

A monetização virtual como processo da Gestão do Conhecimento.: uma abordagem descritiva da atuação de um observatório de cooperativas

Beatriz Rosa Pinheiro dos Santos

Doutoranda em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) – Marília, SP. Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) – Marília, SP.

<http://lattes.cnpq.br/8957549206815117>

<http://orcid.org/0000-0001-8620-2612>

E-mail: pinheiro.santos@unesp.br

Ieda Pelógia Martins Damian

Pós-Doutorado pela Universidad de Salamanca (USAL) - Espanha. Doutora em Administração de Organizações pela Universidade de São Paulo (USP) – SP - Brasil. Professora da Universidade de São Paulo (USP) - Ribeirão Preto, SP – Brasil. Professora da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) – Marília, SP.

<http://lattes.cnpq.br/6732213490679586>

<http://orcid.org/0000-0001-5364-3243>

E-mail: iedapm@usp.br

Davi Rogerio de Moura Costa

Doutor em Economia de Empresas pela Fundação Getulio Vargas (FGV-SP) – Brasil, com período sanduíche em University of Missouri-Columbia - Estados Unidos. Professor da Universidade de São Paulo (USP) - Ribeirão Preto, SP – Brasil.

<http://lattes.cnpq.br/4833566943646302>

<http://orcid.org/0000-0001-5653-478X>

E-mail: drmouracosta@usp.br

Data de submissão: 28/02/2020. Data de aceite: 18/12/2020. Data de publicação: 10/12/2021.

RESUMO

As organizações são responsáveis pela oferta de condições à geração e ao compartilhamento do conhecimento nos ambientes organizacionais a partir da utilização de ferramentas que contribuam para que ele seja externalizado e internalizado de maneira contínua. Em tempos de desinformação e propagação de notícias falsas, uma estratégia que visa a motivar a geração consciente de informação e conhecimento torna-se primordial e é com base nessa estratégia que um observatório de cooperativas vem realizando suas atividades de apoio à Gestão do Conhecimento.. e às organizações de crédito e agropecuária. Com o objetivo de demonstrar a realidade de um observatório de cooperativas sob a ótica da Gestão do Conhecimento., o estudo parte das seguintes indagações: quais são as maneiras de se colocar em prática o processo de Gestão do Conhecimento..? De que maneira o Observatório de Cooperativas de Crédito da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto aplicou e desenvolveu um processo de monetização virtual como processo de Gestão do Conhecimento..? Tratando-se de uma pesquisa descritiva e bibliográfica, que trabalha com reflexões e com a realidade de uma plataforma utilizada pelo observatório, como resultados, identificou-se o que, inicialmente, já se configurava como hipótese: existem várias maneiras de aplicar a Gestão do Conhecimento.. e uma delas é a criação da monetização virtual contextual, que estimula a execução das atividades da Gestão do Conhecimento.. pelos indivíduos. Além disso, foi apresentado detalhadamente como essa prática de monetização funciona em sua forma usual, o que resultou na segunda constatação: a aplicação da monetização virtual contribui não somente para o processo de aquisição de conhecimento, mas também para organização, coleta, armazenamento, recuperação, interpretação e uso efetivo e inteligente de dado, informação e conhecimento.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento... Monetização do conhecimento. Capital intelectual. Cooperativas. Observatório.

Virtual monetization as a knowledge management process: a descriptive approach to the performance of a cooperative observatory

ABSTRACT

Organizations are responsible for providing conditions for the generation and sharing of knowledge within organizational environments, using tools that contribute to knowledge being externalized and internalized in a continuous manner. In times of misinformation and the spread of false news, a strategy that aims to motivate the conscious generation of information and knowledge becomes paramount, and it is based on this strategy that a cooperative observatory has been carrying out its activities in support of knowledge management and credit and agricultural organizations. In order to demonstrate the reality of a cooperative observatory from the perspective of knowledge management, the study starts from the following questions: what are the ways to put the knowledge management process into practice? How has the Credit Cooperative Observatory of the Ribeirão Preto School of Economics, Administration and Accounting applied and developed a virtual monetization process as a knowledge management process? It is a descriptive and bibliographic research, which works with reflections and with the reality of a platform used by the observatory. As results, it was identified what, initially, was already configured as a hypothesis: there are several ways to apply knowledge management, and one of them is the creation of contextual virtual monetization that stimulates the execution of knowledge management activities by individuals. In addition, it was presented in detail how this practice of monetization works in its usual way, which resulted in the second finding: the application of virtual monetization contributes not only to the process of acquiring knowledge, but also to the organization, collection, storage, retrieval, interpretation and effective and intelligent use of data, information and knowledge.

Keywords: Knowledge management. Monetization of knowledge. Intellectual capital. cooperatives. Observatory.

La monetización virtual como un proceso de gestión del conocimiento: un enfoque descriptivo del desempeño de un observatorio cooperativo

RESUMEN

Las organizaciones son responsables de brindar las condiciones para la generación e intercambio de conocimiento dentro de los entornos organizacionales, utilizando herramientas que contribuyan a que el conocimiento sea externalizado e internalizado de manera continua. En tiempos de desinformación y difusión de noticias falsas, se torna primordial una estrategia que tiene como objetivo motivar la generación consciente de información y conocimiento, y es en base a esta estrategia que un observatorio de cooperativas viene desarrollando sus actividades de apoyo a la gestión del conocimiento y organizaciones crediticias y agrícolas. Para demostrar la realidad de un observatorio cooperativo desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, el estudio parte de las siguientes preguntas: ¿cuáles son las formas de poner en práctica el proceso de gestión del conocimiento? ¿Cómo ha aplicado y desarrollado el Observatorio Cooperativo de Crédito de la Escuela de Economía, Administración y Contabilidad Ribeirão Preto un proceso virtual de monetización como un proceso de gestión del conocimiento? Es una investigación descriptiva y bibliográfica, que trabaja con reflexiones y con la realidad de una plataforma utilizada por el observatorio. Como resultado, se identificó lo que, inicialmente, ya estaba configurado como una hipótesis: hay varias formas de aplicar la gestión del conocimiento, y una de ellas es la creación de monetización virtual contextual que estimula la ejecución de actividades de gestión del conocimiento por parte de los individuos. Además, se presentó en detalle cómo esta práctica de monetización funciona de la manera habitual, lo que resultó en el segundo hallazgo: la aplicación de la monetización virtual contribuye no solo al proceso de adquisición de conocimiento, sino también a la organización, recolección, almacenamiento, recuperación, interpretación y uso efectivo e inteligente de datos, información y conocimiento.

