acordo com o entrevistado, eles denominam “reunião de *briefing*”, onde são prestados esclarecimentos acerca da demanda para, posteriormente, iniciar-se o planejamento do evento.

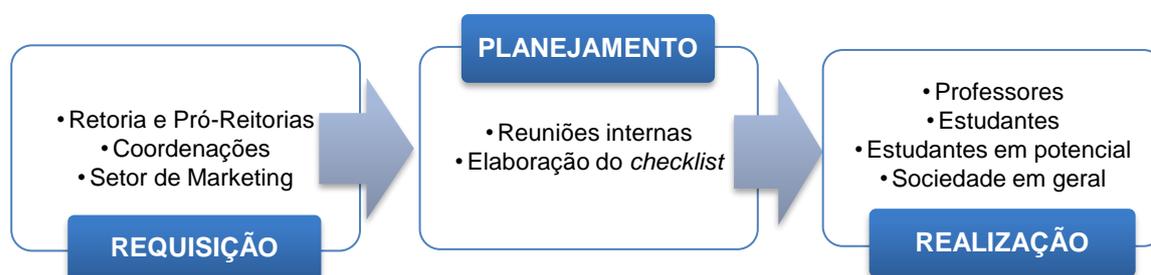
Figura 9 - Fluxograma dos eventos no Sebrae Alagoas



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

No tocante ao Centro Universitário Cesmac, conforme relatado pela entrevistada, há dois tipos de demandas para a realização de eventos: a) Campanhas de marketing: cuja concepção nasce no departamento de marketing e que tem como principal objetivo a captação de alunos para a instituição, principalmente durante os dois processos seletivos anuais; e b) eventos institucionais e acadêmicos: os quais são propostos pela equipe acadêmica e/ou pedagógica, através da reitoria, das pró-reitorias e das coordenações de cursos, sempre aliados com o planejamento acadêmicos e pedagógico anual. De acordo com a natureza da demanda e com as informações disponibilizadas pelo setor proponente, inicia-se o processo de planejamento, que pode envolver um aparato maior de serviços, com contratações externas, ou necessitar apenas da infraestrutura já disponível.

Figura 10 - Fluxograma dos eventos no Centro Universitário Cesmac



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

De acordo com Costa (2003), a informação é considerada matéria-prima para produzir conhecimento, dessa forma, é preciso compreender como surgem as informações que, posteriormente, serão compartilhadas e transformadas em conhecimento através da realização de eventos. Diante disso, ao compreender a necessidade de informação das organizações no tocante a realização de eventos, torna-se possível visualizar o panorama geral e os caminhos que conduzirão os eventos até sua realização efetiva.

Observa-se, portanto, que o caminho para a realização de um evento se inicia a partir de uma demanda, proposição e/ou requisição dos gestores hierárquicos, também baseado nas solicitações dos públicos específicos de cada organização, seja da sociedade, nos casos das entidades públicas; dos colaboradores, da demanda de mercado, como é o caso do Centro Universitário Cesmac; e/ou dos próprios clientes atendidos, conforme ocorre com o Sebrae Alagoas.

Percebe-se, ainda, que o segundo passo após a concepção da ideia de realização de cada evento desemboca na atividade de planejamento, que é de responsabilidade direta do setor encarregado pelos eventos, cujos representantes correspondem aos entrevistados por esta pesquisa. Essa observação evidencia a importância dos profissionais envolvidos nesse processo, tendo em vista que, a partir dessa etapa decisória, o gerenciamento das informações recebidas, bem como o tipo do evento, a abrangência dos públicos, a definição dos objetivos e as características dos eventos serão construídos. Conforme afirma Calazans (2006, p. 64, grifos nossos), “[...] gerenciar este ativo [a informação], de forma a tornar a informação útil

para que as pessoas possam atuar com eficácia e garantir a competitividade organizacional, tem sido um grande desafio”.

Por fim, verifica-se que a etapa final, ou seja, a realização do evento, envolve os públicos específicos de cada organização, os quais são determinados de acordo com as características de cada evento, sendo estes os principais beneficiários e os primeiros a obter as informações compartilhadas a partir daquela realização. Observa-se que os entrevistados citaram a sociedade em geral como público-alvo em comum para determinados tipos de eventos, o que demonstra o potencial de abrangência e de alcance dos eventos realizados pelas organizações, tendo em vista que, sem uma restrição específica dos públicos, a possibilidade de acesso às informações compartilhadas se amplia consideravelmente.

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”. O contexto em que os eventos operam nas organizações pesquisadas mostra que a determinação das necessidades informacionais para a realização de um evento é diversa e múltipla. Essas necessidades de informação, de acordo com Choo (2003) não surgem já totalmente formadas e podem crescer e evoluir com o tempo.

Ver a necessidade de informação como algo que emerge em múltiplos níveis enfatiza o princípio de que satisfazer uma necessidade de informação vai muito além de encontrar informações que respondam à questão expressa nas perguntas ou tópicos descritos pelo indivíduo (Choo, 2003, p. 101).

Decerto, à medida que mais informações são obtidas e quanto mais essas informações se conectam com a necessidade dos indivíduos, mais será significativa e útil. Nesse sentido, questionou-se sobre como é avaliada a necessidade de realização de um determinado evento. O entrevistado do Governo de Alagoas ressaltou que, na maioria das vezes, a realização de um evento emerge da necessidade de publicizar as ações realizadas pela administração estadual. Além disso, quando se trata de uma demanda que interfere diretamente na vida das pessoas, existe a obrigatoriedade da prestação de contas à sociedade, o que é feito, geralmente, através de eventos. A divulgação de informações por intermédio de um evento é uma ação importante para o Governo, a qual é validada pelo gestor e pelos

assessores das pastas envolvidas, tendo em vista a finalidade de levar a público determinado assunto e tornar a organização mais próxima da sociedade.

Na Câmara Municipal de Maceió, a necessidade para que um evento seja realizado emerge do interesse dos parlamentares, no caso das sessões solenes, e da sociedade em geral, no que se refere às audiências públicas. Conforme relatou a entrevistada, a sessão solene é uma prerrogativa do parlamentar de homenagear determinado indivíduo ou instituição, cuja legalidade é aprovada pelas comissões já citadas anteriormente e pelo Plenário. No caso das audiências públicas, a demanda, normalmente, surge da população em geral, das bases eleitorais dos vinte e cinco parlamentares e em decorrência de datas comemorativas, previstas no calendário anual, como as campanhas de janeiro branco e outubro rosa, dia Internacional contra a LGBTfobia, dia mundial de conscientização do autismo, entre outros.

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. Dessa forma, após a reunião de *briefing*, torna-se possível definir as reais necessidades para a realização de eventos. O Sebrae questiona ao cliente quais são suas principais demandas, ele apresenta seus interesses e as Unidades avaliam a relevância e se o evento suprirá as necessidades dos públicos e de seus clientes. O entrevistado relatou que há casos em que a proposta inicial é algo menor e mais simples, mas, a partir das reuniões de verificação, o planejamento ganha outro patamar, transformando e adaptando aquele evento à realidade; e vice-versa.

No Centro Universitário Cesmac, a identificação das necessidades de eventos é determinada a partir do planejamento pedagógico dos cursos de graduação e pós-graduação ofertados pela instituição, os quais estabelecem as demandas de acordo com as especificidades dos públicos de cada área. Ademais, as necessidades emergem ainda do cronograma de campanhas de marketing programados anualmente pelo Centro Universitário, focadas na captação de novos discentes. A partir desses vieses, são estabelecidas as tipologias mais adequadas, entre elas: atividades práticas e teóricas, palestras, seminário, gincanas, entre outros.

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, Governo de

Alagoas e Câmara Municipal de Maceió, destaca-se a demanda significativa da sociedade em geral, a qual requisita e emite suas prioridades para os órgãos, pautando-os de suas necessidades. No tocante às organizações do setor privado, Sebrae Alagoas e Cesmac, observa-se a priorização das demandas de seus clientes internos e externos, as quais estão diretamente alinhadas com os objetivos específicos das organizações.

De acordo com Farias e Gancho (2014, p. 27), “[...] se o primeiro ponto para o sucesso dos eventos é seu planejamento correto e detalhado, o segundo é a definição do público-alvo e a adequação de todas as ações”. Para os autores, o primeiro ponto a ser observado é que os tipos de eventos precisam estar relacionados aos públicos aos quais se destinam. Nesse sentido, observa-se a importância de compreender a necessidade dos públicos envolvidos e alinhá-las estrategicamente aos eventos.

Quando questionados acerca da existência de ferramentas ou plataformas para verificar as necessidades e para planejar a realização de eventos, os entrevistados apresentaram a forma como administram o fluxo de informações. No Governo de Alagoas, a ferramenta de uso mais frequente é a plataforma virtual *WhatsApp*, através dos grupos formados pela equipe organizadora dos eventos, onde se concentra o principal compartilhamento de informações. Além da praticidade destacada pelo entrevistador, a rede social funciona aliada ao *e-mail* oficial do setor. O setor realiza *checklists*<sup>11</sup> para ajudar no planejamento dos eventos, listando as informações pertinentes, bem como as funções pré-determinadas. O *checklist* é construído de acordo com o porte do evento, dessa forma, o entrevistador exemplificou que em eventos de grande porte, como foi o caso da solenidade de posse do Governador, realizada em 1º de janeiro de 2023, há um volume maior de informações, as quais começam a ser reunidas com semanas ou meses de antecedência. A equipe envolvida tem autonomia para alimentar as informações nos *checklists* até a data da realização do evento.

No Sebrae Alagoas, além do *help desk*, já mencionado anteriormente, há também planilhas compartilhadas internamente com os membros das unidades envolvidas. As planilhas possuem o *checklist* dos eventos, pontuando as atividades e os prazos a serem cumpridos. Esses controles facilitam o contato com as empresas fornecedoras contratadas para publicidade e para estrutura física dos eventos, cujos

---

<sup>11</sup> Em tradução do inglês, significa “lista de verificação”. Listagem muito utilizada no planejamento e na organização de eventos.

contratos têm prazos pré-estabelecidos, o que faz com que a utilização dos *checklists* seja imprescindível.

Para a entrevistada da Câmara Municipal, os controles das informações só se iniciam após a aprovação e marcação de data da sessão solene e/ou da audiência pública pela Superintendência da Casa. Além da autorização para iniciar o planejamento, é enviado também o requerimento publicado em Diário Oficial. A partir dessas informações, o *checklist* começa a ser elaborado.

No Cesmac, a elaboração de *checklists* é a principal ferramenta para o gerenciamento das informações captadas. A listagem, construída internamente pelos integrantes do setor, é confeccionada e compartilhada com a coordenação e/ou gestores responsáveis por cada evento, a fim de estabelecer um controle da demanda. Além disso, utiliza-se a comunicação via *e-mails* institucionais e troca de informações através de grupos de *WhatsApp* com os demandantes. Esse acompanhamento é realizado nas etapas de pré-evento, durante a execução e após a realização das atividades.

Isto posto, os entrevistados destacaram, unanimemente, a utilização de *checklists* como ferramenta para administrar as informações relacionada a cada evento. Ademais, utilizam-se também da realização de reuniões prévias para trocar informações e obter novas informações com as pessoas envolvidas no planejamento. Observa-se que, independentemente da plataforma utilizada para a confecção de suas listas de verificações, a utilização de um suporte para organizar as informações é imprescindível para as organizações entrevistadas.

O fluxo informacional é responsável pela qualidade da informação, sua distribuição e adequação da informação às necessidades do usuário. A gestão da informação organizacional é realizada através da coordenação, administração e planejamento do ambiente informacional e dos seus fluxos de informação (Calazans, 2006, p. 68).

Evidencia-se, portanto, desde a primeira categoria de perguntas, o quanto a informação é, de fato, matéria-prima para a realização dos eventos. A importância de compreender as necessidades informacionais dos públicos, o papel desempenhado pelo gestor e pelas pessoas envolvidas no planejamento, além da utilização de suportes para gerenciar as informações relacionadas aos eventos, são pontos relevantes trazidos pelos entrevistados nesta categoria.

