

PROCESSOS DE INOVAÇÃO, APRENDIZADO E CONHECIMENTO: CONTRIBUIÇÃO DA FORMAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DE UMA MPE

Christiane Delmondes Versuti¹; Erick Pacheli Pereira²; Carlos Eduardo de Lima³

¹Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP Bauru).
christianedversuti@hotmail.com

²Mestrando em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
(UNESP Marília).
erick@revelare.com.br

³Mestrando em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
(UNESP Bauru).
kadulima.planner@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho se trata do tema da comunicação na era digital, interfaces para gestão do conhecimento e da inovação em um estudo do caso de Micro e Pequenas Empresas (MPE), com o objetivo de compreender como essa Pequena Empresa aprende e averigua se o fato da gestora possuir formação em Comunicação Social contribui para os processos de Inovação, Aprendizado e Conhecimento. Para tal foi desenvolvido e aplicado um questionário, e através das respostas foi possível analisar como se dão tais processos na empresa.

Palavras-chave: Informação. Conhecimento. Comunicação. Inovação. MPEs.

INTRODUÇÃO

Neste trabalho procuramos discutir de que forma comunicação pode servir como propulsora no processo de aprendizado e na aquisição de conhecimento novo para a inovação nas Micro e Pequenas Empresas. Para tal empreitada, nesse estudo do caso, realizamos aplicação de questionário com perguntas relativas aos processos de Comunicação Inovação, Aprendizado, Informação e Conhecimento em uma empresa classificada como MPE, a fim de perceber como essa organização aprende e gerencia a inovação, tendo como base autores como Cajazeira e Cardoso (2010); Porém et al. (2016); Choo (2003), Valentin (2008), Manual de Oslo (2005), Scherer e Carlomagno (2009), entre outros.

OBJETIVOS

Busca-se, neste trabalho, estudar os conceitos de Informação, Conhecimento, Comunicação e Inovação, e após esse levantamento teórico, relacionar tais conceitos à realidade de uma Micro Empresa, e averiguar de que maneira a comunicação pode contribuir para os processos de aprendizado, aquisição de conhecimento e inovação. Espera-se ainda avaliar se a formação do gestor na área de Comunicação contribui para a melhor compreensão dos conceitos abordados e para uma gestão empresarial que trabalhe sua comunicação para, de fato, buscar a promoção de aprendizado, conhecimento e inovação.

METODOLOGIA

Para este estudo do caso foi aplicado um questionário com questões relacionadas à Informação, Comunicação, Conhecimento e Inovação, direcionado a gestora de uma Micro Empresa a uma formada em comunicação social, com o objetivo de aferir se sua formação acadêmica de fato contribui para o entendimento dos conceitos de informação, conhecimento, comunicação e inovação, e examinar como essa formação contribui ou não para que a comunicação realmente seja colocada como propulsora de aprendizado, conhecimento e inovação em sua empresa.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

Em relação às perguntas sobre Comunicação, para a gestora, é por meio da comunicação que são administradas e compartilhadas as informações de maneira segmentada e assertiva para os públicos da empresa, corroborando com as ideias de Cajazeira e Cardoso (2010) e Porém et al. (2016). Na questão sobre a aquisição de conhecimento através da comunicação, ele é alcançado na empresa por meio de leitura, cursos e networking, como aponta, mas não foram citados os fluxos de comunicação internos e nem com consumidores e fornecedores para esse fim, que também podem ser promotores de conhecimento. Sobre o conhecimento, a compreensão da empresária se aproxima à conceituação vista na bibliografia, retomando Choo (2003) e Valentim (2008), para quem a informação somente é transformada em conhecimento quando passa por um processo de (re)significação pelo sujeito. Assim, o conhecimento seria o caminho para alcançar novos patamares, que é construído nas conversas informais e formais da empresa; demonstrações de análises dos dados e reuniões com os funcionários. E nas perguntas sobre Inovação, o entendimento da empresária de inovação, apensar de subjetivo, revela pontuações vistas na bibliografia e faz menção a novos produtos, processos, e diferentes formas de se organizar, como visto no Manual de Oslo (OCDE, 2005) e Scherer e Carlomagno (2009), criando, desconstruindo e recriando.

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a revisão de literatura e aplicação do questionário, foi possível notar que a formação em comunicação da gestora questionada contribui para o melhor entendimento dos conceitos de informação, comunicação, conhecimento, inovação e para a percepção da comunicação como indutora dos processos de aprendizado e inovação. Através da comunicação é possível localizar conhecimentos que geralmente estão dispersos pela empresa e transformá-los em base, organizada e aplicada, para a resolução de problemas, além de balizar a melhor tomada de decisões no cotidiano das organizações, já que a informação só é transformada em conhecimento quando ela passa por um processo de (re)significação pelo sujeito que a recebe. Entre os diversos desafios das organizações que pretendem se manter oxigenadas, um deles é inserir a aprendizagem na organização como uma atividade que vai além da aquisição de conhecimento de forma passiva em relação ao pensamento do indivíduo. É necessário tratá-la de forma ativa, como algo que precisa ser buscado continuamente por meio da comunicação entre os atores da organização.

REFERÊNCIAS

CAJAZEIRA, J. E. R.; CARDOSO, C. Comunicação e inovação: correlações e dependências. In: MACHIORI, M. (Org.). **Comunicação e organização**: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. p. 269-285

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.

OCDE. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 2005. Disponível em: <http://www.uesc.br/nucleos/nit/manualoslo.pdf>. Acesso em: dez. 2016.

PORÉM, M. E et al. Competência em comunicação e cultura de inovação nas organizações: breves reflexões. **Revista Comunicação & Inovação**, v. 17. n. 33. p. 95-111, jan./abr. 2016.

SCHERER, F. O.; CARLOMAGNO, M. S. **Gestão da inovação na prática**. São Paulo: Atlas, 2009.

VALENTIM, M. L. P. **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis; Cultura Acadêmica, 2008.