Palabras clave: *Gestión del conocimiento. Monetización del conocimiento. Capital intelectual Cooperativas. Observatorio.*

INTRODUÇÃO

Este estudo aborda a importância da valorização do conhecimento mediante o compartilhamento e a preservação da informação cedida virtualmente por um observatório de cooperativas de créditos. O objetivo é desenvolver um estudo que une a teoria e a prática da Gestão do Conhecimento.. nesses ambientes, buscando comprovar que a Gestão do Conhecimento.. é um processo interdisciplinar, multidisciplinar e até transdisciplinar que torna cada vez mais densas as relações estabelecidas entre as áreas das Ciências Sociais Aplicadas.

Afinal, quais são as maneiras de se colocar em prática o processo de Gestão do Conhecimento.? De que maneira o Observatório de Cooperativas de Crédito (OBSCCOP) da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP/USP) aplicou e desenvolveu um processo de monetização virtual como processo de Gestão do Conhecimento.? Essas são as perguntas norteadoras da pesquisa e que deram luz ao objetivo geral de descrever o desenvolvimento da prática de monetização virtual criada pelo OBSCCOP da FEA-RP/USP.

O OBSCCOP da FEA-RP/USP reúne uma série de profissionais, entre eles professores e estudantes de diversos cursos, tais como:

Sistemas de Informação, Economia e Controladoria Empresarial, Controladoria e Contabilidade, Ciências Econômicas, Biblioteconomia e Ciência da Informação (CI), e Administração, que juntos buscam gerar conhecimento sobre as cooperativas de crédito que atuam no setor agropecuário. Mediante uma pré-sondagem científica, foi possível constatar que o observatório desenvolve ferramentas que representam a aplicação das gestões da informação e do conhecimento no desenvolvimento diário do seu trabalho. Segundo Valentim (2004), a Gestão do Conhecimento. é composta por estratégias relacionadas com a criação, a aquisição, o compartilhamento e a utilização do conhecimento, bem como com o estabelecimento de fluxos que possam garantir a informação e o conhecimento que auxiliam na geração de ideias, soluções de problemas e tomada de decisão. Do ponto de vista metodológico, esta pesquisa é de natureza qualitativa, caracterizada como descritiva e de cunho teórico. Desse modo, adota uma revisão bibliográfica que, de acordo com Marconi e Lakatos (2013), propicia a consulta e a reflexão sobre diferentes pesquisas presentes em fontes de informação distintas.

Sendo assim, todo o material levantado foi importante para a discussão e reflexão sobre Gestão do Conhecimento. no contexto dos Observatórios de Cooperativas. Presume-se que falar da importância da Gestão do Conhecimento. para os ambientes organizacionais seja demasiadamente fastidioso, pois se trata de uma verdade já comprovada em diversas pesquisas científicas. A diferença e o que motivou o desenvolvimento desse estudo é que dificilmente são encontradas pesquisas que direcionam a Gestão do Conhecimento. para ambientes e ações tão específicos como os do estudo em questão.

Diante disso, a principal justificativa para o desenvolvimento deste trabalho é analisar a aquisição e o compartilhamento do conhecimento, considerados etapas essenciais da Gestão do Conhecimento.. Além disso, o intuito do estudo também é, mediante reflexões mais avançadas, propiciar protagonismo aos benefícios existentes por meio da aplicação dos processos de Gestão do Conhecimento., essenciais a um ambiente cuja principal missão se concentra na geração do conhecimento.

REFERENCIAL TEÓRICO

GESTÃO DO CONHECIMENTO.: FOCO NO COMPARTILHAMENTO, NA PRESERVAÇÃO E NO USO

A Gestão do Conhecimento., segundo Sveiby e Martins (2001), possui três origens: (i) surgiu nos Estados Unidos, no período em que a inteligência artificial ganhava força e os sistemas se tornavam obsoletos; (ii) por volta de 1980, surgiu no Japão, que, no momento, incentivava a inovação e o conhecimento como ativos imprescindíveis ao sucesso de uma organização; e, por último, (iii) surgiu na Suécia, que trabalhava com estratégias de competência diretamente dependentes do conhecimento dos funcionários.

Para obter uma linha de raciocínio evolutiva sobre a construção do conhecimento, torna-se necessário compreender os seguintes conceitos: dados, informação e conhecimento, que, por sinal, são complementares e dependentes uns dos outros.

De acordo com Hoffmann (2009), dado é a informação bruta, primária, sozinha, sem propósito e significado. Os dados não conduzem à compreensão até que sejam estabelecidas relações entre eles, pois é a partir dessas relações que se transforma em informação. Para Drucker (2001), a informação é gerada por meio dos dados, é considerada dados interpretados, relacionados e dotados de relevância e propósito. A informação torna-se um insumo importante porque o cotidiano das organizações é dependente do processo de informação e ela se encontra presente no seio de todas as áreas do conhecimento, podendo ser usada em diversos contextos e situações.

Dessa forma, a informação é considerada o insumo mais importante da produção humana (HOFFMANN, 2009) e pode ser separada em dois tipos: formal e informal. Como explica Hoffmann (2009, p. 15), “as informações formais são as que podem contar com um suporte e uma modalidade de estocagem ou armazenamento que lhe asseguram existência permanente”.

Estas são originárias de livros, filmes, internet, base de dados, revistas, jornais, bibliotecas etc. Quanto à informação informal, segundo a autora, é aquela ainda não formalizada, proveniente das pessoas, portanto, que se instaura por intermédio da socialização.

Conforme Hoffmann (2009), o conhecimento pode ser considerado o resultado da informação que é interpretada, estruturada e aplicada por alguém. Assim, a informação internalizada, que se configura uma ação, pode ser considerada conhecimento. Para Sabbag (2007, p.50), o “[...] conhecimento é informação processada que habilita à ação [...]”. É por isso que o conhecimento é tão abordado como um insumo importante para as organizações contemporâneas, justamente porque os gestores começaram a entender que o conhecimento gera ação e a qualidade do conhecimento, por sua vez, proporciona ações qualitativas e efeitos efetivos nos processos decisórios e organizacionais. E mais, a informação, sendo considerada insumo para a criação do conhecimento, ganha valor e espaço nas organizações, bem como os sujeitos organizacionais, principais atores desses processos. Davenport e Prusak (1998, p. 6) definem o conhecimento como:

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

Com isso, pode-se dizer que o conhecimento é uma informação que ganha personalidade, já que uma única informação analisada por vinte pessoas diferentes não será apenas uma única informação, mas sim uma informação mais vinte conhecimentos diferentes, visto que essa informação foi internalizada e interpretada por diferentes cognições, crenças, culturas, percepções e estado de emoção de que cada indivíduo dispõe.