Quadro 10 - Resumo da Categoria Necessidade de Informação

<b>Identificação das necessidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>As demandas emergem, prioritariamente, dos gestores hierárquicos e dos públicos usuários, ou seja, da sociedade e/ou dos clientes/usuários da organização.</li> </ul>
<b>Avaliação das necessidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A necessidade é avaliada em consonância aos objetivos e ao planejamento de metas das organizações;</li> <li>A avaliação é de responsabilidade dos gestores e dos responsáveis pelos setores que realizam os eventos.</li> </ul>
<b>Suportes para coleta de informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Os mecanismos utilizados para coleta de informações são reuniões, elaboração de <i>checklists</i> e compartilhamento de informações através de plataformas virtuais (<i>e-mails</i> e/ou aplicativos de mensagens).</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

#### 4.3 CATEGORIA: FONTES DE INFORMAÇÃO

Pautada no objetivo específico que busca analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações, a presente categoria apresenta e analisa as respostas fornecidas pelos entrevistados neste tocante. Para Choo (2003), as informações e os conhecimentos são capazes de manter uma organização bem-informada e com capacidade de percepção e discernimento. Dessa forma, “suas ações 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” (Choo, 2003, p. 31).

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 que estão lotados no Gabinete do Governador, tendo em vista que de lá surgem as primeiras informações que determinam a realização de um evento, na Secretaria de Governança, cuja responsabilidade é reunir as demandas e as informações que culminam na realização de um evento, e na Secretaria proponente, que tem o domínio das informações mais específicas.

Para a Câmara Municipal de Maceió, a primeira fonte de informação advém dos documentos publicados, através do Decreto Legislativo e dos requerimentos protocolados, a entrevistada adquire as primeiras informações necessárias para os eventos. A partir dessas referências, busca-se nas pessoas envolvidas, ou seja, nos propositores ou requerentes, as informações necessárias para que se inicie o processo de planejamento do referido evento.

No caso do Sebrae, as primeiras informações são fornecidas pelos clientes, que, através do *help desk*, descrevem os objetivos e requisitam suas demandas de eventos. Por conseguinte, é no setor de marketing que essas informações são alinhadas e a busca por novas informações é iniciada. O entrevistador enumerou como fontes de informações, os colegas das unidades envolvidas, funcionários de unidades do Sebrae em outros Estados e pesquisas na internet. O objetivo é extrair dessas fontes de informações o material necessário para que o evento seja formatado da maneira mais adequada aos seus públicos, através da escolha mais assertiva do tema, dos palestrantes, do formato, entre outros.

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. A entrevistada pontua que são essas informações iniciais que baseiam a determinação do público-alvo, o quantitativo de participantes, a melhor data, o local mais adequado, bem como a estrutura necessária para atender as especificações dos eventos solicitados. No tocante às campanhas de captação de alunos, as fontes de informação basilares são as tendências adotadas pelo mercado de comunicação e marketing. Além disso, a comunicação estabelecida com parceiros, como escolas e cursos preparatórios de vestibular, fornece informações que são utilizadas tanto nas campanhas, como nos eventos institucionais da organização. A exemplo do evento Giro Cesmac, que promove uma feira de profissões nas escolas a partir de pesquisas realizadas pelo próprio parceiro acerca dos cursos mais procurados pelos estudantes.

Quadro 11 – 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 pela autora (2023)

Ao analisar as fontes de informação consultadas pelos entrevistados para viabilizar a realização dos eventos, constatou-se 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 das organizações como fontes de informação relevantes para a realização de eventos.

Por conseguinte, os entrevistados foram perguntados sobre a maneira pela qual 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, tendo em vista que proporcionam uma aproximação física entre o Governo, por meio da figura política do chefe do executivo, e a população. Dessa forma, os eventos possibilitam uma prestação de contas direta, bem como um acesso imediato aos serviços públicos.

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. A exemplo das audiências públicas, cujo principal propósito é debater temas de interesse direto da população através da proposição dos vereadores. Além de dar destaque a temas importantes, os eventos possibilitam o surgimento de novas discursões e de descobertas acerca de determinados assuntos.

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 organização, de acordo com seu representante, é uma organização conhecida pelo conhecimento que proporciona aos seus públicos. Dessa forma, os eventos se apresentam como uma plataforma imprescindível para que o Sebrae desempenhe esse papel e proporcione aos seus públicos o acesso às informações relevantes para seus negócios e para suas vidas.

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 relevantes com seus participantes. Destaca-se o fato de a organização se caracterizar como instituição de ensino, o que define suas ações como educativas, foco que também se aplica aos eventos por ela

realizados. Entre as ações citadas, a entrevistada destacou, como exemplo, eventos pautados em assuntos atuais e de grande importância social, como as palestras realizadas pela instituição sobre como lidar com episódios de *bullying* e violência no ambiente acadêmico e escolar.

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

A informação está sempre destinada a um público alvo. Para cada informação, seja ela de cunho científico ou não, existe um usuário de interesse que a utiliza para realizar alguma tarefa, obter conhecimento e tomar decisões. Poder identificar quais as fontes relevantes, pertinentes e necessárias e aonde buscá-las para atender uma demanda informacional, seja para solucionar uma curiosidade ou subsidiar uma pesquisa, se torna essencial para qualquer indivíduo (Baggio; Costa; Blattmann, 2016, p. 43).

No contexto das organizações pesquisadas, os eventos se apresentaram como uma fonte de informação de fácil acesso e de grande relevância aos públicos da organização, cuja realização exige o cumprimento de etapas estratégicas de identificação de necessidades e de planejamento e que desempenham papel relevante para os componentes das organizações e para seus públicos. Observa-se, a partir da análise das respostas dos entrevistados, que, no tocante à natureza das fontes, a aquisição de informações provém, principalmente, do público interno das organizações, sendo os membros e colegas de trabalho e os documentos internos, as fontes primárias de informação. Ademais, listam-se os clientes da organização, as organizações parceiras, as buscas na internet e as legislações específicas como fontes para obtenção de informação.

No tocante à utilização dos eventos como fontes de informação, verifica-se um direcionamento majoritário para os públicos externos da organização, tendo em vista que são considerados pelos entrevistados como um canal de comunicação com seus públicos, ou seja, uma forma de possibilitar o alcance aos públicos externos à organização. Identifica-se, ainda, um posicionamento estratégico dos eventos nas organizações estudadas, uma vez que são considerados como fontes primárias de informações. Ademais, os eventos se configuram como uma plataforma de compartilhamento de informações e conhecimentos e como uma atividade educativa e capacitadora para os públicos, que podem ser internos e/ou externos.

Quadro 12 - Resumo da Categoria Fontes de Informação

<b>Natureza das fontes de informação</b>	Principais fontes utilizadas para aquisição da informação foram: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membros da organização / Colegas de trabalho;</li> <li>• Documentos disponibilizados internamente;</li> <li>• Clientes da organização;</li> <li>• Organizações parceiras;</li> <li>• Pesquisas na internet;</li> <li>• Legislações específicas.</li> </ul>
<b>Evento como fontes de informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de comunicação com os públicos;</li> <li>• Fontes de informação primária das organizações;</li> <li>• Plataforma de compartilhamento de informações e conhecimentos;</li> <li>• Atividade educativa e capacitadora para os públicos.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

#### 4.4 CATEGORIA: ORGANIZAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO

Dando prosseguimento, os entrevistados foram questionados acerca da organização e do uso da informação no processo de realização dos eventos nas organizações. Para que um evento possa assumir seu papel estratégico, faz-se necessário que as informações por ele compartilhadas sejam devidamente estruturadas e orientadas para o uso eficaz, atingindo, dessa forma, os públicos envolvidos em sua realização.

A execução de um trabalho de comunicação dirigida aproximativa através dos eventos permite estabelecer relações pessoais diretas entre a organização ou instituição e um público ou segmento com a finalidade de demonstrar, na prática, como age e se comporta uma organização (Fortes; Silva, 2011, p. 33).

Portanto, 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 Governo de Alagoas, por meio de seu entrevistado, evidenciou que o processo de organização das informações resulta na produção do roteiro do evento, através da confecção do *script*. Esse roteiro contém todos os passos detalhados para o que acontecerá na prática, iniciando pelo texto de abertura com as informações obtidas anteriormente e escolhidas para serem compartilhadas, a escolha estratégica dos pronunciamentos das autoridades e convidados presentes e o ato que marca a realização do evento.

No tocante à 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. Os propositores têm autonomia para orientar as informações que serão utilizadas na composição do roteiro. As informações são

organizadas de maneira que atendam a demanda do proponente, cumpram o regimento interno e proporcionem ao público o acesso ao conteúdo. Com as informações alinhadas, o setor foca na organização da logística do evento.

Tratando-se do Sebrae Alagoas, as informações são recebidas inicialmente por meio das ferramentas já mencionadas, posteriormente são organizadas por meio de outra plataforma virtual, denominada Trello, que recebe todas as informações. Através dessa plataforma, o núcleo de comunicação digital do Sebrae Alagoas utiliza as informações necessárias para posicionar os eventos nas redes sociais, principal canal de divulgação da organização. No núcleo de cerimonial, as informações são extraídas e organizadas para melhor condução do evento, o entrevistado destacou que há um tratamento das informações para que os próximos passos sejam executados, como envio de convites, confecção do *script*, confirmação de presenças, entre outros. Há, ainda, o núcleo de imprensa que verifica a necessidade de divulgação do referido evento para os clientes da organização, além de captar informações para confecção de releases, para entrevistas em jornais e televisão e para realizar a cobertura do evento no dia da sua realização.

O entrevistado destacou que a informação que está disposta no Trello é disseminada para todos os núcleos envolvidos, permitindo que cada um possa utilizá-la da forma mais estratégica no cumprimento de seus objetivos. Citou-se, como exemplo, a última solenidade de posse da diretoria da organização, um evento que é eminentemente para a sociedade e para as autoridades externas, mas, a partir de uma visão integrada dos núcleos e do entendimento do referido evento para os públicos internos, houve um convite para os colaboradores, expondo a importância do momento institucional para todos.

No caso do Centro Universitário Cesmac, as informações captadas são organizadas internamente pelo setor de marketing, através de plataformas virtuais, e utilizadas conforme os principais objetivos da organização e dos eventos propostos. As informações captadas são organizadas e distribuídas para a equipe responsável e, de acordo com a demanda de cada evento, averigua-se se há necessidade de mestres de cerimônias, de equipe de redes sociais, de fotógrafo, entre outros, bem como a necessidade de equipamentos e infraestrutura.

Quadro 13 – Organização e uso das informações na realização de eventos

<b>Organização da informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataformas digitais;</li> <li>• Aplicativos de mensagens;</li> <li>• Confecção de roteiros e <i>scripts</i>;</li> <li>• Seleção das informações.</li> </ul>
<b>Uso estratégico da informação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptação das tipologias;</li> <li>• Adequação do formato ao público;</li> <li>• Definição do conteúdo alinhado com os objetivos da organização.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

No que se refere à definição das tipologias de eventos e acerca de quais são as mais utilizadas na organização, os entrevistados demonstraram, através de suas respostas, as particularidades e as principais características dos eventos realizados no âmbito de suas respectivas organizações. O entrevistado do Governo de Alagoas informou que a tipologia já chega definida pelos propositores, mas o setor verifica as necessidades e sugere possíveis modificações assim que adquire as informações iniciais ou durante o planejamento.

Como exemplo foi citado o evento da Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária, Pesca e Aquicultura, que previa a entrega de sementes para os agricultores alagoanos. Inicialmente, seria realizado apenas um anúncio nas redes sociais, mas, a partir do levantamento de informações e da percepção da equipe acerca do impacto que o evento poderia gerar, o formato foi modificado para um evento presencial, extensivo a todos os prefeitos das cidades contempladas, bem como a todos os agricultores, o que reconfigurou o evento e os resultados obtidos com sua realização. O entrevistado destacou que o Governo de Alagoas utiliza, com maior frequência, as seguintes tipologias de eventos: inaugurações, solenidades de posse, entregas de equipamentos, visitas e reuniões.

A Câmara Municipal de Maceió, em virtude do seu regimento interno, restringe-se a realização de audiências públicas e sessões solenes. Dessa forma, cabe ao setor a execução das etapas planejadas e o melhor uso das informações já adquiridas na realização dos eventos. Ademais, a respeito das tipologias, a entrevistada ressaltou que dentro do leque de sessões solenes há os subtipos, como entrega de comendas, título de cidadão honorário e título de cidadão benemérito.

