

Fonte de Disseminação De Informações e Conhecimento - Observatório Tecnológico da Moda

Information and Knowledge Dissemination: The Fashion Technology Observatory Project

por Dulce Maria Maciel, Icléia Silveira e Silene Seibel

RESUMO

No ambiente empresarial o uso das informações e dos novos conhecimentos constitui-se um valor estratégico na tomada de decisões dos negócios. Esse trabalho apresenta o Observatório Tecnológico de Moda, como instrumento de disseminação de informações e conhecimento relevantes ao setor do vestuário, tendo em vista a criação do conhecimento organizacional. Utiliza-se para isso, a pesquisa qualitativa e descritiva dos conteúdos teóricos e práticos. Constata-se que os objetivos do observatório estão sendo atingidos, pelo número de acessos ao portal, obtidos pela flexibilidade e rapidez da conexão via *internet* e pela constantemente atualização dos conteúdos postados.

Palavras-chave: Informações, Conhecimento, Inovação.

ABSTRACT

Information and knowledge are strategic assets in decision-making processes, especially in the business environment. This article presents the “Fashion Technology Observatory Project”, as an information and knowledge dissemination tool, relevant to the fashion and apparel industry regarding organizational knowledge creation. The article applies a qualitative and quantitative research methodology to study the theoretical and practical contents. The project objectives are being reached, assessed through homepage hits figures, content update rates and high speed internet connections.

Keywords: Information, Knowledge, Innovation.

Introdução

A atualidade dos negócios de moda é marcada pela dinâmica da geração de novos conhecimentos, que são instantaneamente transferidos aos produtos e processos. Trata-se de um mercado dinâmico onde gestores e empresas necessitam possuir o conhecimento de gerar, processar e aplicar de forma eficaz a informação baseada em conhecimento. Por isso, as empresas do vestuário e os profissionais da moda estão em constante busca por novas informações e conhecimentos, visando a competitividade no mercado da moda. Para isso, necessitam de conhecimentos técnicos, tecnológicos, de mercado, entre outros, a fim de melhorar seu desempenho nos requisitos: qualidade dos produtos; redução de custos; adequação dos processos produtivos; atendimento às normas técnicas internacionais; acesso à capacitação; aos processos de design; às pesquisas das tendências de moda; adequação das embalagens; a superação de barreiras técnicas, além de outros fatores.

Com foco nestes requisitos, as empresas do vestuário reconhecem a importância das informações e dos conhecimentos nas etapas de seus negócios e processos industriais, porém, encontram grandes dificuldades no acesso, na organização, armazenamento, disponibilização e disseminação no ambiente interno empresarial.

Para garantir um fluxo adequado de informação, a construção de sistemas de informação facilita o acesso ao conhecimento para a tomada de decisões nesses espaços, uma vez que a informação está ligada ao conhecimento acessado e compartilhado entre os membros da empresa. Nesse ambiente, as inovações dos processos industriais e dos produtos têm papel fundamental, por isso as empresas do vestuário precisam estar constantemente atualizadas com tudo que acontece no ambiente externo.

Visando beneficiar as empresas do vestuário, profissionais da moda e demais interessados, o Observatório Tecnológico de Moda foi criado para captar, organizar e disponibilizar uma variedade de informações e conhecimentos no espaço *web*. Participam deste projeto, professores e acadêmicos do Curso de Bacharelado em Moda do Centro de Artes/CEART/ UDESC, exercendo as atividades de pesquisa na *web*, em várias fontes e no portal CAPES, com o propósito de coletar informações e conhecimento em formatos eletrônicos, selecionados e tratados adequadamente antes de serem disponibilizados no *site*. Trata-se de um mecanismo de pesquisa, sempre em constante atualização, por meio de vigilância na *web*, varredura, seleção e filtragem. Todas as ações de pesquisa envolvem conteúdos teóricos e práticos de fácil acesso aos mais variados conteúdos, como as tendências e consumo de moda, inovações, tecnologias, equipamentos, sustentabilidade, bem como a disseminação das melhores práticas voltadas a produção do vestuário.