Nesse contexto, Setzer (1999) considera que o conhecimento passa a ser apontado como uma absorção interior e pessoal de uma informação que foi experimentada e utilizada por alguém. Além disso, o conhecimento tem sido um recurso muito desejado pelas organizações, pois é um insumo chave para as tomadas de decisões, previsões, planejamentos estratégicos, análises e avaliações no ambiente organizacional (SOFFNER, 2005).

Nesse caminho, o conhecimento pode quebrar paradigmas antigos do mundo empresarial, onde o funcionário é julgado quando, por efeito natural da sua existência, provoca algum erro. Isso porque até mesmo o erro, a falha e a aprendizagem são etapas para a construção do conhecimento.

Assim como existem dois tipos de informação, formal e informal, também existem dois tipos de conhecimento: o conhecimento tácito e o conhecimento explícito. Segundo Nonaka e Takeuchi (1997), o primeiro é considerado conhecimento pessoal, ligado à cultura e às experiências pessoais, podendo ser transmitido pela socialização e convivência com outras pessoas; e o segundo é o conhecimento registrado e tangível, transmitido por meio da linguagem formal. Entretanto, quando o conhecimento explícito é abordado e conceituado, alguns costumam confundir-lo com a informação formal, que por sua vez, também é originária do documento registrado. Assim, arrisca-se a dizer que não existe conhecimento tácito e explícito. Existe o conhecimento e suas transmissões tácitas e explícitas.

Ainda, com o intuito de finalizar as discussões e reflexões acerca dos conceitos de dado, informação e conhecimento, Hoffmann (2009) apresenta um exemplo interessante para diferenciar e demonstrar as relações desses conceitos. De acordo com a autora:

[...] um dado numérico assume diferentes significados, passando a ser informação e desencadeando o conhecimento. O número 40 pode ser: dado 40 graus (relacionado a temperatura de uma pessoa), passando a ser informação “pessoa febril” e pode apresentar o conhecimento médico “necessário tomar um antitérmico”. (HOFFMANN, 2009, p. 22).

No exemplo acima, o conhecimento pode ser interpretado como um recurso solucionador, que resolverá problemas por meio do saber da ação e propiciará ao indivíduo consciência sobre o caminho a seguir. Porém, para que esse processo se solidifique, é necessário que todo tipo de conhecimento seja gerenciado e é por isso que a Gestão do Conhecimento. vem sendo abordada e colocada em prática no âmbito das organizações.

A Gestão do Conhecimento., para Hoffmann (2009), tem como objetivos a criação, o registro e o compartilhamento do capital intelectual das organizações, que inclui, em sua definição, a capacidade e o potencial intelectual dos funcionários.

Fundamentado na nova perspectiva da sociedade pós-moderna, em que a informação e o conhecimento ganham atribuições de valor, Malhotra (2001) explica que a Gestão do Conhecimento. é uma área de estudos que auxilia no processo de adaptação e sobrevivência diante das mudanças que ocorrem no ambiente organizacional, além de incentivar a competência e a capacidade de inovação dos indivíduos geradores de conhecimento. Maia (2003) acredita que a Gestão do Conhecimento. surge como uma ferramenta que vem sendo incorporada como insumo para o planejamento estratégico das organizações.

Bukowitz e Williams (2002) explanam que a Gestão do Conhecimento. é considerada um processo que fornece riqueza para as organizações por intermédio da valorização do conhecimento e do capital intelectual dos seus funcionários.

[...] na prática, a Gestão do Conhecimento. consiste na identificação e mapeamento dos ativos intelectuais da organização, divulgando e gerando novos conhecimentos para a vantagem competitiva e compartilhando as melhores práticas e tecnologias que impulsionarão estes processos. (REZENDE, 2006, p. 265).

A partir disso, torna-se relevante que as organizações se conscientizem de que o conhecimento e a informação gerados por seus sujeitos organizacionais podem se tornar um grande diferencial competitivo, além de propiciar altos níveis de motivação.

Para que possam atingir os resultados desejados, as organizações precisam administrar seus recursos e componentes, com destaque aos sujeitos organizacionais que, por meio das Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs), auxiliam na produção da informação e do conhecimento a partir de suas experiências pessoais e profissionais, proporcionando importante know-how ao ambiente organizacional. Isto posto,

[...] podemos dizer que a Gestão do Conhecimento. pode ser algo muito próximo do que conhecemos como cultura organizacional, pois é, antes de tudo, uma postura comportamental. É um estado de sensibilidade tal que atinge todos os colaboradores de uma organização, motivando-os a produzir e explicitar o seu conhecimento individual, colocando-o em favor da empresa como um todo. (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 62).

Em consonância disso, a Gestão do Conhecimento. é um conjunto de estratégias executadas para criar, adquirir, compartilhar e utilizar o conhecimento, com a meta de auxiliar na construção de novas ideias, resolução de problemas e tomada de decisão (VALENTIM, 2004).

À vista desses conceitos, o intuito é demonstrar como a Gestão do Conhecimento. contribui para criação, gestão e consistência do capital intelectual no contexto da informação registrada sobre cooperativas de crédito e agropecuário, bem como enfatizar a monetização virtual como uma prática que contribui para a eficácia desses processos (Gestão do Conhecimento. e construção do capital intelectual).

MONETIZAÇÃO VIRTUAL PARA CAPITAL INTELECTUAL

Essa seção aborda algumas características da prática da monetização virtual e as relaciona com os conceitos de Gestão do Conhecimento. e capital intelectual. Nota-se que a construção do capital intelectual se faz com a prática da Gestão do Conhecimento. e, neste estudo, se enfatiza a monetização virtual como uma nova atividade da Gestão do Conhecimento.. Para isso, são apresentados alguns conceitos e características de capital intelectual, um importante resultado que pode ser alcançado por meio da prática da monetização virtual como parte da Gestão do Conhecimento..

A teoria clássica da administração e a administração científica valorizam, como principal objeto do processo produtivo, as técnicas de produção e a mecanização do funcionário enquanto ser robótico e maquinário. Enquanto isso, o capital intelectual pode ser considerado uma vertente cada vez mais atual, que diferente dos tempos mais antigos, pois busca valorizar o funcionário como o principal recurso para obtenção de lucros e vantagem competitiva no mercado. Fraga *et al.* (2017) afirmam que é uma espécie de obrigação das empresas se adaptarem à nova sociedade e direcionarem seus ativos intangíveis, provenientes dos funcionários, à construção do conhecimento e à aprendizagem organizacional, uma vez que são fundamentais para o desenvolvimento humano e monetário de qualquer organização.