No Sebrae Alagoas, o setor de marketing propõe, de acordo com as informações recebidas, o formato ideal para os eventos. Após organizar as informações, os profissionais envolvidos identificam qual o potencial do evento

proposto e direciona a formatação mais adequada para o cliente. Os eventos realizados pela organização sempre apresentam um viés educacional, de levar conhecimento para seus públicos, por isso, as tipologias mais utilizadas são: seminários, simpósios, palestras, feiras e congressos. Um dos principais eventos da organização é, justamente, a Feira do Empreendedor, realizada bianualmente.

A entrevistada do Cesmac relatou que as tipologias dos eventos demandados pelas coordenações já chegam definidas, mas que o setor sempre dialoga levando sugestões para que o evento tenha o alcance desejado. No tocante aos eventos realizados pelo marketing, as tipologias são definidas entre a equipe, sempre em alinhamento com o que o mercado está demandando no momento e com o público que será atingido com a realização daquele evento. Entre as tipologias mais realizadas, dada a natureza educacional da instituição, são palestras, seminários, congressos, *workshops*, aulas inaugurais, além dos eventos culturais.

Dadas as explicações 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 (2002, p. 8), “uma informação é considerada relevante quando é necessária e útil para o alcance dos objetivos e metas da organização”.

Nesse sentido, atenta-se ao fato de que a maioria das organizações entrevistadas utiliza diversos tipos de eventos para atingir seus fins específicos, tendo em vista que cada tipologia contém propósito e características próprias. É possível observar que os tipos citados correspondem, de acordo com o Quadro 2 apresentado por esta pesquisa, a eventos tanto com foco no público interno, como: inaugurações, solenidades de posse, entregas de equipamentos, reuniões, sessões solenes, palestras, *workshops* e eventos culturais; quanto com o foco externo, tais como: visitas, audiências públicas, seminários, simpósios, feiras e congressos. O que não necessariamente impede que os tipos de eventos listados apresentem características mistas e foquem tanto no público interno, quanto no externo, conforme fora explanado pelos entrevistados.

Quadro 14 - Tipologias de eventos realizados nas organizações

Item:	Tipos de eventos
01	Inaugurações
02	Solenidades de Posse
03	Entregas de Equipamentos
04	Visitas
05	Reuniões
06	Audiências Públicas
07	Sessões Solenes
08	Seminários
09	Simpósios
10	Palestras
11	Feiras
12	Congressos
13	<i>Workshops</i>
14	Aulas Inaugurais
15	Eventos Culturais

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

#### 4.5 CATEGORIA: COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO

Decerto, após compreender como se dão os processos de organização e uso das informações para a realização de eventos nas organizações pesquisadas e ainda focada no objetivo de averiguar a função que os eventos exercem nos processos de criação e conversão do conhecimento, a presente categoria se dedicou a compreender como o processo de compartilhamento de informações por meio dos eventos é executado. Tendo em vista que já se compreende como são realizados os processos de aquisição, coleta, organização e uso da informação no tocante aos eventos das organizações entrevistadas.

A gestão pode se relacionar com a informação na perspectiva de estabelecer processos que auxiliem na recuperação, na organização, na utilização e na disseminação da informação, ou seja, relativo aos fluxos formais de informação (Lira; Duarte, 2020, p. 72).

Diante do exposto, 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. Nessa perspectiva, o entrevistado do Governo de Alagoas relatou que o compartilhamento estratégico de informações através de eventos é um recurso muito

utilizado pela gestão executiva estadual, 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. Nesse sentido, o entrevistado destacou a relevância do público presente nos eventos, os quais são selecionados de acordo com as especificidades de cada momento, direcionando a comunicação de um evento exatamente para o público-alvo.

O entrevistado reforçou, ainda, que cada informação a ser compartilhada durante um evento é planejada e pensada previamente, uma vez que as possibilidades de uma informação se transformar em desinformação são latentes, tanto por questões políticas, quanto por falta de compreensão da linguagem utilizada. Destacaram-se como exemplos as situações em que o Governo só pode anunciar determinado fato, como o 13º salário do Cartão Cria, quando autorizado por lei e/ou quando o ato pode de fato ser cumprido pela gestão, sempre mantendo a transparência com o público.

O entrevistado do Governo de Alagoas exemplificou, ainda, os eventos de inaugurações de estradas, para os quais há uma seleção das informações que serão compartilhadas, tendo em vista que é importante, por exemplo, que a população beneficiada tenha acesso às informações sobre o valor do investimento, o serviço realizado no local e as melhorias trazidas para os usuários. Dessa forma, o evento atua como fonte de informação, levando dados que serão processados pelos participantes e transformados em novas informações e conhecimentos.

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. No caso das audiências públicas, que são abertas para toda população, além do Poder Legislativo viabilizar o compartilhamento de informações por seus parlamentares, os representantes da sociedade civil podem se inscrever nas audiências e utilizar suas falas para disseminar informações pertinentes aos assuntos. A entrevistada citou o evento das audiências públicas realizadas para tratar assuntos de saneamento público, além dos entes públicos que prestam contas à sociedade, os moradores do local podem discorrer acerca de suas insatisfações ou de trabalhos realizados, disseminando informações até então privativas àqueles que vivem no local.

Para o entrevistado do Sebrae Alagoas, o compartilhamento de informações se inicia já durante a 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. Desse modo, a organização preza sempre pela premissa da transparência, mantendo, de acordo com o entrevistado, seu pilar principal que é gerar novos conhecimentos para seus públicos. Então, quanto mais as informações são compartilhadas, antes, durante e após, mais efetivo será o objetivo do evento. Como os públicos atendidos pelo Sebrae Alagoas são muito específicos, as informações compartilhadas precisam chegar no público determinado.

Citou-se como exemplo o evento realizado pelo Sebrae Alagoas para o Sistema Coletivo da Bacia Leiteira de Alagoas, no qual tanto as informações e o público são muito singulares, mas que não há restrição para que outras pessoas participem ou se interessem. Ademais, quando se avalia a necessidade de ampliação do público a ser alcançado pelas informações que serão fornecidas pelo evento, o setor aumenta a abrangência da audiência.

Alinhado ao seu cerne educacional, o Centro Universitário Cesmac, conforme destacou a entrevistada, realizada, 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. Cada informação a ser compartilhada é pensada previamente, tendo em vista a confecção de materiais de apoio, apresentações e vídeos utilizados durante a realização dos eventos. Os públicos envolvidos são expostos a informações que dialogam com seu perfil, por exemplo, os eventos institucionais, idealizados pelas coordenações dos cursos, definem sua programação temática em consonância com o público participante.

Quando questionados sobre de que forma os eventos possibilitam à organização o compartilhamento de informações estratégicas e sobre quais tipos de eventos possibilitam um espaço mais efetivo para o compartilhamento estratégico de informações, os entrevistados forneceram as seguintes respostas. O Governo de Alagoas realiza, em sua essência, eventos para a população em geral e muitos desses eventos conseguem atingir cidadãos que não estão na capital e/ou em zonas urbanas, dessa forma atua como um recurso primordial que leva informações e, mais do que isso, atua como um serviço de utilidade pública. Como exemplo, o entrevistado citou as Arenas de Serviço realizadas pela gestão. Esse evento, que se assemelha a uma

feira de serviços, leva até a população acesso à saúde, serviços de assistência social, entre outros, sem burocracia no atendimento. Nesse espaço são anunciadas informações relevantes para aquela população e se abre um canal de comunicação direta com a administração pública para conversas, reivindicações e troca de informações no geral. As arenas, assim como os eventos de entregas de equipamentos, visitas e inaugurações, propiciam espaços, através do contato direto, para o diálogo e o compartilhamento de informações.

Para a Câmara Municipal de Maceió, o principal fundamento de seus eventos, principalmente no caso das audiências públicas, é possibilitar o compartilhamento de informações relevantes e estratégicas tanto para o Poder Legislativo Municipal, quanto para a população, por meio de eventos. O fato de as cerimônias realizadas serem televisionadas em canal aberto, - fato novo, tendo em vista que até o ano passado eram transmitidas em canal fechado -, amplifica o acesso às informações trocadas durante os momentos presenciais. As audiências públicas, designadas pela entrevistada como os eventos que mais propiciam espaços para debates, diálogos e compartilhamento de informações e conhecimentos, são também transmitidas pelo canal do Youtube, recebendo, através da plataforma, perguntas e comentários que são transcritos e registrados no evento.

No Sebrae Alagoas, a realização de determinado evento já se configura como uma plataforma para compartilhamento estratégico de informação, pensada, planejada e com fins estabelecidos para a organização e para atingir seus referidos públicos. Nesse sentido, o entrevistado pontuou alguns exemplos importantes, como o caso de eventos realizados em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) que, desde o planejamento, são conduzidos para atingir a maior quantidade de pessoas com o conteúdo mais qualificado possível. No exemplo citado, um determinado evento que seria apenas presencial, foi adaptado para o formato híbrido focando em atingir um público maior, tendo em vista que as palestras que foram realizadas tinham um grande potencial de capacitação e compartilhamento de conhecimentos. Para o entrevistado, as tipologias de eventos que possibilitam o maior compartilhamento de informações são palestras, capacitações, seminários, simpósios e reuniões de trabalho.

No Cesmac, a entrevistada destacou que o diálogo é o ponto forte dos eventos realizados pela instituição, o fato dos participantes terem voz durante esses momentos é vital para que haja um compartilhamento espontâneo de informações e

conhecimentos, o que é de suma importância para a instituição. Para a organização, o compartilhamento estratégico de informações é aquele que funciona em mão dupla, por isso, a maioria dos seus eventos já tem programados momentos de interação, com *breaks* estratégicos para que o público dialogue e espaços de debates e perguntas. Além disso, o Cesmac possui ambientes facilitadores, como é o caso do Complexo de Inovações, com as Salas Invertidas, cuja metodologia é alicerçada na prática de debates e conversas e cuja estrutura física, com mesas hexagonais, permite uma aproximação dos públicos.

De acordo com a entrevistada, percebe-se que quanto maior o tempo de execução do evento, maior é o engajamento dos públicos e, conseqüentemente, maior é a troca de informações e conhecimentos. O que pode ser percebido em eventos como *workshops* e seminários, principalmente porque desenvolvem atividades práticas.

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, grifos do autor), “[...] 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. Atuando como fontes de informação, os eventos possibilitam a disseminação estratégica de informações e o combate *in loco* a possíveis desinformações atribuídas às organizações envolvidas.

Portanto, o valor da informação reside no relacionamento que o usuário constrói entre si mesmo e determinada informação. Assim, a informação só é útil quando o usuário infunde-lhe significado, e a mesma informação objetiva pode receber diferentes significados subjetivos de diferentes indivíduos (Choo, 2003, p. 70).

Em síntese, a presente categoria se configurou da forma apresentada abaixo:

Quadro 15 - Resumo da Categoria Compartilhamento de Informações

<b>Disseminação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de domínio do discurso;</li> <li>• Ambiente propício para o compartilhamento de informações estratégicas;</li> <li>• Direcionamento das informações para o público do evento.</li> </ul>
<b>Compartilhamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abertura para o diálogo com os públicos;</li> <li>• Possibilidade de aprendizagem em mão-dupla;</li> <li>• Inclusão dos públicos internos como propagadores.</li> </ul>
<b>Públicos-alvo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aproximação com o público;</li> <li>• Realização de ações de comunicação dirigida;</li> <li>• Escolha dos públicos envolvidos de acordo com as especificidades do evento.</li> </ul>
<b>Principais tipologias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feiras; entregas de equipamentos; visitas; inaugurações; audiências públicas; palestras; capacitações; seminários; simpósios; reuniões de trabalho; <i>workshops</i>.</li> </ul>
<b>Dificuldades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de gerar desinformação;</li> <li>• Prudência quanto ao momento adequado para veiculação de informações.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

#### 4.6 CATEGORIA: CRIAÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS

Esta categoria, que encerra a investigação acerca do objetivo de averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional e contribui diretamente para o objetivo geral desta pesquisa, questiona sobre a criação de novos conhecimentos a partir da realização de eventos, em que pese 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 compartilhado e transformado em inovação”.