É importante ressaltar, que embora as fontes de informações sejam uma grande aliada na disseminação de conhecimentos para o ambiente empresarial, estes recursos não geram conhecimentos, funcionam apenas como meios de aquisição. Cabe às empresas a responsabilidade de gerenciar o compartilhamento das informações e dos conhecimento por meio das interações e colaborações espontâneas entre as pessoas dos diferentes setores da empresa. Quando isto ocorre, geram-se novos conhecimentos para

a empresa, passando para um nível de maior qualidade, criatividade e efetividade. O conhecimento é o maior valor e diferencial que uma empresa pode ter, porque sendo sustentável, gera retornos constantes, o que significa vantagem competitiva. Diante desta evidência, apresenta-se uma visão da importância do uso da informação e do conhecimento.

O Uso da Informação e do Conhecimento

A informação é o insumo para qualquer fazer, seja no âmbito acadêmico ou empresarial. A geração de “novo” conhecimento só é possível quando a informação é apropriada pelo indivíduo, por meio do estabelecimento de relações cognitivas, que geram novas ideias e ações práticas que as executam.

A matéria-prima essencial para a criação da informação são os dados que em si não são dotados de relevância, propósito e significado, mas são importantes. Informação é uma mensagem com dados que fazem diferença, podendo ser audível ou visível. É um meio ou material necessário para extrair e construir o conhecimento (DRUCKER, 2003 p.32).

Segundo Choo (2006, p. 26), a informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz. É necessário ter uma clara compreensão dos processos organizacionais e humanos pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, para que as empresas sejam capazes de perceber a importância de suas fontes e das tecnologias de informação.

Quanto ao conhecimento, para Davenport e Prusak (2003, p.20) “[...] ao contrário dos ativos materiais, que diminuem à medida que são usados, os ativos do conhecimento quando compartilhados, ampliam-se em novos conhecimentos individuais e grupais”. Isto indica que empresas ricas em conhecimento tem uma grande vantagem, visto que o conhecimento é multiplicador de novos conhecimentos, tornando difícil a sua cópia pela concorrência, enquanto que máquinas e equipamentos são muito mais fáceis de copiar.

Na sociedade atual, o conhecimento é o único ativo capaz de diferenciar as organizações (NONAKA e TAKEUCHI, 1997). Organizações intensivas em conhecimento são aquelas que oferecem ao mercado o uso de conhecimento razoavelmente sofisticado ou produtos (bens ou serviços) baseados no conhecimento (SVEIBY, 1998). A organização baseada no conhecimento torna-se única por ser hábil em aprender e inovar constantemente (CHOO, 2006).

Nesta nova dinâmica de relações sociais, a interação e a comunicação tornam-se parte do processo de construção do conhecimento, e, sendo assim, as organizações passam a fornecer espaços de criação de conhecimento, que permitem a interação entre seus membros e o compartilhamento de informações.

Quando as empresas permitem que o conhecimento flua através de sua estrutura e de seus processos, lançam mão de ferramentas diversas, com importante destaque as novas tecnologias da informação digital.

A Informação Digital

As tecnologias da informação evoluem cada vez mais, no ambiente eletrônico *online*, disponibilizando mais arquivos de dados e informação. Por isso, novos processos são necessários, para o acesso, seleção, aquisição, tratamento, armazenamento, e na disseminação da informação.

Com o aumento do número de usuários, serviços e acessos à *internet*, o ambiente digital torna-se uma indispensável ferramenta de acesso à fontes de informação. Assim, Waltrick (2009, p. 60), dividem as fontes de informação na *internet* em diversos setores, tais como: listas de discussão, correio eletrônico (*e-mail*), informativos via correio eletrônico (*newsletter*), informativos comerciais via correio eletrônico (*e-mail marketing*), salas de bate-papo virtual (*chat*), mensageiros instantâneos (*instant messengers*), sítios de busca ou ferramentas de busca, intranets, extranets e os próprios sítios (*sites*) disponíveis na *web*.