Segundo Malavski, Lima e Costa (2010), o capital intelectual é formado por três perspectivas, que são: capital humano, capital relacional e capital estrutural. O capital humano diz respeito ao conhecimento advindo dos funcionários da empresa. O capital relacional é definido pela capacidade que a empresa possui de potencializar todos os recursos que agregam a comunicação e a inter-relação entre os interessados (*stakeholders*) no progresso da organização. E o capital estrutural é a forma como a organização articula os conhecimentos e as informações a fim de se planejar administrativamente, o que envolve aspectos como sistemas de controle, processos, políticas e cultura.

O capital intelectual é definido como um produto que resulta das atividades desenvolvidas pelos funcionários de uma organização, ou seja, suas habilidades formam um montante de conhecimentos que, por sua vez, possui o intuito de fomentar bons relacionamentos com clientes e o desenvolvimento eficiente de novas tecnologias (LIMA; ANTUNES, 2012).

Por serem provenientes de seres humanos, essas habilidades são compostas por habilidades técnicas e comportamentais, o que significa que as atividades executadas pelos sujeitos organizacionais nunca vão se repetir de maneira exata, caso não sejam agrupadas em outros formatos. Nesse sentido, subte-se articular as habilidades (conhecimentos) tácitas e intangíveis às explícitas e tangíveis, como defendem Anthony e Govindarajan (2007).

De acordo com Rodrigues *et al.* (2009), o capital intelectual é formado pelos sujeitos organizacionais (pessoas). Visto como fonte de riqueza e vantagem competitiva das organizações, é considerado um estoque de habilidades, competências, experiências, conhecimentos e inovação. Com relação a esse tipo de capital, Nonaka e Takeuchi (1999) explanam que pode ser entendido como a capacidade que uma empresa possui de produzir novos conhecimentos, compartilhá-los, aplicá-los em atividades e processos produtivos a fim de materializá-los em produtos e serviços que são oferecidos aos clientes e consumidores.

O capital intelectual pode ser definido como as pessoas que trabalham em uma organização e tudo o que podem oferecer concernente a experiências, conhecimentos, informações, competências técnicas e comportamentais, capacidades de aprendizagem contínua, enfim, um aglomerado de benefícios e recursos oriundos dos profissionais que podem ser transformados em ativos tangíveis e explícitos para consultas diárias e resolução de lacunas organizacionais.

O principal mérito do capital intelectual está na sua capacidade de proporcionar vantagem competitiva às organizações, atendendo ao uso dos conhecimentos organizacionais somados de acordo com a quantidade de funcionários incentivados em produzir conhecimento no dia a dia organizacional (STEWART, 1998; EDVISON; MALONE, 1999; IENCIU; MATIS, 2011).

Diante das explanações articuladas por autores que estudam o capital intelectual, infere-se que este é um recurso criado, gerenciado, preservado e viabilizado pela Gestão do Conhecimento da empresa, o que quer dizer que se os fatores críticos de sucesso da Gestão do Conhecimento precisam ser articulados de forma consistente para que o capital intelectual represente uma diferença positiva para a organização.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se pela sua natureza qualitativa e descritiva, na medida em que, por meio de uma pesquisa bibliográfica, buscou discutir os conceitos de “monetização virtual” e “Gestão do Conhecimento.”, a fim de convergir esses conceitos e aprimorar os fundamentos teóricos da Ciência da Informação e da Ciências Sociais Aplicadas, já que descreve o funcionamento de uma ferramenta e sua estratégia voltada à Gestão do Conhecimento..

O levantamento bibliográfico ocorreu na base de dados da CAPES, optando-se pela utilização de referências do tipo “livros” e “artigos científicos”. Quanto à abordagem descritiva, utilizou-se como base o sistema de informação do OBSCOOP, a fim de compreender suas funcionalidades e relacioná-las com os referenciais da área da Ciência da Informação, especialmente da Gestão do Conhecimento.. Essa relação entre as opções práticas de execução do sistema com o referencial teórico da área teve o intuito de demonstrar de que modo a teoria pode ser transformada em prática nesta área, bem como algumas necessidades de novas soluções e ideias serem pensadas para melhoria e consistência do sistema.

Além disso, a seção a seguir visa a elucidar os diferentes papéis enraizados no uso do sistema do OBSCOOP, ou seja, considera a visão de quem produz informação mediante *upload* de documentos, e de quem consome tais informações por intermédio da prática de *download* dos documentos.

DISCUSSÕES

Nesta seção são realizadas as descrições sobre o sistema do OBSCOOP que trabalha com a prática de monetização virtual como processo de Gestão do Conhecimento.. Mas, antes das discussões que relacionam a Gestão do Conhecimento e a monetização virtual, torna-se relevante analisar o quadro 1, que demonstra a conexão entre o Observatório e os processos de Gestão do Conhecimento..

Quadro 1 – Descrição das práticas de Gestão do Conhecimento. e do Obscoop

Processos de Gestão do Conhecimento.	Práticas do OBSCOOP
Identificar demandas de necessidade de conhecimento.	Cadastrar conta na plataforma.
Mapear e reconhecer fluxos informais.	Realizar login na plataforma.
Desenvolver a cultura organizacional positiva em relação ao compartilhamento/socialização de conhecimento.	Escolher o tipo de documentação que deseja encontrar – se cooperativas atuantes no setor agropecuário ou atuantes no setor financeiro.
Proporcionar a comunicação informacional de forma eficiente, utilizando tecnologias de informação e comunicação.	Recuperar cooperativas com base nas listas disponíveis.
Criar espaços criativos dentro da corporação.	Acessar à documentação da cooperativa desejada.
Desenvolver competências e habilidades voltadas ao negócio da organização.	Disponibilizar informações e documentação sobre cooperativas.
Criar mecanismos de captação de conhecimento, gerado por diferentes pessoas da organização.	Realizar o <i>download</i> das informações, a fim de desenvolver competências e habilidades voltadas ao negócio.
Desenvolver sistemas corporativos de diferentes naturezas, visando ao compartilhamento e uso de conhecimento.	
Fixar normas e padrões de sistematização de conhecimento.	
Retroalimentar o ciclo.	

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Valentim (2004).