Nessa perspectiva, perguntou-se aos entrevistados como os eventos podem proporcionar um ambiente para a criação de conhecimento. De acordo com o entrevistado do Governo de Alagoas, os eventos da Poder Executivo Estadual são de utilidade pública, dessa forma seu principal interesse é levar benefícios para a população e uma dessas benfeitorias é proporcionar o acesso a informações e conhecimento, de modo que possam usufruir posteriormente do que fora compartilhado. Um dos exemplos citados se refere ao Programa Correria, que tem como objetivo oferecer a isenção da taxa de IPVA para motocicletas de até 175 cilindradas, desde que o veículo esteja no nome do beneficiário. Além dessas duas informações básicas, porém essenciais, durante os eventos outros detalhes

importantes são repassados. Conforme o entrevistado, o número de inscritos no Programa após a realização do evento aumenta consideravelmente, tendo em vista que eles compreenderam melhor as informações e as utilizaram para ter acesso ao seu benefício, proporcionando novos desdobramentos após o evento.

Ademais, o entrevistado reforçou que os eventos propiciam um ambiente de *networking*, aproximando diversos agentes públicos entre si e com a população, possibilitando diálogos aproximativos e trocas de conhecimento. Além disso, através dos pronunciamentos dos eventos e das entrevistas realizadas, mais informações e conhecimentos são compartilhados para o público presente.

Para a entrevistada da Câmara Municipal de Maceió, os eventos realizados pela Casa de Tavares Bastos proporcionam aprendizados tanto para os proponentes e convidados, quanto para a sociedade em geral, tendo em vista que os esclarecimentos prestados, a exemplo do que ocorre nas sessões e nas audiências, têm como intuito discutir pautas relevantes sob diversos pontos de vistas, levantando questionamentos e trazendo respostas, na maioria dos casos. Dessa forma, o público tem acesso a informações que já poderiam conhecer e a novos conteúdos apresentados, os quais são repassados, majoritariamente, por especialistas das áreas discutidas. Além disso, o fato de os eventos da organização serem televisionados e transmitidos via Youtube faz com que muitas dúvidas sejam enviadas à Câmara para esclarecimentos, presumindo-se, então, que as respostas possam produzir novos conhecimento e mantendo aquele momento ativo por muito tempo após a realização do evento e/ou gerando novos momentos de aprendizagem.

O Sebrae Alagoas, conforme fora destacado, identifica-se como uma organização que empreende por meio do conhecimento, dessa forma seus eventos mantém o alinhamento. O entrevistado destacou que o Sebrae possui diversos clientes em todo o Estado, com vários portes de empreendimentos, os quais tem acesso a 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*. Como exemplo, o entrevistador citou o evento realizado para mulheres empreendedoras, no qual, após a realização da palestra, as mulheres presentes apresentaram seus próprios negócios e puderam conhecer os empreendimentos das

outras convidadas. Já durante o evento, as participantes idealizaram um novo projeto para abrir um espaço colaborativo para comercialização conjunta de seus negócios.

Para o Centro Universitário Cesmac, conforme descreve a entrevistada, a criação de novos conhecimentos é o principal objetivo da instituição. Dessa forma, suas ações, o que abrange a realização de eventos, são pautadas em fomentar e possibilitar que novos conhecimentos surjam. Portanto, os eventos funcionam como uma extensão da sala de aula, com o foco em orientar seus públicos ao conhecimento, seja ao abordar temas importantes, ao trazer convidados/palestrantes/professores para debater assuntos relevantes e/ou quando dão protagonismo aos seus estudantes para que compartilhem entre si os conhecimentos já adquiridos. Para a entrevistada, o aprendizado é o que move a instituição e transforma a vida de seus públicos e isso se dá, inclusive, por meio da realização de eventos.

Quando questionados se a partir da realização dos eventos surgem novos produtos e/ou serviços e quais são os resultados atingidos pela organização, os entrevistados destacaram o papel estratégico dos eventos para que as organizações atinjam mais efetivamente suas metas através do aprendizado que deixam como legado. O entrevistado do Governo de Alagoas afirmou que cada evento deixa sua própria chancela, cada um impacta de uma forma diferente a vida das pessoas e traz consigo resultados diversos. A exemplo da última reunião realizada entre o Governador, representantes de movimentos sociais, representantes do Poder Legislativo Estadual e das secretarias de Estado envolvidas. O foco inicial era ouvir as reivindicações e abrir um espaço para diálogo, o resultado alcançado superou as expectativas com a institucionalização de um grupo de trabalho ativo para tratar sobre os assuntos elucidados.

A troca de conhecimentos possibilitada pelos eventos envolve tanto o público participante quanto quem está realizando o momento. O entrevistado citou o exemplo do evento de lançamento da carteira de identificação de pessoas com transtorno do espectro autista (TEA), onde a equipe envolvida, incluindo o Chefe do Poder Executivo Estadual, estudaram e se adaptaram para que o evento fosse realizado da forma mais adequada, como a substituição das palmas convencionais por palmas através da linguagem brasileira de sinais (LIBRAS). Esse momento proporcionou grande aprendizado à organização e uma mudança de postura que foi adotada para outros momentos similares. O entrevistado destacou, ainda, que, além do que fora explanado, é possível observar como legado dos eventos para a organização: o

combate às *fakes news*; a proximidade com a população; e o contato *in loco* com a realidade das pessoas.

Na Câmara Municipal de Maceió, a entrevistada destacou que o intuito dos eventos realizados pela organização é justamente trazer respostas e levar informações e conhecimentos à população. Tendo em vista seu papel fiscalizador, o Poder Legislativo Municipal faz emergir temas que geram impacto direto na vida das pessoas, tanto através das audiências e sessões, como também das comissões e frente parlamentares que são formadas para tratar assuntos emergenciais e de grande importância. Além disso, os eventos são um canal para prestação de contas para os eleitores e para a sociedade em geral, funcionando também como um termômetro para os parlamentares avaliarem o papel que estão desempenhando junto aos seus públicos. Os eventos funcionam ainda como uma possibilidade de estabelecer uma conexão com a população, entender suas demandas e possibilitar caminhos para sua solução. Ademais, após a realização de audiências, por exemplo, 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 do Sebrae Alagoas trouxe uma reflexão muito relevante para essa pesquisa, o servidor destacou que a organização nunca termina um evento sendo a mesma organização do início. Esse processo transformador que ocorre através dos eventos é justificado, de acordo com o entrevistado, pelo lema do Sebrae em transformar os pequenos negócios. Esse posicionamento promove um espaço de conhecimento múltiplo e cíclico para os clientes, para os colaboradores e para a própria organização. Destacou-se, ainda, que essa troca de conhecimento ocorre tanto pelo arcabouço teórico no qual os eventos estão imbuídos, quanto pela vivência prática proporcionada pela ambiência.

Dependendo da tipologia e dos objetivos, um evento pode ter como função deixar como legado uma lembrança da marca Sebrae, outros são criados para proporcionar momentos de *networking*, reunindo pequenos e grandes fornecedores e compradores com o objetivo de fortalecer a governança. Há, ainda, conforme listado pelo entrevistado, os eventos cujo foco principal é promover capacitações para os clientes. Após esses eventos, o entrevistador relatou que o Sebrae possui portfólios de produtos e soluções, os quais são revisados periodicamente e, após o *feedback* de clientes, a atualização é sempre otimizada e adequada. Nesses momentos, os

clientes são estimulados a traçar novas metas, alinhar seus objetivos e criar demandas. Após a realização dos eventos, a equipe mensura os resultados e avalia quais foram seus pontos fortes e fracos, os quais serão computados e absorvidos no próximo projeto.

No tocante ao Cesmac, a entrevistada destacou que os resultados obtidos com a realização de eventos são contínuos, tanto pelo fato de que a maioria dos eventos fazem parte do calendário anual, quanto porque acabam sendo convertidos em outros produtos. Por exemplo: congressos resultam na publicação de anais; alguns debates se transformam em grupos de estudos; gincanas e jornadas promovem vínculos entre os alunos e instituições externas; exposições fotográficas e de arte se transformam em *e-books* e catálogos; trabalhos apresentados em seminários viram artigos, coletâneas e livros publicados. Ou seja, é um fluxo ininterrupto de resultados provenientes de eventos que estão sendo realizados continuamente, os quais beneficiam os públicos internos, à organização como um todo e resultam em benefícios para a sociedade.

Conforme afirma Choo (2003, p. 251), “[...] a criação de conhecimento amplia as capacidades da organização elevando o nível de especialização de seus próprios membros e aprendendo com pessoas de fora de seu âmbito”. Como observado na presente categoria, os eventos criam ambiente transformadores tanto 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.

Torna-se possível a GC 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 maneira ordenada às necessidades da organização e de sua gestão (Lira; Duarte, 2020, p. 17).

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. De acordo com os autores Nonaka e Takeuchi (1997, p. 81), “[...] a criação do conhecimento organizacional é um processo em espiral, que começa no nível

individual e vai subindo, ampliando comunidades de interação que cruzam fronteiras entre seções, departamentos, divisões e organizações”.

É possível observar que os modos de conversão do conhecimento, 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. 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, bem como a 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, bem como 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.

Figura 11 - Espiral do Conhecimento para os eventos



Fonte: Elaborado pela autora (2023) adaptado de Nonaka e Takeuchi (1997)

#### 4.7 CATEGORIA: ARMAZENAGEM E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Por fim, a última categoria trata acerca da armazenagem e da recuperação das informações oriundas dos eventos, objetivando, portanto, investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento. A armazenagem e a recuperação da informação são processos fundamentais para a posterior organização e acesso à informação.

A gestão do conhecimento tem por foco o conhecimento contido nos indivíduos, que podem utilizar-se dos recursos da GI para, indo mais além, converter o conhecimento individual em conhecimento corporativo, difundi-lo de forma adequada, criar, identificar, capturar, armazenar [...]” (Lira; Duarte, 2020, p. 77).

De acordo com Choo (2006, 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”. Diante do exposto, questionou-se aos entrevistados em quais suportes físicos, após a realização dos eventos, as informações e conhecimentos gerados são armazenados e como os públicos podem acessar os conteúdos compartilhados.

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 nos computadores do setor, no qual são salvos desde os primeiros materiais coletados até fotos, vídeos e *scripts* dos eventos. O sistema contém arquivos datados de 2006 e ficam disponíveis para consultas posteriores dos servidores da organização. Além disso, informações oficiais são publicizadas no Diário Oficial do Estado (DOE), principalmente quando se trata de contratos, portarias e decretos governamentais. Por exemplo, o caso de eventos de assinatura de ordem de serviço para obras estruturantes com contrato assinado com determinada empresa tem informações técnicas publicizadas em DOE, que podem ser facilmente recuperadas.

Na Câmara Municipal de Maceió, conforme prevê o regimento interno, as informações oriundas dos eventos são disponibilizadas no site oficial da organização em até 72 horas, ficam gravadas no canal do Youtube e são rerepresentadas na TV Câmara por tempo indeterminado. Além disso, são confeccionadas atas para registros e consultas futuras. No caso de consultas a informações mais específicas, o público

pode fazer uma solicitação via requerimento. As informações específicas do setor, como *checklists*, roteiros e *scripts*, ficam armazenadas na Diretoria de Comunicação para acesso posterior pelos servidores do setor.

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. Ademais, existem os históricos de eventos frequentes, com fotos, entrevistas, roteiros, entre outros, para consultas internas permanentes. Externamente a organização dispõe ainda do armazenamento e recuperação através do site da Agência Sebrae de Notícias (ASN), que divulga e mantém as informações disponíveis para consulta pública. Há, ainda, o conteúdo armazenado e disponibilizado no canal oficial do Youtube da organização, além de *e-books* que são encaminhados pelos participantes e relatórios e matérias disponibilizados no site oficial para consulta pública.

O Centro Universitário Cesmac armazena todo o conteúdo proveniente de seus eventos em ambiente virtual. O público interno tem acesso aos materiais por meio da plataforma Teams e 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 na utilização de acervos virtuais. Por se tratar 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.

A maneira como a informação é armazenada reflete como a organização percebe e representa seu ambiente, inclusive a maneira como denomina suas entidades, especifica os relacionamentos, acompanha transações e avalia desempenhos. A informação armazenada representa um componente importante e frequentemente consultado da memória da organização. A informação é recuperada para facilitar o debate, a discussão e o diálogo, assim como para responder a perguntas, interpretar situações ou resolver problemas (Choo, 2003, p. 409).