Para Waltrick (2009, p. 71), o documento eletrônico/digital se caracteriza pelo formato multimídia - imagem, som, texto, desdobrados em: animações, gráficos, mapas, vídeos, áudios, apresentações, *links* ou qualquer outra informação registrada que utilize os recursos multimídia. Existem os conteúdos que são indexados em bases de dados disponibilizadas em acesso livre na *internet*, sendo recuperáveis em repositórios digitais, apontadores, portais, *sites* de busca, bibliotecas virtuais e bibliotecas digitais.

A era digital, conforme observam Blattmann, Fachin e Rados (2000), provoca mudanças de perfis dos profissionais que selecionam, organizam, recuperam, disseminam e usam a informação. Estes profissionais podem ser considerados um “arquiteto da informação” em ambiente *Web*, tendo como pano de fundo desse cenário a flexibilidade, a velocidade e a quebra de espaços geográficos.

A informação digital postada nos *sites* e disponibilizada via *Internet* é mais fácil de ser disseminada e acessada. Possibilitam ao provedor criar, alterar, distribuir e alimentar o site, facilitando o acesso do usuário. Essas questões provocam constantes inquietações sobre o gerenciamento da informação digital em *sites* provocando novas ideias e inovações na gestão deste meio digital.

O uso das tecnologias da informação deixa em colapso a questão espaço e tempo, possibilitam às pessoas compartilhar quantidades enormes de informação sem as restrições dos limites geográficos e temporais. Essas tecnologias estão mudando a forma como as pessoas criam, transferem e utilizam o conhecimento (WALTRICK, 2009).

Para tanto, a organização dos documentos digitais necessita de planejamento, análise, design, construção, armazenamento e segurança. Para cada uma dessas etapas existem atividades específicas, as quais devem ser observadas para facilitar o gerenciamento dos arquivos digitais observando aspectos de seus conteúdos. O ambiente das tecnologias permite que se disponibilize e tornem-se acessível na rede, de forma fácil e dinâmica, as informações desses arquivos, sejam estes de texto, diagramas, imagens, animação, som, vídeo, ou programas, entre outros.

Diante destas colocações, compreende-se que as informações digitais assumem papel

Fonte de Disseminação De Informações e Conhecimento - Observatório Tecnológico da Moda

importante como fonte de pesquisa, ampliando o alcance e acelerando a velocidade de transferência das informações e conseqüentemente na criação dos conhecimentos individuais e organizacionais.

Fonte de Informações e Conhecimentos – O Observatório Tecnológico de Moda

O propósito dos “observatórios” é disponibilizar na *Web* informações e conhecimentos passíveis de serem compartilhados por organizações na mesma ou em diferentes esferas. O termo “observatório” pode ser usado para apontar que o conteúdo desses portais é construído a partir da observação, varredura e seleção de experiências reais, de eventos, tendências, capacitação, variedades, etc. (ROGER, 1995).

O Observatório Tecnológico de Santa Catarina – Moda e vestuário é um portal, criado em 2012, por meio de uma parceria entre a FAPESC (Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina) e o Departamento de Moda do CEART/ UDESC. É um repositório de conhecimentos e informações de moda e tecnologias voltadas a produção do vestuário, cujo acesso é público e todos os conteúdos postados fazem parte do escopo da área da moda. Portanto, trata-se de um suporte de fontes de pesquisa e de divulgação das melhores práticas de criação e produção do vestuário.

Neste portal estão reunidas informações da área têxtil, úteis para todos os públicos: estudantes, empresários, pequenos comerciantes, pessoas que buscam mais informações específicas sobre processos, produtos, conhecimentos em geral. O *Site* www.observasc.net.br/moda conforme imagem a seguir (FIGURA, 1) disponibiliza na sua página principal, de forma organizada em um *menu* principal (*Home*, *Eventos*, *Conhecimento*, *Tendências*, *Mercado*, *Sustentabilidade*, *Variedades* e outro), com *links* de seleção (*Feira*, *Moda*, *Design*, entre outros), uma coluna intitulada *Biblioteca*, *Observe Mais*, *Visitantes On line* e ferramentas de comunicação (entre usuários, professores e alunos bolsistas), a fim de facilitar o acesso à informação.