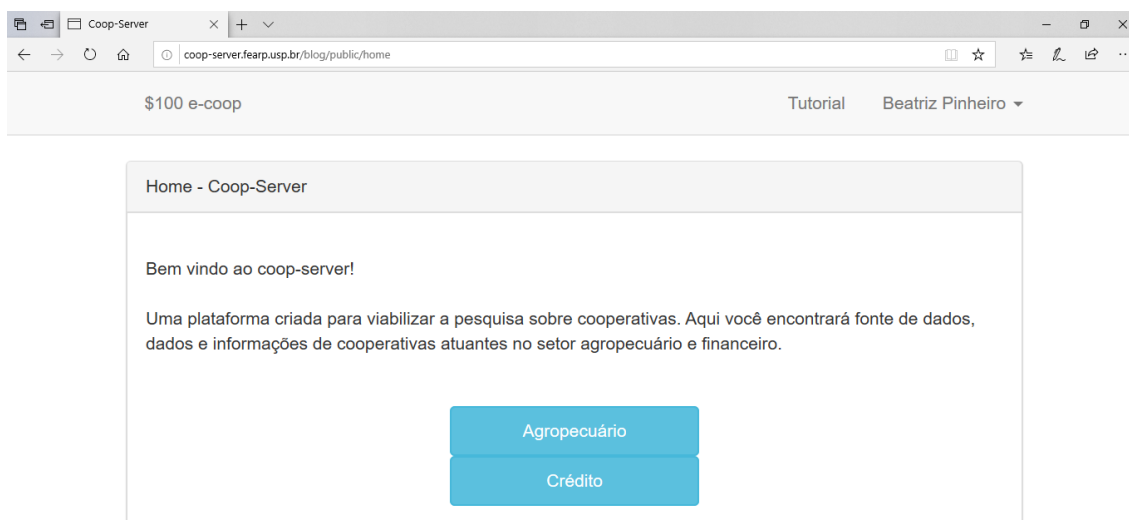
Diante das informações contidas no quadro 1, é possível perceber que as atividades da Gestão do Conhecimento, estão presentes nas práticas que envolvem a utilização da plataforma do observatório. O processo de escolha do conhecimento em formato de documentação tem relação com a importância da identificação de demandas e necessidades de conhecimento. A disponibilização de informações e documentação, realizada a partir do *upload*, é uma prática que está diretamente relacionada ao desenvolvimento de uma cultura organizacional positiva no que diz respeito ao compartilhamento e à socialização do conhecimento.

A recuperação de cooperativas com base nas listas disponíveis é oriunda do processo de criação de mecanismos para captação de conhecimento, mecanismos representados pela própria monetização virtual estimulada pela plataforma. A realização do *download* das informações com o uso da moeda e-coop contribui para o desenvolvimento de competências e habilidades voltadas ao negócio da organização, uma vez que o conhecimento acessado também é responsável por ensinar novas práticas organizacionais.

Além disso, as regras gerais da plataforma são pautadas por normas e padrões de sistematização do conhecimento, a começar pela organização e assimilação das informações e documentações que são armazenadas. A ideia da monetização virtual para alavancagem e qualidade de conhecimento armazenado e posteriormente utilizado é resultado da criação de um espaço criativo dentro da corporação, ou seja, dentro do observatório, uma vez que, para acontecer efetivamente, a Gestão do Conhecimento, necessita de profissionais criativos e comprometidos com o valor da informação e do conhecimento fidedigno.

A seguir, tem-se a tela inicial da plataforma, que se abre após a efetivação do login mediante cadastro anterior (figura 1). Nessa tela, o usuário já se depara com um valor descrito no canto superior esquerdo da tela de “\$100 e-coop”, que representa a quantia inicial de moeda digital (e-coop) dada a esse usuário, a fim de que o mesmo possa operar a plataforma de maneira efetiva.

Figura 1 – Tela Inicial



Fonte: Coop-server (2020).

Nesse momento inicial, o usuário deve escolher que tipo de informações necessita encontrar, ou seja, se informações relativas às cooperativas atuantes no setor agropecuário ou se atuantes no setor financeiro. É relevante expor que essa plataforma detém informações de cooperativas em nível nacional, o que aumenta sua consistência enquanto sistema que contribui para tomadas de decisões assertivas no contexto de cooperativas de crédito e agropecuário. E isso é resultado do processo de criação do conhecimento, estimulado pela própria plataforma.

Com relação à criação do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997, p. 1) a definem como “a capacidade de uma empresa de criar novo conhecimento, difundi-lo na organização como um todo e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas”.

Basicamente, ao realizar o cadastro na plataforma, os usuários, que são, na maioria das vezes, as próprias cooperativas, podem adquirir para si mesmos a potencialidade de se tornarem mais inovadores e preparados intelectualmente, mediante o uso da informação e do conhecimento disponíveis na plataforma.

Na figura 2, tem-se uma parte da lista de cooperativas de crédito que pode ser recuperada pela label ‘Search’, por meio de CNPJ ou NOME. A plataforma possui aproximadamente 1.000 cooperativas de crédito cadastradas.

Figura 2 – Lista de Cooperativas de Crédito

CNPJ	Nome	
00068389000107	Cooperativa De Crédito Da Região De Crateús - Sicedi Crateús	Consultar
00068987000186	Cooperativa De Crédito De Livre Admissão Do Triângulo Mineiro E Sudeste De Goiás Ltda. - Sicoob Aracredi	Consultar
00075847000135	Cooperativa De Crédito Unicred Sul Catarinense Ltda - Unicred Sul Catarinense	Consultar
00106180000190	Central Das Cooperativas De Crédito Dos Estados De Mato Grosso, Mato Grosso Do Sul E Do Município De Cacoal/Ro - Sicoob Central Rondon	Consultar
00129753000100	Cooperativa De Economia E Crédito Mútuo Dos Empregados Das Empresas Somart Ltda.	Consultar

Fonte: Coop-server (2020).

Figura 3 – Lista de Cooperativas de Agropecuário

CNPJ	Nome	
00003432000156	Cooperativa Dos Produtores De Leite Da R De Curitiba	Consultar
0000898000123	Coop Agrop Mista Dos Fratic Paul E Goianos Ltda-Frupeg	Consultar
00046920000140	Cooperativa Agropecuária De Anápolis Ltda	Consultar
00057682000179	Coopaja Coop Dos Prod Agropecuaristas De Jaguarana Ltda	Consultar
00053736000109	Cooperativa Agric Dos Trabalhadores Rurais Araguaema	Consultar
00056110000118	Coop Mista Agrícola Bela Vista Ltda	Consultar
00069726000180	Cooperativa Dos Peq E Medios Agricult De Catinda Ltda	Consultar
00069804000147	Cooperativa Agropecuária Bom Jesus Ltda	Consultar
00069805000191	Cooperativa Mista Aambo De Pes Produtores De Pio Ix	Consultar

Fonte: Coop-server (2020).

É apresentada, na figura 3, uma parte da lista de cooperativas agropecuárias, que também pode ser recuperada pela label ‘Search’, por meio de CNPJ ou NOME. Ademais, a plataforma possui aproximadamente 6.000 cooperativas agropecuárias cadastradas.

Mediante esses números expressivos de cooperativas registradas, que totalizam aproximadamente 7.000 cooperativas distribuídas entre os tipos “crédito” e “agropecuário”, pode-se afirmar que há também a possibilidade de potencializar a sinergia necessária à comunidade de cooperativas brasileiras dentro de uma plataforma que detém diversos tipos de informações e práticas que podem ser aprimoradas e desenvolvidas em conjunto pelos profissionais atuantes nesses ambientes.