O armazenamento de dados de eventos também é de suma importância para a criação de um histórico de eventos e para posterior análise de dados, permitindo que a organização mantenha padrões, melhore seus processos e aprimore suas realizações futuras.

Figura 12 - Resumo da Categoria Armazenagem e Recuperação da Informação

<b>Armazenagem das informações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sites e redes sociais oficiais;</li> <li>• Bancos de dados e sistemas internos;</li> <li>• Documentos oficiais publicados;</li> <li>• Publicação de materiais em suportes físicos.</li> </ul>
<b>Recuperação das informações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acesso restrito a informações de planejamento;</li> <li>• Acesso público irrestrito a informações compartilhadas na realização dos eventos;</li> <li>• Sistemas e plataformas virtuais com <i>backup</i>;</li> <li>• Acesso via solicitação/requerimento.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

#### 4.8 OS EVENTOS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO PARA 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. Através das categorias explanadas: 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, constatou-se que os eventos desempenham funções alinhadas ao objeto de trabalho, às metas e aos resultados pretendidos por cada organização.

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.

No tocante à Necessidade de Informação, observou-se que os fluxogramas dos eventos seguem a sequência: a) captação da demanda/proposição/requisição; b) desenvolvimento do planejamento; e c) realização do evento. As necessidades de

informação são identificadas através de sua origem, ou seja, de seus demandantes, que são os gestores hierárquicos, da sociedade e/ou dos clientes/usuários da organização. A necessidade de realização de um evento é avaliada em consonância aos objetivos e ao planejamento de metas das organizações e é de responsabilidade dos gestores e dos responsáveis pelos setores que realizam os eventos. No tocante à coleta de informações, notou-se que os mecanismos utilizados para coleta de informações são reuniões, elaboração de checklists e compartilhamento de informações através de plataformas virtuais (e-mails e/ou aplicativos de mensagens).

Sobre a categoria Fontes de Informação, focada, inicialmente, em conhecer a partir de quais fontes de informações os eventos são realizados, constatou-se que são utilizados como fontes de consulta: a) membros da organização / colegas de trabalho; b) documentos disponibilizados internamente; c) clientes da organização; d) organizações parceiras; e) pesquisas realizadas na internet; e f) legislações específicas. Acerca da percepção dos entrevistados sobre o papel dos eventos como fontes de informação, os eventos foram identificados como um canal de comunicação com os públicos; como fontes de informação primária das organizações; como plataforma de compartilhamento de informações e conhecimentos; e como atividade educativa e capacitadora para os públicos.

Sobre a Organização e Uso da Informação, constatou-se, a partir dos relatos dos entrevistados, que as informações pertinentes aos eventos são organizadas através de plataformas digitais, de aplicativos de mensagens, da confecção de roteiros e *scripts* e de reuniões para seleção das informações. Após esses procedimentos, as informações são utilizadas para a melhor adaptação das tipologias dos eventos, para a adequação do formato ao público e para a definição do conteúdo alinhado com os objetivos da organização. Sobre as tipologias de eventos mais aderidas pelas organizações, listam-se: inaugurações; solenidades de posse; entregas de equipamentos; visitas; reuniões; audiências públicas; sessões solenes; seminários; simpósios; palestras; feiras; congressos; *workshops*; aulas inaugurais; e eventos culturais.

Por conseguinte, no que diz respeito à categoria Compartilhamento de Informação, os entrevistados destacaram o papel dos eventos como facilitador desse processo, tendo em vista que podem atuar na disseminação de informação, tendo em vista: a possibilidade de domínio do discurso por meio dos eventos; o ambiente propício para o compartilhamento de informações estratégicas; e o direcionamento

das informações para o público do evento. Os eventos podem, ainda, atuar no compartilhamento de informações através da abertura para o diálogo com os públicos, da possibilidade de aprendizagem em mão-dupla e da inclusão dos públicos internos como propagadores, em que pese o fato de que os eventos, em relação ao público-alvo, possibilitam aproximação com o público, a realização de ações de comunicação dirigida e a escolha dos públicos envolvidos de acordo com as especificidades do evento.

Dentre as tipologias que mais possibilitam um ambiente facilitador para o compartilhamento de informações, foram citadas: feiras; entregas de equipamentos; visitas; inaugurações; audiências públicas; palestras; capacitações; seminários; simpósios; reuniões de trabalho e *workshops*. Acerca das dificuldades encontradas nesse compartilhamento, os entrevistados pontuaram a possibilidade de gerar desinformação e a prudência quanto ao momento adequado para veiculação de informações.

Quanto à Criação de Novos Conhecimentos, a pesquisa identificou nos relatos os modos de conversão do conhecimento, conceituados por Nonaka e Takeuchi (1997), vinculados à realização dos eventos nas organizações, os quais são: socialização; internalização; combinação; e externalização. Desse modo, observou-se que os eventos, se realizados estrategicamente, podem ser propulsores da espiral do conhecimento, conforme fora destacado na Figura 11 desta pesquisa.

A categoria Armazenagem e Recuperação da Informação explicitou a preocupação das organizações com esses processos no que diz respeito às informações e aos conhecimentos compartilhados através dos eventos. Como plataformas de armazenamento, são utilizados: sites e redes sociais oficiais das organizações; bancos de dados e sistemas internos; documentos oficiais publicados; e publicações de materiais em suportes físicos. A recuperação ocorre por meio de acesso restrito do público interno às informações de planejamento; do acesso público irrestrito a informações compartilhadas na realização dos eventos; de sistemas e plataformas virtuais com backup; e através da possibilidade de acesso via solicitação/requerimento.

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 Gestão do Conhecimento possibilitaria um olhar ainda mais estratégico para os eventos, potencializando-os e

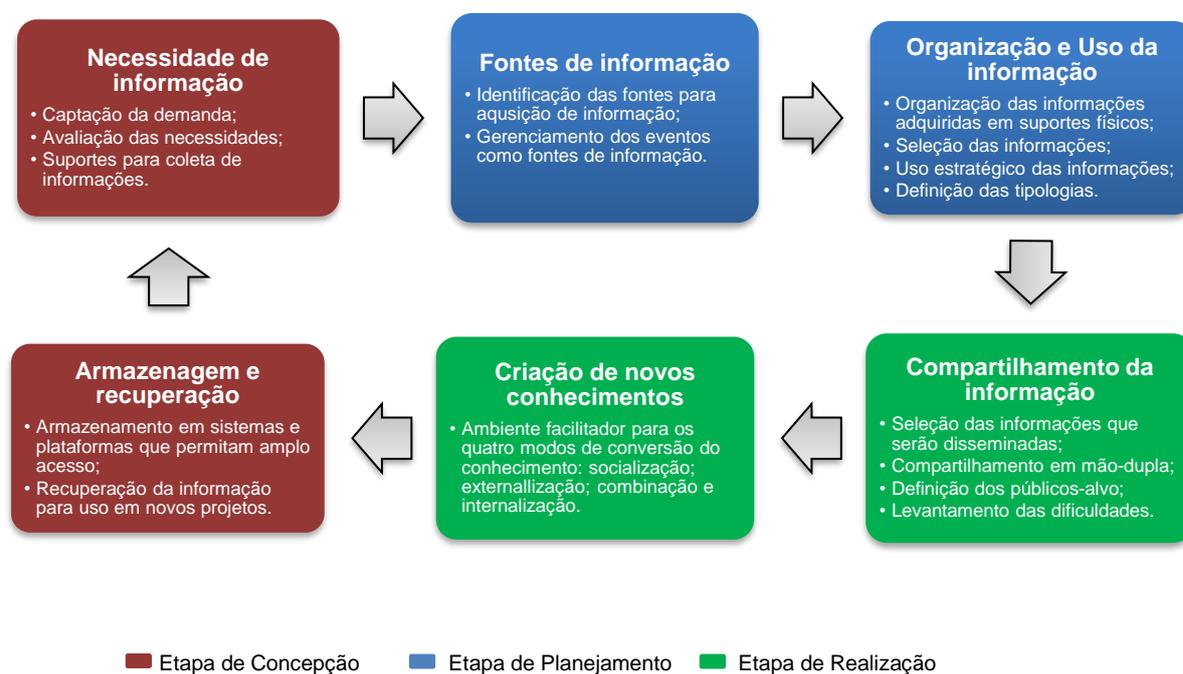
identificando-os, de fato, como uma fonte de informação relevante para a criação de novos conhecimentos organizacionais. Foi perceptível, durante a coleta de dados, a importância dada pelos entrevistados para os eventos realizados pelas organizações. Os representantes de cada organização reforçaram a 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.

Todavia, 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. Para Choo (2003, p. 31), “[...] a organização do conhecimento possui informações e conhecimentos que lhe conferem uma especial vantagem, permitindo-lhe agir com inteligência, criatividade e, ocasionalmente, esperteza”. De acordo com o autor, ao administrar os seus recursos e processos de informação, essa organização é capaz de:

[...] adaptar-se às mudanças do ambiente no momento adequado e de maneira eficaz; empenhar-se na aprendizagem constante, o que inclui desaprender pressupostos, normas e crenças que perderam a validade; mobilizar o conhecimento e a experiência de seus membros para gerar inovação e criatividade; focalizar seu conhecimento em ações racionais e decisivas (Choo, 2003, p. 32).

Verificou-se que, a partir da categorização estabelecida e citada acima, baseada em fluxos de Gestão da Informação e em processos de Gestão do Conhecimento, que é possível traçar um caminho para que a realização dos eventos organizacionais atinja sua função mais estratégica e possibilitem às organizações atuarem como organizações do conhecimento. Para tal, focando nos contributos da presente pesquisa, a qual possui lacunas para investigações futuras, sugere-se, como método para estruturação dos eventos organizacionais, a partir da compreensão de sua atuação como fontes de informação para a criação do conhecimento, a figura 13.

Figura 13 - Etapas para realização de eventos orientados para o conhecimento



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Decerto, faz-se importante destacar que cada organização apresenta suas características no tocante à realização de eventos, as quais influenciam nos resultados alcançados. No tocante à necessidade de informação, observa-se que, nas organizações públicas, as demandas são mais centralizadas nos gestores hierárquicos, cabendo a eles a principal tomada de decisão. No que se refere às organizações privadas, é possível observar que há uma descentralização no processo decisório, envolvendo mais membros internos no processo de avaliação das necessidades. Essa descentralização, observada mais nitidamente nas organizações do segundo setor, é perceptível também nas etapas de organização, uso e compartilhamento das informações, cujos focos estão mais pautados no papel desempenhado pela organização como um todo e não centralizados em seus gestores. Quando o processo decisório, envolvendo o planejamento e a realização de um evento, está mais centralizado no principal gestor hierárquico, sem o envolvimento ativo de outros membros, este evento está passível de ser mais limitado. A visão unilateral do gestor pode trazer limitações no tocante ao alcance que determinado evento pode atingir, contendo seu campo de atuação e a abrangência das informações e conhecimentos compartilhados.

No que diz respeito aos eventos como fontes de informação, visualiza-se uma intenção mais evidente em alcançar o público externo das organizações, principalmente no setor público, que demonstrou uma maior preocupação com a opinião daqueles que não compõem a organização e da sociedade em geral. Nas organizações privadas se observou uma atenção mais notável dada ao aprendizado e à capacitação dos membros das organizações, utilizando os eventos como fontes de informação primárias.

Todavia, observou-se, tanto nas organizações públicas, quanto nas privadas, que os tipos de eventos mais realizados não seguem à risca as características específicas de cada tipologia e não se restringem ao público estabelecido em sua categorização, unindo públicos internos e externos. Por exemplo, observou-se através das entrevistas que, eventos realizados para o público externo, também envolvem o público interno das organizações. Ademais, utilizam-se tipologias mais comuns, como é o caso de palestras, para nominar eventos que se classificariam como simpósio, colóquio ou conferência, dadas as suas especificidades.