Observatório Tecnológico de Santa Catarina - Moda e Vestuário

MODA

Home | Eventos | Conhecimento | Tendências | Mercado | Sustentabilidade | Variedades

pesquisar...

Biblioteca

- Livros
- Teses
- Dissertações
- Apostilas
- Artigos por Tema:
- Aprendizagem Organizacional
- Design
- Comportamento e Consumo
- Comunicação e Marketing
- Produção do Vestuário
- Criatividade
- Desenho
- Ergonomia
- Gestão do Conhecimento
- Moda
- Metodologia Projetual
- Modelagem
- Produção de Moda
- Têxtil

Video

Cobertura OctaE...

Curso de Moda da Udesc é cinco estrelas

Ter, 03 de Setembro de 2013 18:46 | Escrito por Joaquim de Lima |

Fonte: Portal Udesc

Vinte e dois cursos de graduação da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) foram bem avaliados na edição 2013 do Guia do Estudante da Editora Abril. Os cursos de Administração, Educação Física e **Moda** receberam a nota máxima (cinco estrelas).

MELHORES UNIVERSIDADES 2013
Design de Moda
Universidade do Estado de Santa Catarina - Florianópolis
★★★★★

Reestruturação industrial em SC: Reações ao novo quadro concorrencial

Seg, 02 de Setembro de 2013 11:58 | Escrito por Emanuele Lazzari |

Fonte: Administradores.

Como as PMEs têxtil-vestuaristas do estado reagiram às mudanças nas condições de concorrência observadas na década de 90?

Esta é a questão que permeia quase todo este texto. O objetivo, em sintonia com o referencial analítico adotado, é evidenciar aspectos das trajetórias recentes das firmas estudadas, procurando identificar condutas por detrás das situações

Figura 1: Página principal do ObservaModa.

Fonte: ObservaModa. Disponível em: <http://www.observasc.net.br/moda/>. Acesso em 10/09/2013 17h48min.

O site disponibiliza um vasto e rico material prático e teórico no submenu “Conhecimento”, principalmente nas áreas têxteis e do vestuário (FIGURA, 2), como modernas tecnologias e equipamentos, processos tecnológicos inovadores, características de novos tecidos, graduação e alteração de moldes, marcação do manequim de *moulage* (FIGURA, 2 e 3) e outros estudos específicos do interesse do público-alvo, sempre visando a utilização de tecnologias voltadas à modernização, sustentabilidade e diminuição de custos do setor têxtil/vestuário.

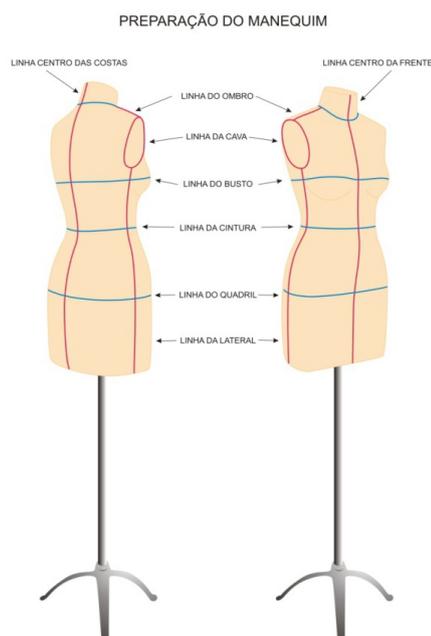


Figura 2: Marcações das Linhas do Corpo Humano no Manequim.
Fonte: Apostila Moulage CEART/ UDESC, 2012.



Figura 3: Modelagem Plana.
Fonte: Audaces, 2013.

O Observatório conta com uma biblioteca que foi criada com o intuito de auxiliar a pesquisa dos acadêmicos de moda e divulgar publicações, com conhecimentos que possam auxiliar as empresas do vestuário. O *site* disponibiliza gratuitamente apostilas, livros, artigos, teses, dissertações, publicações de Congressos Brasileiros e Internacionais de Pesquisa, Colóquios de Moda, e materiais disponíveis em portais científicos como Capes e SciELO. Um exemplo pode ser visto nas figuras 4 e 5 a seguir.