Após escolher o tipo de cooperativa desejado, abre-se a tela ‘Informações da Cooperativa’ (figura 4), na qual constam: registro do CNPJ no canto superior direito; nome; filiação; categoria; data inicial de atividade; classe; tipo; situação cadastral; endereço; complemento; bairro; código de endereçamento postal; município; estado; telefone; e-mail e endereço virtual (site).

Além dessas informações de registro, a plataforma disponibiliza as opções ‘*UPLOAD*’, ‘*DOWNLOAD*’, ‘Informações de Governança’, ‘Informações Econômicas’ e ‘Informações Financeiras’.

Na opção ‘*UPLOAD*’, o usuário pode disponibilizar informações sobre a cooperativa em questão, tendo como base as regras de registro para *upload* disponíveis no ‘Tutorial’ da plataforma no canto superior direito. Quando um usuário produz e disponibiliza informações de caráter financeiro e/ou econômico e/ou governante, ele recebe e-coops (moeda digital) por essa ação. Cabe salientar que o preço de cada tipo de informação também se encontra disponível no arquivo de tutorial.

Na opção ‘*DOWNLOAD*’, ao invés de armazenar informações acerca das cooperativas, o usuário poderá coletar informações sobre elas, também a custo de e-coops. Cada tipo de informação possui um preço, também disponível no tutorial. Nesse caso, o usuário precisa operacionalizar de modo controlado suas ações na plataforma, uma vez que o uso excessivo de informações (*DOWNLOAD*) e o pouco armazenamento (*UPLOAD*) poderá prejudicar a atuação do usuário no ambiente do observatório.

Figura 4 – Informações da Cooperativa

Informações da Cooperativa - Coop-Server CNPJ 00309024000127

Nome: Central Das Cooperativas De Economia E Credito Do Estado De Minas Gerais Ltda. - Sicoob Central Cecemge	
Filiação: Sicoob Confederação	Classe: Central
Categoria: Plena	Tipo: Mistos
Data Início de Atividade: 1994-11-22	Situação Cadastral: Ativa
Endereço: Avenida Do Contorno , 4924	
Complemento: Andar: 1, 2, 3, 5, 6;	Bairro: Funcionarios
CEP: 30110032	Município: Belo Horizonte
Estado: MG	Telefone: 31 21048714
E-mail: claudia.miranda@cecemge.org.br	Site: www.cecemge.org.br

[UPLOAD](#) / [DOWNLOAD](#) / [Informações de Governança](#) / [Informações Econômicas](#) / [Informações Financeiras](#)

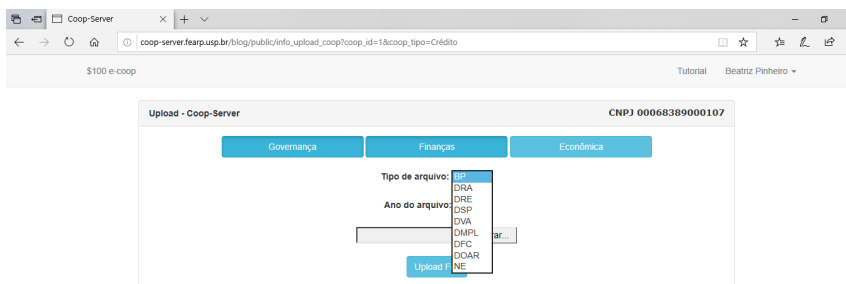
Fonte: Coop-server (2020).

Figura 5 – Informações da Cooperativa



Fonte: Coop-server (2020).

Figura 6 – Upload de Informações de Governança



Fonte: Coop-server (2020).

Para realização do *UPLOAD* de informações, o usuário deve, inicialmente, ter organizado e reconhecido os tipos de informações que possui e que deseja armazenar. Entre os tipos estão: “informações de governança”, “informações financeiras” e “informações econômicas” (figura 5). O mesmo procedimento deve ser feito quanto o usuário necessita recuperar determinada informação.

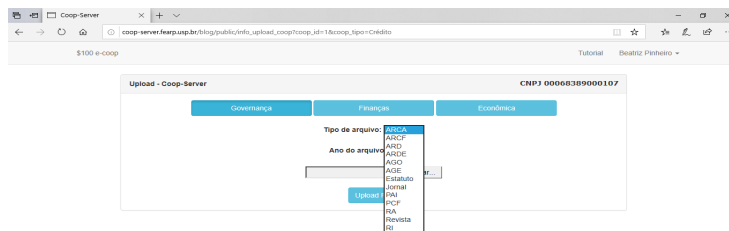
Com base na relação entre o conhecimento registrado e construído em seus formatos, respectivamente explícito e tácito:

O conhecimento explícito pode ser facilmente “processado” por um computador, transmitido eletronicamente ou armazenado em banco de dados. No entanto, a natureza subjetiva e intuitiva do conhecimento tácito dificulta o processamento ou a transmissão do conhecimento adquirido por qualquer método sistemático ou lógico já que para ser comunicado e compartilhado dentro da organização, o conhecimento tácito terá que ser convertido em palavras ou números que qualquer um possa compreender. É exatamente durante o tempo em que essa conversão ocorre – de tácito em explícito e novamente em tácito – que o conhecimento organizacional é criado. (SCATOLIN, 2015, p. 8).

Portanto, por meio dessa citação de Scatolin (2015), pode-se inferir sobre a importância do tratamento da informação em nível documental, uma vez que, para eficiência interpretativa, a informação necessita estar organizada em seu formato explícito e o que a equipe administrativa da plataforma faz é justamente estimular a organização das informações contidas nos documentos a serem armazenados no sistema, bem como buscar realizar o tratamento dessas informações, a fim de disponibilizá-las com efetividade para *download*.

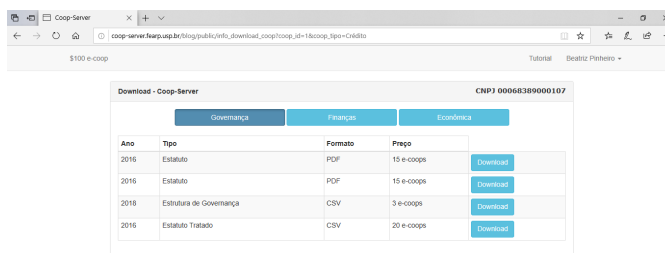
Na figura 6, são apresentados os procedimentos de *upload* para cada tipo de informação, visto que a plataforma já tem estabelecido determinadas codificações e exigências para organização do conhecimento.

Figura 7 – Upload de Informações Financeiras



Fonte: Coop-server (2020).