A partir dessa observação emergem duas considerações relevantes: a) o público-alvo projetado por cada tipologia de evento, exemplificadas no Quadro 2, não é um fator restritivo, ou seja, é possível agregar públicos internos e externos, ampliando e possibilitando uma maior abrangência aos eventos; e b) nas organizações, a escolha dos tipos de eventos é feita com base nas tipologias mais utilizadas e conhecidas, a exemplo de palestras, *workshops*, inaugurações, entre outras, ou seja, opta-se por nomenclaturas mais comuns, o que, na teoria, é incorreto, dada as especificidades de cada tipo de evento, mas que, na prática, consegue atingir, através do que fora observado, os mesmos objetivos.

Há, portanto, um fato positivo na aglutinação de públicos internos e externos, tendo em vista que amplifica o alcance e possibilita um compartilhamento mais efetivo de informações e conhecimentos. Todavia, no tocante à restrição de tipologias e/ou uso padronizado de tipos de eventos mais comuns, observa-se a importância de conhecer mais as características de cada tipo de evento, uma vez que o entendimento acerca das singularidades das tipologias pode melhor direcionar os objetivos de cada evento e, conseqüentemente, extrair todo seu potencial. Por exemplo, sabendo-se que um evento tipo seminário tem como objetivo manter um grupo de trabalho ativo, de acordo com os objetivos que pretendem ser alcançados, essa tipologia pode trazer mais resultados do que a realização de uma palestra.

A importância no delineamento assertivo dos tipos de eventos fica evidente quando se analisa a disseminação de informações e a criação e compartilhamento de conhecimentos, quanto mais as organizações orientam seus eventos para o diálogo, promovem a criação de ambientes de aprendizagem e fomentam o *networking*, mais próximas estão de proporcionar a criação de conhecimentos e de obter resultados com a criação de novos produtos e/ou serviços. Esse posicionamento fica mais perceptível nas organizações privadas, que determinam mais efetivamente as tipologias de seus eventos e visualizam na prática os tipos mais propícios à criação de conhecimento, obtendo resultados mais tangíveis.

Ademais, observou-se que todos os processos que envolvem a realização de um evento, conforme descrito na Figura 11, possibilitam a troca e o compartilhamento de informações, bem como de criação de novos conhecimentos, se orientados assertivamente para esse fim, em conformidade com a Tabela 13 apresentada anteriormente. Os modos de conversão do conhecimento se fazem presentes em cada uma das etapas que envolvem a concepção, o planejamento, a execução e o pós-evento. É possível identificar os modos de socialização, de externalização, de combinação e de internalização em diversas etapas descritas pelos entrevistados no que se refere aos eventos concebidos por suas respectivas organizações. Principalmente envolvendo a conversão do conhecimento tácito, tendo em vista que os conhecimentos transmitidos desde a ideia inicial do evento às informações compartilhadas durante a sua realização eram intangíveis aos públicos até a sua explicitação.

Todavia, observa-se que o produto final, na prática das organizações, apresenta resultados moderados no tocante à geração de novos conhecimentos organizacionais. Enxerga-se o potencial inerente nos casos citados, bem como a disposição e a compreensão dos entrevistados em entregar, através dos eventos, os resultados mais efetivos para as organizações. Visualiza-se, portanto, que a produtividade máxima dos eventos não é atingida em sua completude, abstendo-se, conforme fora possível analisar, de alcançar uma efetiva geração de conhecimentos para as organizações.

Em suma, os eventos se apresentaram como uma ferramenta importante para os públicos da organização, assumindo um relevante papel de fonte de informação e possibilitando, em dados momentos, um ambiente propício para a geração de conhecimento organizacional. Não obstante, o presente estudo múltiplo se limita à

amostragem de quatro organizações, abrindo alternativas futuras para estudos ampliados e investigações em outras organizações com contextos similares e/ou antagônicos, a fim de estabelecer um recorte comparativo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pautada na investigação acerca da tríade Gestão do Conhecimento, Fontes de Informação e Eventos, a presente pesquisa teve como principal objetivo averiguar de que maneira os eventos podem ser utilizados estrategicamente na GC, visando compreender sua atuação na criação do conhecimento organizacional. Focada nesta finalidade, a pesquisa apresentou o referencial teórico, explanando acerca dos conceitos que nortearam este trabalho, e um estudo de caso múltiplo, com o objetivo de compreender, na prática organizacional, como se dá a atuação dos eventos no contexto da criação de conhecimentos.

Inicialmente, foram abordados os conceitos que permeiam a GC, trazendo o recorte necessário para a pesquisa acerca das definições de informação e conhecimento, bem como um breve histórico e as abordagens da Gestão da Informação e da Gestão do Conhecimento. Elucidou-se sobre a conceituação de conhecimento organizacional, apresentando os principais autores e suas concepções. Por conseguinte, foi explanado acerca das fontes de informação organizacional, suas definições e as classificações que embasaram o desenvolvimento dessa investigação. De modo consequente, a pesquisa abordou acerca dos eventos organizacionais, apresentando suas tipologias e contextualizando-os como fontes de informação para as organizações.

Nesta etapa, a pesquisa trouxe como contribuição teórica a identificação dos autores que classificaram os eventos como fontes de informação, utilizando-os como pilar para a elaboração da classificação que correlaciona as tipologias de eventos com as fontes de informação internas e externas, pessoais e impessoais das organizações. Ademais, os eventos foram contextualizados e classificados a partir dos quatro modos de conversão do conhecimento organizacional dos autores Nonaka e Takeuchi (1997). Essas classificações se apresentaram como aporte teórico para conduzir o planejamento de eventos nas organizações, orientando-os para a criação de novos conhecimentos.

Por conseguinte, foram apresentados os procedimentos metodológicos que nortearam a construção da pesquisa e conduziram o processo investigativo do estudo de casos múltiplos, que teve como foco analisar o uso dos eventos na prática das organizações e como eles atuam como fontes de informação para a criação do conhecimento organizacional. Nesse tocante, a pesquisa buscou compreender em

qual contexto os eventos operam no ambiente organizacional, focando na análise de quatro organizações públicas e privadas de Alagoas.

Foram selecionadas quatro organizações, sendo elas: o Governo do estado de Alagoas; a Câmara Municipal de Maceió; o Sebrae Alagoas e o Centro Universitário Cesmac. Os representantes das organizações foram entrevistados e responderam às perguntas, que foram divididas nas seguintes categorias: 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.

Além de compreender o fluxograma dos eventos no contexto das organizações investigadas, foi possível, ainda, entender a função, o desempenho e o espaço ocupado pelos eventos na prática organizacional. Além da análise já apresentada anteriormente para cada uma das categorias descritas, obteve-se os resultados buscados através dos objetivos específicos traçados pela pesquisa.

Dessa forma, no que concerne ao objetivo de examinar os eventos e compreender o contexto em que operam no ambiente organizacional, foi possível obter essa avaliação por meio das respostas apresentadas pelos entrevistados, que explanaram sobre a atuação dos eventos, quais papéis desempenham em suas respectivas organizações e evidenciaram sua função estratégica quando alinhados aos objetivos organizacionais.

Focada no objetivo de analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações, a pesquisa concluiu, a partir da análise do material coletado, que os eventos desempenham o papel de fontes de informação, principalmente atuando no compartilhamento de informações das organizações com seus públicos internos e externos. Os eventos, destacando-se até mesmo como fontes primárias de informação, funcionam como canais para estreitar o relacionamento entre a organização e seus públicos, disseminando e compartilhando as informações que são selecionadas estrategicamente e empreendendo a missão de ser plataforma para o compartilhamento dos conhecimentos tácitos da organização.

Nesse sentido, no que se refere ao objetivo específico de averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional, 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. Decerto, a partir do compartilhamento do

conhecimento tácito, por meio dos eventos, e da obtenção, após os eventos, de materiais que registraram e dispuseram as informações e conhecimentos compartilhados em suportes, tornando-os explícitos, e resultando na criação de novos materiais e/ou serviços, faz-se possível afirmar que os eventos podem atuar na criação do conhecimento organizacional.

Todavia, ficou explícita a limitação das organizações em utilizar todas as potencialidades dos eventos para obtenção de resultados mais competitivos e para o alcance mais eficiente de seus objetivos. Nesse sentido, com relação ao objetivo específico de investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento, observou-se que os eventos podem assumir papel estratégico no contexto da GC, mas, na prática, esse desempenho se mostra aquém da potencialidade oferecida pelos eventos, os quais desempenham, comumente, um papel mais focado no compartilhamento de informações.

Dessa forma, em paralelo às contribuições apresentadas no desenvolvimento desta investigação, expõem-se também, como limitações à pesquisa, a amostragem reduzida dado o universo de organizações existentes, bem como a necessidade de uma análise mais aprofundada e minuciosa do assunto, que se mostrou inédito e abrangente. Observou-se, ainda, que falta às organizações um conhecimento mais profícuo acerca da GC e dos seus processos, de maneira que possibilite o uso mais eficiente das informações e, principalmente, dos conhecimentos que as permeiam.

No percurso da pesquisa, o ineditismo do assunto se mostrou na escassez de literatura sobre o tema desta pesquisa. Dessa forma, este estudo traz contribuições teóricas para a Ciência da Informação e contribui para a ampliação dos referenciais teóricos. Além disso, estima-se que os contributos aqui apresentados sejam utilizados por organizações que se voltem ao conhecimento, utilizando os eventos de forma estratégica para a geração de conhecimento organizacional.

Conclui-se, portanto, esta investigação fomentando a realização de pesquisas futuras acerca do diálogo entre os conceitos de GC, fontes de informação e eventos. 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; sobre a relevância da ampliação das categorizações de fontes de informação incluindo os eventos; além de investigações mais abrangentes, incluindo

outra gama de organizações, a fim de estabelecer estudos comparativos, levando em consideração suas especificidades.

Destarte, conclui-se a presente pesquisa sem encerrar o cerne de sua investigação, uma vez que o assunto não fora esgotado neste trabalho e que há lacunas de conhecimento que poderão ser preenchidas em estudos subsequentes.

## REFERÊNCIAS

ALAGOAS. **Constituição do Estado de Alagoas**, 1989: promulgada em 5 de outubro de 1989: atualizada até a emenda nº 38/2010. 3. ed. Maceió: Governo do Estado de Alagoas, 2013.

ANDRADE, C. T. de S. **Para entender relações públicas**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1993.

ANDRADE, R. L. V.; MELO FILHO, E. T.; ANDRADE, W. O. Informação e conhecimento no campo científico da Ciência da Informação. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, n. 2, v. 1, p. 20-27, 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/1384/1195>>. Acesso em: 20 fev. 2022.

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. 2022.

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

BAGGIO, C. C.; COSTA, H.; BLATTMANN, U. Seleção dos tipos de fontes de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 6, n. 2, p. 204-217, jul./dez. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/26798>>. Acesso em: 10 mai. 2023.

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. 2022.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.

BARRADAS, J. S.; CAMPOS FILHO, L. A. N. Levantamento de tendências em Gestão do Conhecimento no Brasil: análise de conteúdo da opinião de especialistas brasileiros. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 3, p. 131-154, 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1413-99362010000300008>>. Acesso em: 13 mai. 2022.

BEAL, A. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2009.

BOUTHILLIER, F.; SHEARER, K. Understanding knowledge management and information management: the need for an empirical perspective. **Information**

**Research**, v. 8, n. 1, 2002. Disponível em: <<http://informationr.net/ir/8-1/paper141.html>>. Acesso em: 13 mai. 2022.

BORKO, H. **Ciência da Informação: o que é isto?** California: American Documentation, 1968.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991. Disponível em: <<http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html>>. Acesso em: 3 fev. 2022.

CALAZANS, A. T. S. Conceitos e uso da informação organizacional e informação estratégica. **Revista Transinformação**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 63-70, jan./abr. 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/tinf/a/ddYYW35kzc4YLcff7v4DNDD/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

CAMPOS, L. F. B.; BARBOSA, R. R. Monitoração ambiental realizada por empreendedores em empresas incubadas e graduadas: um estudo empírico do uso das fontes de informação. **BRAPCI**, [2007]. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/178509>>. Acesso em: 2 ago. 2022.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54/47>>. Acesso em: 2 mai. 2022.

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. de B. (Org.). **Visões epistemológicas da Gestão do Conhecimento na Ciência da Informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/8683>>. Acesso em: 10 fev. 2022

CAVALCANTE, L. de F.; VALENTIM, M. L. P. Informação e conhecimento no contexto de ambientes organizacionais. In: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Editora UNESP, 2010. p. 235-254. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/j4gkh/pdf/valentim-9788579831171-12.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2022.