Figura 8 – Download de Informações de Governança



Fonte: Coop-server (2020).

Mediante essa norma para organização do conhecimento, nesse caso, documentos (informações) armazenados, percebe-se que tal plataforma é uma ferramenta que visa interligar todos os profissionais que atuam no contexto de cooperativas de crédito e agropecuárias. Logo, a plataforma tem o intuito de potencializar e fortalecer a relação entre essas cooperativas por meio de informações preservadas, tratadas e gerenciadas, isso porque, após o armazenamento dessas informações, a equipe atuante no OBSCOOP desenvolve uma ação conjunta de gestão, análise e correção desses ativos informacionais que perpassam pela plataforma.

A figura 8 é uma demonstração da tela de *download* quando se clica na cooperativa e no bloco informacional desejado. É possível notar que nem todos os tipos de documentos estarão disponíveis, seja para informações de governança, seja para informações financeiras. Aqueles que estão disponíveis carregam consigo o formato do arquivo, bem como o preço da informação.

É relevante enfatizar que, tanto para cooperativas de crédito como para cooperativas agropecuárias, as informações econômicas não se encontram habilitadas para os comandos *UPLOAD* e *DOWNLOAD*.

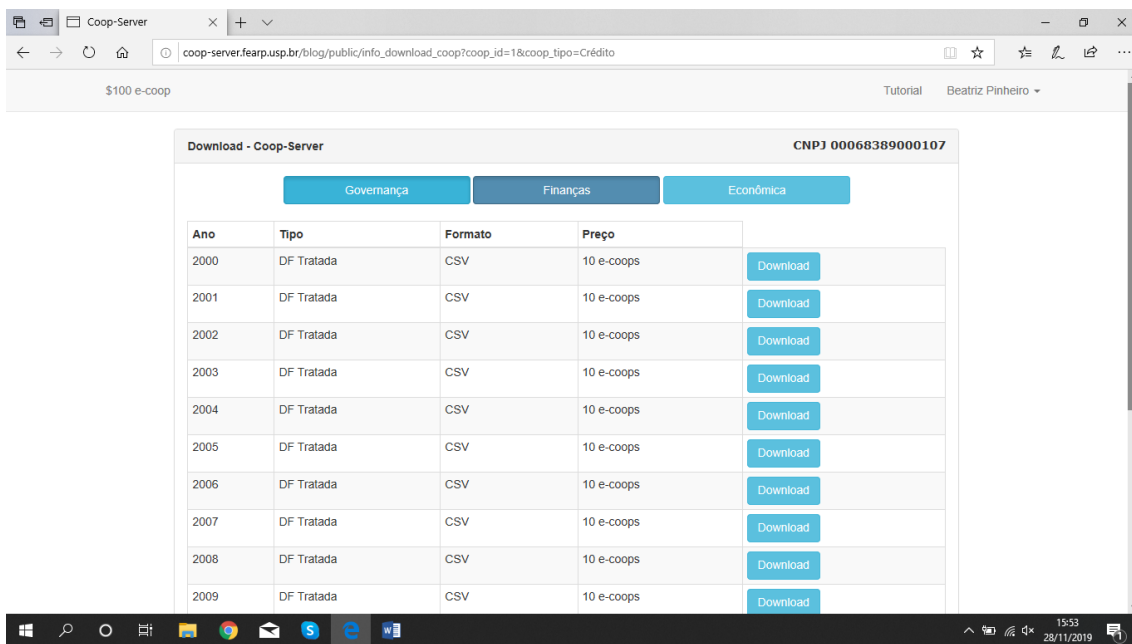
Para Probst (2002, p. 30), “o conhecimento é o conjunto total que inclui cognição e habilidades que os indivíduos utilizam para resolver problemas”.

Ou seja, para ser construído o conhecimento baseia-se em dados e informações, entretanto, diferentemente desses últimos, o conhecimento possui uma relação direta e exclusiva com os seres humanos. Portanto, mesmo relacionado aos sistemas computacionais, o conhecimento necessita ser mediado por alguém e não por algo.

Nessalinha de raciocínio, Oliveira *et al.* (2006) compreende a Gestão do Conhecimento. como um processo de obtenção, gerenciamento e compartilhamento dentro de um mesmo ambiente organizacional e são essas as atividades desenvolvidas pela equipe da plataforma coop-server do OBSCCOP.

A fim de compreender a prática de mediação entre a produção e organização (*upload*) e uso (*download*) do conhecimento, seguem os preços estabelecidos para cada tipo de documento informacional de governança armazenado (*upload*): (1) AGO: 10 e-coops; (2) AGE: 10 e-coops; (3) ARCA: 8 e-coops; (4) ARCF: 8 e-coops; (5) Estatuto: 20 e-coops; (6) Jornal: 12 e-coops; (7) PAI: 8 e-coops; (8) PCF: 8 e-coops; (9) RI: 8 e-coops; (10) RA: 40 e-coops; e (11) Revista: 12 e-coops. Agora, os preços de cada documento para *download*: (1) AGO: 8 e-coops; (2) AGE: 8 e-coops; (3) ARCA: 8 e-coops; (4) ARCF: 8 e-coops; (5) Estatuto: 15 e-coops; (6) Estatuto Tratado: 20 e-coops; (7) Estrutura de Governança: 3 e-coops; (8) PAI: 8 e-coops; (9) PCF: 8 e-coops; (10) RI: 8 e-coops; (11) RA: 20 e-coops; e (12) Revista: 10 e-coops.

Figura 9 – *Download* de Informações Financeiras



Fonte: Coop-server (2020).

Mediante figura 9, os preços dos documentos informacionais financeiros para *upload* são: (1) BP: 8 e-coops; (2) DFC: 10 e-coops; (3) DMPL: 10 e-coops; (4) DOAR: 10 e-coops; (5) DRA: 10 e-coops; (6) DRE: 8 e-coops; e (7) DVA: 10 e-coops. Relativo aos preços dos documentos informacionais financeiros para *download*, tem-se: (1) BP: 5 e-coops; (2) DF Tratada: 10 e-coops; (3) DFC: 5 e-coops; (4) DMPL: 5 e-coops; (5) DOAR: 5 e-coops; (6) DRA: 5 e-coops; (7) DRE: 5 e-coops; e (8) DVA: 5 e-coops.

Segundo Probst e Romhardt (2002, p. 16), “para sobreviver e competir na sociedade do conhecimento, as empresas devem aprender a administrar os seus ativos intelectuais, já que o conhecimento é o único recurso que aumenta com o uso”. Logo, é possível inferir que, ao disponibilizar o sistema de compra e venda de informação, a plataforma contribui de maneira substancial para a contínua construção do conhecimento, uma vez que o uso e a produção da informação armazenada passam a se tornar mais valorosos, e como consequência, o processo de internalização e conversão da informação para conhecimento, também.