CESCA, C. G. G. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. São Paulo: 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.

CIANCONI, R. de B. **Gestão do conhecimento**: visão de indivíduos e organizações no Brasil. 2003. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

COSTA, M. M. R. D. **Procedimentos para aplicação de mapas semânticos como estratégia para criação do conhecimento organizacional**. 2003. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em:

<<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/84904>>. Acesso em: 13 abr. 2022.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUNHA, M. B. da. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2001. 168 p.

CUNHA, M. B. da. **Manual de fontes de informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos / Livros, 2020.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**. São Paulo: Futura, 2002.

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

DETLOR, B. Information management. **International Journal of Information Management**, v. 30, n. 2, p. 103-108, 2010.

DUARTE, E. N.; LLARENA, R. A. S.; LIRA, S. L (Org.). **Gestão do conhecimento e fluxo informacional: reconfigurações de comunicações em eventos (organizadores)**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2018.

DUTRA, F. G. C. **Avaliação de conteúdo e serviços de informação: um estudo das fontes de informação para monitoramento dos clientes do mercado livre de energia no Brasil**. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

DUTRA, F. G. de 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. 2022.

DUTRA, F. G. de C.; BARBOSA, R. R. Modelos e critérios para avaliação da qualidade de fontes de informação: uma revisão sistemática de literatura. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 27, p. 19-33, 2017.

FARIAS, L. A. de; 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.

FORTES, W. G.; SILVA, M. B. R. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa**: evento, líder de opinião, motivação e público. São Paulo: Summus, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Metodologia da pesquisa no campo da Ciência da Informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 23/24, n. 3, n. especial 1999/2000, p. 333-346, 2010. Disponível em: <<http://ridi.ibict.br/handle/123456789/128>>. Acesso em: 28 jan. 2022.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Para uma reflexão epistemológica acerca da Ciência da Informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 5-18, jan./jun. 2001. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/433/243>>. Acesso em: 14 abr. 2022.

KAYE, D. Sources of information, formal and informal. **Management Decision**, v. 33, n. 5, p. 13-15, 1995. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/EUM0000000003898>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis: Vozes, 2011.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LE COADIC, Y. F. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996. Disponível em: <<https://bibliotextos.files.wordpress.com/2012/07/a-cic3aancia-da-informac3a7c3a3o-le-coadic.pdf>>. Acesso em: 1 ago. 2021.

LIRA, S. de 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. Disponível em: <<http://www.editora.ufpb.br/sistema/press5/index.php/UFPB/catalog/book/792>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

LLARENA, R. A. da S. **Gestão do Conhecimento na rede do Projovem urbano**: Modelo baseado nas políticas públicas. 2015. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

LLARENA, R. A. da S.; DUARTE, E. N. **Gestão do conhecimento nos currículos dos Programas e Pós-Graduação em Ciência da Informação do Brasil e Espanha**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020.

LLARENA, R. A. da S.; LIRA, S. de L. Gestão do Conhecimento sob a ótica epistemológica da Ciência da Informação. In: DUARTE, E. N.; FEITOZA, R. A. de B. (Org.). **Visões epistemológicas da Gestão do Conhecimento na Ciência da Informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/8683>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. Barueri: Editora Manole, 2007.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MEIRELLES, G. F. **Protocolo e Cerimonial**: Normas, Ritos e Pompa. São Paulo: Ibradep, 2014.

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

OLIVEIRA, E. F. T. de; FERREIRA, K. E. Fontes de informação on-line em arquivologia: uma avaliação métrica. **Biblios**, Rio Grande, v. 23, n. 2, p. 69-76, 2009. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/1302>>. Acesso em: 2 ago. 2022.

PACHECO, C. G.; VALENTIM, M. L. P. Informação e conhecimento como alicerces para a gestão estratégica empresarial: um enfoque nos fluxos e fontes de informação. In: VALENTIM, M. (Org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica; Editora UNESP, 2010.

PAIVA, E. B.; SANTOS, E. T. G. dos; NASCIMENTO, G. B. do. Uso de fontes de informação por alunos de Arquivologia. **Archeion Online**, [S. l.], v. 2, n. 2, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/archeion/article/view/22516>>. Acesso em: 2 ago. 2022.

PAIVA JÚNIOR, F. G. de; SOUZA LEÃO, A. L. M.; MELLO, S. C. B. de. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, p. 190-209, 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.5007/2175-8077.2011v13n31p190>>. Acesso em: 2 ago. 2022.

PEREIRA, E. S. Eventos estratégicos no composto da comunicação integrada: marketing e relações públicas no fortalecimento de marcas. **Caderno Profissional de Marketing – UNIMEP**, v. 3, n. 2, 2015.

PEREIRA, E. S. Eventos em relações públicas: ferramenta ou estratégia? In: FARIAS, L. A. de (Org.). **Relações públicas estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

PEREIRA, F. C. M.; BARBOSA, R. R. Uso de fontes de informação por consultores empresariais: um estudo junto ao mercado de consultoria de belo horizonte. **BRAPCI**, [2007]. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/178778>>. Acesso em: 22 out. 2022.

PÉREZ-MONTORO GUTITIÉRREZ, M. **Gestión del conocimiento en las organizaciones**: fundamentos, metodología y praxis. España: Ediciones Trea, 2008.

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

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, C. E. A. **Uso de fontes de informação no setor de previdência privada aberta no Brasil**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1843/ECID-7V2GVP>>. Acesso em: 5 mai. 2022.

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.

SAEGER, M. M. de M. T.; PINHO NETO, J. A. S. de. **Diretrizes para a implantação da Gestão da Informação e do conhecimento**: no orçamento participativo de João Pessoa. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. Disponível em: <<http://www.editora.ufpb.br/sistema/press5/index.php/UFPB/catalog/book/181>>. Acesso em: 10 mai. 2022.

SAMPAIO, M. C.; REIS, I. P. dos; MARINHO, F. O papel da Gestão do Conhecimento na estratégia organizacional. In: ENCONTRO CIENTÍFICO DA UNIDADE DE INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO DO ISLA, 5., 2019, Santarém. **Anais...** Santarém: ISLA, 2019. p. 197-205. Disponível em: <<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/30244/1/ecUI%26D-2019.pdf>>. Acesso em: 5 fev. 2022.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. H.; LUCIO, M. D. el P. B. **Metodologia de Pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SARACEVIC, T. Ciência da Informação: origens, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/235/22>>. Acesso em: 10 set. 2021.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

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, 2015.

SILVA, M. B. R. **Evento como estratégia de negócios**: modelo de planejamento e execução. Londrina: 2005.

SILVA, S. L. da. Gestão do Conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 2, p. 143-151, mai./ago. 2004. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652004000200015>>. Acesso em: 4 fev. 2022.

SIMÃO, M. de L. B. **Estudo das fontes de informação e de conhecimento na inovação organizacional**: evidências empíricas nas empresas portuguesas. 2012. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade da Beira Interior, Covilhã. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.6/3045>>. Acesso em: 2 ago. 2022.

SIMÕES, R. P. **Relações públicas**: função política. 3 ed. São Paulo: Summus, 1995.

SOUZA, E. D.; DIAS, E. J. W.; NASSIF, M. E. A gestão da informação e do conhecimento na ciência da informação: perspectivas teóricas e práticas organizacionais. **Informação & Sociedade**, v. 21, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/4039>>. Acesso em: 25 jul. 2022.

STOLLENWERK, M F. L. Gestão do conhecimento: conceitos e modelos. In: TARAPANOFF, K. (org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. p.143-163.

VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Editora UNESP, 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/i4gkh/pdf/valentim-9788579831171-12.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2022.

VALENTIM, M. L. P. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento em ambiente organizacionais: conceitos e compreensões. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/110>>. Acesso em: 15 abr. 2022.

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **Data Grama Zero**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, ago. 2002.

VON KROGH, G.; ICHIJO, K.; NONAKA, I. **Enabling knowledge creation**: how to unlock the mystery of tacit knowledge and release the power of innovation. New York: Oxford University Press, 2000.

YANES, A. F. **Cerimonial, protocolo e etiqueta em eventos**. São Paulo: Érica, 2014.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZITTA, C. **Organização de eventos**: da ideia à realidade. 6 ed. Brasília: Editora SENAC-DF, 2018.

## GLOSSÁRIO

**AUDIÊNCIA PÚBLICA**

Instrumento de participação popular, é um espaço em que se expõe e debate temas que podem gerar impactos na sociedade

**BRAINSTORMING**

Um grupo se reúne quando tem por finalidade encontrar ideias ou soluções novas, sendo necessário o uso da imaginação. O objetivo é produzir o maior número de ideias sobre um tema.

**CAMPANHA**

É uma atividade planejada e sistemática envolvendo o público em torno de um tema específico, utilizando a comunicação.

**COLÓQUIO**

Semelhante à conferência, apresentado por conferencistas de renome e *expert* no assunto, possui como objetivo final o esclarecimento de um tema ou tomada de decisão. Usado mais em classes específicas.

**COMEMORAÇÃO PROFISSIONAL**

São eventos que registram datas significativas para a empresa/instituição.

**CONCURSO**

É uma competição em áreas artísticas, culturais e científicas, de categorias profissionais ou desportivas, coordenada por uma comissão, devendo ter regulamento, júri e premiação.

**CONFERÊNCIA**

Caracteriza-se pela apresentação de um tema informativo, geralmente técnico ou científico, por uma autoridade em determinado assunto para grande número de pessoas na plateia.

**CONGRESSO**

É uma reunião formal e periódica de profissionais atuando na mesma área, promovida por entidades associativas e incluem debates, palestras, painéis etc.

**CONVENÇÃO**

É uma reunião de pessoas de departamentos ou seções de uma empresa.

**CURSO**

É a capacitação de pessoas para a execução de tarefas específicas.

**DEBATE** O método de debate é uma competição intelectual em grupo, quando uns procuram demonstrar a superioridade de suas teses sobre as dos outros.

**DIA DE CAMPO** Evento direcionado a um público específico, convidado a visitar campos experimentais de uma empresa ou áreas demonstrativas onde ocorre a apresentação dos resultados dessa empresa.

**ENCONTRO** Evento onde pessoas da mesma categoria profissional e interesses comuns debatem temas polêmicos. Pode ser estadual, regional, nacional ou internacional.

**ENTREVISTA COLETIVA** Evento em que a autoridade de uma instituição, ou seu representante, comunica à imprensa ou a seus profissionais um fato novo, de alta relevância, abrindo, em seguida, espaço para questionamentos.

**FEIRA** Evento onde, em um estande, a empresa apresenta os resultados do seu trabalho e comercializa suas tecnologias, seus produtos e serviços. Sinônimo de: Salão.

**FÓRUM** Reunião de um grupo da qual todos os presentes numa sala, reunião ou grupo têm a oportunidade de participar. É organizado com a finalidade de debater um tema ou determinado problema.

**HAPPY HOUR** É o encontro informal e descontraído após o trabalho, para troca de ideias, confraternização e descontrair os participantes.

**INAUGURAÇÃO** Caracteriza-se pela apresentação da empresa ao público-alvo, entidade ou governo, de novas instalações ou unidades da organização.

**LANÇAMENTO** Evento utilizado para apresentar novas tecnologias, serviços e produtos ou novidades que tragam contribuições significativas à sociedade.

**MESA-REDONDA** É a reunião de especialistas, sustentando posições divergentes a respeito de um tema.

**MOSTRA** Evento onde a empresa apresenta resultados de seus trabalhos, documentos históricos ou material artístico/cultural produzido por empregados ou convidados.

**PAINEL** É uma reunião de pessoas especializadas expondo ideias sobre um determinado assunto a um auditório, de maneira informal, dialogada, com troca de ideias, expondo e apreciando diferentes perspectivas.

**PALESTRA** É um evento caracterizado pela apresentação de um tema, por um ou mais especialistas, a um grupo de pessoas com interesses comuns.

**PEDRA FUNDAMENTAL** Evento que marca o início de uma obra.

**POSSES** Evento com o objetivo de empossar alguém em determinado cargo ou título.

**REUNIÕES DE TRABALHO** Evento que reúne grupos de pessoas da empresa ou de outras instituições, para discutir temas relacionados com suas atividades administrativas e políticas, ações e resultados de trabalho.

**RODADA DE NEGÓCIOS** Evento onde se reúnem empresários de determinado segmento, devidamente inscritos, para vender ou comprar produtos e serviços.

**SEMANA**

1. **Acadêmica:** é uma reunião de estudantes, coordenados por professores, com apoio de profissionais da área, todos do mesmo segmento de mercado, com o objetivo de discutir temas relacionados com a classe.
2. **Empresarial:** É o nome dado a reunião de pequenos eventos caracterizando uma semana na empresa, dedicado a determinados temas.

**SEMINÁRIO** Sua finalidade é a investigação ou estudo de um tema em reuniões e trabalhos devidamente planejados. É um grupo de trabalho ativo.

**SESSÕES SOLENES** Com poucos convidados, as sessões solenes decorrem de situações como comemoração em geral, aniversários, homenagens póstumas, jubileus etc.

<b>SIMPÓSIO</b>	É o método onde duas ou mais pessoas, versada em determinado assunto, sob a direção de um coordenador, expõem um tema sobre sua especialidade [...] contando com a participação do auditório no final da sessão, por meio de perguntas aos expositores.
<b>VIDEO CONFERÊNCIA</b>	Apresentação de um tema a um grupo de pessoas interessadas no tema e dispostas em espaços diferentes. A apresentação é feita por meio de recursos audiovisuais e eletrônicos, permitindo a interação entre os participantes.
<b>VISITA INFORMAL / VISITA OFICIAL</b>	É o evento onde uma ou mais pessoas comparecem à empresa para conhecer os resultados de seus trabalhos, suas atividades e instalações.
<b>WORKSHOP</b>	É o termo em inglês para definir uma oficina de trabalho. É um evento dividido em: teoria e prática. Os participantes devem ser da mesma área ou segmento de trabalho e se reúnem para debater, praticar e procurar soluções para o tema proposto.

Fonte: ZITTA (2018)

## APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista

O presente formulário de entrevistas será utilizado como instrumento de coleta de dados para a pesquisa intitulada: “Gestão do Conhecimento: o uso estratégico dos eventos como fontes de informação para a geração de conhecimento organizacional”, que será apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas.

<b>1. Necessidade de informação</b>
<p>a) A partir de quais informações o processo de planejamento de um evento é iniciado?</p> <p>b) Como é avaliada a necessidade de realização de determinado evento?</p> <p>c) Vocês utilizam algum tipo de suporte para coletar informações? Se sim, quais?</p>
<p><b>Objetivo da pesquisa:</b> Examinar os eventos e compreender o contexto em que operam no ambiente organizacional.</p>
<p><b>Referência:</b> “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” (CAPURRO; HJØRLAND, 2007, p. 187)</p>
<b>2. Fontes de informação</b>
<p>a) Quais fontes são utilizadas para aquisição da informação necessária para a realização de seus eventos?</p> <p>b) De que maneira os eventos podem ser utilizados como fontes de informações para os públicos?</p>
<p><b>Objetivo da pesquisa:</b> Analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações.</p>
<p><b>Referência:</b> “A organização do conhecimento possui informações e conhecimentos que a tornam bem informada e capaz de percepção e discernimento. Suas ações 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” (CHOO, 2003, p. 31).</p>
<b>3. Organização e uso da informação</b>
<p>a) Como ocorre o processo de organizar a informação adquirida e produzir novas informações para culminar na realização de um evento?</p> <p>b) Como a tipologia é definida e quais são as tipologias de eventos mais utilizadas, baseadas na lista anexa<sup>12</sup>?</p>
<p><b>Objetivo da pesquisa:</b> Analisar de que forma os eventos podem atuar como fontes de informação para as organizações.</p>

<sup>12</sup>Referente ao Quadro 2, apresentado por esta pesquisa, no qual estão listados os tipos de eventos internos e externos às organizações.

**Referência:** “A execução de um trabalho de comunicação dirigida aproximativa através dos eventos permite estabelecer relações pessoais diretas entre a organização ou instituição e um público ou segmento com a finalidade de demonstrar, na prática, como age e se comporta uma organização” (FORTES; SILVA, 2011, p. 33).

#### 4. Compartilhamento da informação

- a) Como é realizado o processo de compartilhamento de informações através dos eventos e a escolha dos públicos?
- b) De que forma os eventos possibilitam à organização o compartilhamento de informações estratégicas?
- c) Quais tipos de eventos possibilitam um espaço mais efetivo para o compartilhamento estratégico de informações?

**Objetivo da pesquisa:** Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional.

**Referência:** “A gestão pode se relacionar com a informação na perspectiva de estabelecer processos que auxiliem na recuperação, na organização, na utilização e na disseminação da informação, ou seja, relativo aos fluxos formais de informação” (LIRA; DUARTE, 2020, p. 72).

#### 5. Criação de novos conhecimentos

- a) Como os eventos podem proporcionar ao público um ambiente para a criação de conhecimento?
- b) Surgem, a partir dos eventos, sugestões para a criação de novos produtos e/ou serviços? Exemplifique.
- c) Quais tipos de resultados são alcançados pela organização após a realização dos eventos?

**Objetivo da pesquisa:** Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional.

**Referência:** “O conhecimento reside na mente dos indivíduos, e esse conhecimento pessoal precisa ser convertido em conhecimento que possa ser partilhado e transformado em inovação” (CHOO, 2003, p. 30).

#### 6. Armazenagem e recuperação da informação

- a) Em quais suportes físicos, após a realização dos eventos, as informações e conhecimentos gerados são armazenados?
- b) Como é possível ao público acessar o conteúdo informacional compartilhado nos eventos?

**Objetivo da pesquisa:** Investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento.

**Referência:** “A gestão do conhecimento tem por foco o conhecimento contido nos indivíduos, que podem utilizar-se dos recursos da GI para, indo mais além, converter o conhecimento individual em conhecimento corporativo, difundi-lo de forma adequada, criar, identificar, capturar, armazenar [...]” (LIRA; DUARTE, 2020, p. 77).

## APÊNDICE B – Modelo de Termo de Consentimento Esclarecido

O(A) Sr.(a) está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa **Gestão do Conhecimento: Uso estratégico dos eventos como fontes de informação**, cujo pesquisador responsável é Adélia Caroline Félix Alves, tendo como orientador o Professor Dr. Andrew Beheregarai Finger. Os objetivos do projeto são:

- Examinar os eventos e compreender o contexto em que operam no ambiente organizacional;
- Identificar quais são as potencialidades dos eventos como fontes de informação.
- Analisar quais são os tipos de eventos que podem atuar como fontes de informação para as organizações;
- Investigar acerca das atribuições assumidas pelos eventos no contexto da Gestão do Conhecimento;
- Averiguar a função que os eventos desempenham nos processos de criação e conversão do conhecimento organizacional;

O(A) Sr(a) está sendo convidado porque a presente pesquisa tem como foco a observação da prática das organizações no tocante à realização de eventos para seus públicos internos e externos.

O(A) Sr(a) tem de plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma para o tratamento que recebe neste serviço. Se julgar necessário, o(a) Sr(a) dispõe de tempo para que possa refletir sobre sua participação, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los na tomada de decisão livre e esclarecida.

Caso aceite participar, a coleta de dados será iniciada em \_\_\_\_ e finalizada em \_\_\_\_.

O estudo será feito da seguinte maneira:

- Caso a entrevista seja realizada de forma remota será utilizada a plataforma google meet, e o link será encaminhado até 24 (vinte e quatro) horas no mínimo antes do horário marcado pelas partes;

- Será aberta a sessão de entrevista, sendo informado da necessidade de gravação para segurança do pesquisador e do entrevistado, e se o entrevistado concorda. Ao concordar com a gravação será informado que será preservada a confidencialidade, a entrevista não será divulgada em hipótese alguma, e o entrevistado não será identificado na pesquisa;
- O entrevistado aceitando em ser gravado, o pesquisador lerá novamente o termo de consentimento esclarecido e perguntará se há alguma dúvida. Não havendo dúvidas as perguntas serão formuladas;
- Na forma remota, as perguntas serão projetadas em apresentação durante a entrevista (uma pergunta por tela); O entrevistado não terá acesso as perguntas de uma vez, apenas quando será perguntado uma por uma; presencialmente as perguntas serão lidas ao entrevistado;
- No formato remoto, caso a conexão da internet desestabilize, o pesquisador e entrevistado tentará entrar novamente, caso não haja sucesso, o pesquisador tentará marcar uma nova data com o entrevistado;

A sua participação será nas seguintes etapas: O entrevistado participará da fase de coleta de dados respondendo algumas perguntas formuladas pelo entrevistado;

Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental são: o entrevistado pode não se sentir à vontade para responder as perguntas, se houver incômodos para o entrevistado será informado a ele o direito de não as responder e ao entrevistado será informado que poderá desistir de participar do estudo a qualquer momento sem prejuízo;

Os benefícios esperados com a sua participação no projeto de pesquisa, mesmo que não diretamente serão: compreender quais são as ferramentas fornecidas pelos eventos às organizações para o compartilhamento de conhecimentos organizacionais, internos ou externos, pessoais ou institucionais – tácitos ou explícitos, atuando como aliados na construção de uma organização voltada para o conhecimento, com o objetivo de alcançar resultados, metas e propósitos organizacionais, gerando, conseqüentemente, novos conhecimentos relevantes para a organização.

O(A) Sr(a) será informado(a) do resultado final do projeto e sempre que desejar, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo.

Garantimos ao(à) Sr(a) a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica. As informações conseguidas através da sua participação não permitirão a identificação da sua pessoa, exceto para a equipe de pesquisa, e que a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto após a sua autorização.

O estudo não acarretará nenhuma despesa.

O(A) Sr(a) receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos.

Eu \_\_\_\_\_ (Nome do entrevistado), tendo compreendido perfeitamente tudo o que me foi informado sobre a minha participação no mencionado estudo e estando consciente dos meus direitos, das minhas responsabilidades, dos riscos e dos benefícios que a minha participação implica, concordo em dele participar e para isso eu DOU O MEU CONSENTIMENTO SEM QUE PARA ISSO EU TENHA SIDO FORÇADO OU OBRIGADO.

(  ) Sim, autorizo a divulgação da minha imagem e/ou voz.

(  ) Não, não autorizo a divulgação da minha imagem e/ou voz.

O(A) Sr(a). também pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Alagoas (CEP/UFAL) e com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), quando pertinente.

**Endereço da equipe da pesquisa:**

Instituição: Universidade Federal de Alagoas

Endereço: Avenida Lourival de Melo Mota, S/N

Complemento: Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes – ICHCA – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – UFAL;

Cidade/CEP: Maceió/AL/ 57072-900 Telefone: (82) 3214-1342

Ponto de referência: Próximo à Reitoria da Universidade Federal de Alagoas

**Contato de urgência:** Sr(a). Adélia Caroline Félix Alves

Endereço: Avenida Lourival de Melo Mota, S/N - Complemento: Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes – ICHCA – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – UFAL;

Complemento: Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes – ICHCA – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – UFAL;

Cidade/CEP: 57072-900 Telefone: (82) 99665-4133

E-mail: [adeliacaroline@gmail.com](mailto:adeliacaroline@gmail.com)

Este documento (TCLE) será elaborado em duas VIAS, que serão rubricadas em todas as suas páginas, exceto a com as assinaturas, e assinadas ao seu término pelo(a) Sr(a)., ou por seu representante legal, e pelo pesquisador responsável, ficando uma via com cada um.

O Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) da Universidade Federal de Alagoas é formado por um grupo de indivíduos com conhecimentos científicos que realizam a revisão ética inicial e continuada do estudo de pesquisa para mantê-lo seguro e proteger os seus direitos enquanto participante. Este papel está baseado nas diretrizes éticas brasileiras (Res. CNS 466/12 e Res. CNS 510/16 e complementares).

Diante de quaisquer ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao: Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Alagoas Prédio do Centro de Interesse Comunitário (CIC), Térreo, Campus A. C. Simões, Cidade Universitária. Contato: [cep@ufal.br](mailto:cep@ufal.br)

Maceió, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Participante

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Pesquisador Responsável



IMPRESSÃO DACTILOSCÓPICA