Nesse caso, torna-se possível imaginar que quanto mais tratada a informação, mais frequentemente ela será utilizada e, então, essa prática torna-se cíclica e contínua entre os indivíduos envolvidos no contexto das cooperativas.

Nessa construção dos valores, a equipe responsável pela articulação da plataforma encontra uma maneira efetiva de incentivar o equilíbrio entre a produção e o consumo de informações, uma vez que todos os documentos para *upload* possuem um preço maior que os documentos para *download*, ou seja, a produção é mais valorada do que o próprio uso no processo de potencialização e atribuição de valor ao próprio uso da informação.

CONCLUSÕES

Buscou-se, com essa pesquisa, expor mais uma maneira de se colocar em prática a Gestão do Conhecimento. nas organizações. O processo de Gestão do Conhecimento., mesmo que abordado no campo científico da Ciência da Informação e das Ciências Administrativas, ainda sofre resistência em razão do excesso de teoria e de relativamente pouca prática em torno das suas atividades.

Além disso, o objetivo geral do presente trabalho era discorrer sobre a prática de monetização virtual desenvolvida pela equipe do OBSCCOP da FEARP/USP, que possui relação direta com o processo de Gestão do Conhecimento., porque incentiva a organização, a criação, o armazenamento, a recuperação, a interpretação, o tratamento e o uso de dados, informação e conhecimento acerca de um universo específico de trabalho.

Esse objetivo foi alcançado, pois relacionou os aspectos teóricos da Gestão do Conhecimento. com a tentativa de inserir a monetização virtual como uma das práticas de potencialização da Gestão do Conhecimento. no meio organizacional. Enquanto limitação da pesquisa, notou-se a escassez de estudos sobre monetização virtual na Gestão do Conhecimento. e, por isso, foi adotada a estratégia de abordar a teoria de capital intelectual como resultado da prática de monetização virtual atrelada à Gestão do Conhecimento..

Além dessa prática, o observatório conta também com análises da produção científica sobre cooperativas de crédito e agropecuárias, e ainda desenvolve um trabalho bibliométrico, analisando co-citações em redes de pesquisadores da área.

Constituem-se, portanto, ambientes importantes a serem analisados pela Ciência da Informação, uma vez que é valoroso para a área perceber que os aspectos da CI se encontram em outras áreas do conhecimento e necessitam de apoio e direcionamento para melhor consistência das suas atividades.

REFERÊNCIAS

ANTHONY, R. N.; GOVINDARAJAN, V. *Management control systems*. 12. ed. New York: Irwin McGraw-Hill, 2007.

BUKOWITZ, W. R.; WILLIAMS, R. L. *Manual de Gestão do Conhecimento.: ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

CARVALHO, G. M. R.; TAVARES, M. S. *Informação e conhecimento: uma abordagem organizacional*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

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

DRUCKER, P. *Desafios gerenciais para o século XXI*. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. *Intellectual capital: realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York: Harper Business, [1997].

FRAGA, B. D. *et al.* Business Intelligence: métodos e técnicas de Gestão do Conhecimento. e as tendências para avanços do capital intelectual. *Navus*, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 43-56, jan./mar., 2017. Disponível em: <http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/410>. Acesso em: 24 abr. 2021.

HOFFMANN, W. A. M. *Gestão do Conhecimento.: desafios de aprender*. São Carlos: Compacta, 2009.

IENCIU, N. M.; MATIS, D. A theoretical framework of intellectual capital. *Journal of Business Research*, v. 11, n. 2, 2011.

LIMA, J. P. C.; ANTUNES, M. T. P. Fatores relevantes para a gestão do capital intelectual sob a ótica da Visão Baseada em Recursos (VBR): um estudo baseado na percepção dos gestores da Sanofi Aventis Brasil. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 7, n. 1, 2012.

MAIA, C. Casa de ferreiro, espeto de pau: a Gestão do Conhecimento. em empresas produtoras de conhecimento. In: TERRA, J. C. C. *Gestão do Conhecimento. e e-learning na prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 4-18.

MALAVSKIA, O. S.; LIMA, E. P.; COSTA, S. E. G. Modelo para a mensuração do capital intelectual: uma abordagem fundamentada em recursos. *Produção*, v.20, n.3, p.439-454, 2010.

MALHOTRA, Y. *Knowledge management and business model innovation*. Oakland: Idea Group Publishing, 2001.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

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

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. *La organización creadora de conocimiento: cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México: Editorial Mexicana, 1999.

OLIVEIRA, M.; GOLDONI, V.; CONSTANTINO, F. Gestão do Conhecimento.: pesquisas realizadas e novas oportunidades. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 26., 2006, Fortaleza... *Anais*, Fortaleza, ENEGEPE, 2006.

PROBST, G.; RAUB, S.; ROMHARDT, K. *Gestão do Conhecimento.: os elementos construtivos do sucesso*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

REZENDE, D. A. Sistemas de conhecimento e as relações com a Gestão do Conhecimento. e com a inteligência organizacional nas empresas privadas e nas organizações públicas. In: TARAPANOFF, K. *Inteligência, informação e conhecimento em corporações*. Brasília: IBICT/UNESCO, 2006. p. 257-276.

RODRIGUES, H. M. S. *et al. La influencia del capital intelectual en la capacidad de innovación de las empresas del sector de automación de la euorregión Galicia Norte de Portugal*. Vigo: Universidad de Vigo, [2011].

SABBAG, P. Y. *Espírais do conhecimento: ativando indivíduos, grupos e organizações*. São Paulo: Saraiva, 2007.

SCATOLIN, H.G. A Gestão do Conhecimento. nas organizações: o legado de Nonaka e Takeuchi. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 5, n. 2, p. 4-13, jul./dez., 2015.

SETZER, V. W. Dado, Informação, Conhecimento e Competência. *DataGramZero*, Rio de Janeiro, n. zero, 1999.

SOFFNER, R. K. Gestão do Conhecimento. e mudança organizacional. In: SILVA FILHO, C. F.; SILVA, L. F. (Orgs.). *Tecnologia de informação e Gestão do Conhecimento*. Campinas: Alínea, 2005. p. 70-77.

STEWART, T.A. *Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E.; MARTINS, J. R. *Gestão do Conhecimento*.: as lições dos pioneiros. Global Brands: Centro de Pesquisas de Intangíveis do Brasil, 2001.

VALENTIM, M. L. P. *Gestão da informação e Gestão do Conhecimento*.: especificidades e convergências. Londrina: Infohome, 2004. Disponível em: http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=88. Acesso em: 24 abr. 2021.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo financiamento da pesquisa.