Figura 4 e 5: Conhecimentos Teóricos e Práticos. A Importância da Moulage na Concretização da Criação
Fonte: ObservaModa. Disponível em: <http://www.observasc.net.br/moda/>. Acesso em 13/09/2013 17h48min.

São disponibilizadas muitas informações sobre novas tecnologias e inovação (FIGURA, 6) e *softwares* aplicados na criação, modelagem e produção, podendo oferecer aos tomadores de decisão especificidades sobre suas funções, vantagens e prática. Fundamentalmente, pretende-se que as empresas do vestuário utilizem as informações disponibilizadas e deem um salto no melhoramento de seu produto, atingindo novos mercados, aumentando a sua competitividade, tornando-se mais sólidas e mais bem preparadas à competição comercial, tanto no mercado nacional como no internacional.



Figura 6: Informações e Conhecimentos sobre Tecnologia e Inovação. Tecnologia e Inovação - Seda de peixe promete roupas superfortes
Fonte: ObservaModa. Disponível em: <http://www.observasc.net.br/moda/>. Acesso em 13/09/2013 17h48min.

Destaca-se que tem um espaço no *site* aberto aos alunos de moda que desejam expor um breve currículo e seus trabalhos como Portfólio (FIGURA, 7).



Figura 7: Desenho de Schirlei Martins.

Fonte: ObservaModa. Disponível em: <http://www.observasc.net.br/moda/>. Acesso em 13/09/2013 17h48min.

Como pode ser constatado, o Observatório Tecnológico de Moda pode proporcionar grandes benefícios para as empresas do vestuário, profissionais da moda e demais interessados. Para tanto, requer dos gestores constante monitoramento, no que está acontecendo no mundo, que sejam do interesse dos negócios da moda, e são veiculados na *internet*, para que o investimento e esforço da equipe correspondam às expectativas dos usuários e atinjam os objetivos esperados.

Conclusão

A equipe deste projeto está satisfeita com o sucesso do site, devido ao número de visitantes, de 15 de outubro de 2012 a 28 de agosto de 2013, o Observatório de Moda recebeu 21.444 visitas de vários locais do mundo, incluindo Europa, América do Norte e Ásia. Por outro lado sabe-se, que o portal poderá melhorar a forma como alguns conteúdos são organizados, bem como ampliar suas postagens, com informações e serviços que sejam mais eficientes e eficazes na criação de valor para seus usuários. Como o volume de conteúdos, tende a crescer numa razão muito grande, deve-se prever datas de validade para que as informações não fiquem desatualizadas, além também de se manter atualizado.

De acordo com a base teórica referenciada, constatou-se que o uso da informação gera conhecimento individual, sendo compartilhado pela equipe de trabalho, gera conhecimento organizacional. Assim, pode-se compreender a informação como recurso estratégico para as empresas do vestuário e profissionais da moda, pois sua utilização leva ao desenvolvimento de novas ideias, que colocadas em prática transforma-se em conheci-

Fonte de Disseminação De Informações e Conhecimento - Observatório Tecnológico da Moda

mentos, que podem resultar em processos e produtos inovadores ou diferenciados, ou seja, uma vantagem competitiva.

Entretanto, existem necessidades de aperfeiçoar os processos que envolvem a pesquisa e o uso das fontes de informação no ambiente empresarial. Estas não podem permanecer no controle individual, precisam ser compartilhadas por todos, só assim, novos conhecimentos são criados em nível organizacional. Porém, estes conhecimentos devem ser sistematizados e registrados, de modo que sejam acessados quando necessário, e proporcionem melhorias na competitividade da empresa.

Cabe salientar que fontes de informação de qualidade, organizada, disponível e acessível facilita a busca e o uso com maior agilidade. No entanto, para que isso seja possível, é primordial que as empresas utilizem ferramentas para a coleta de dados e informações num processo de aprendizagem contínuo em todos os níveis, do individual ao grupal. Neste cenário, gerenciar a incorporação de novos conhecimentos e o seu compartilhamento é estimular a propagação do aprendizado como um dos principais ativos da empresa.

O conteúdo do Observatório da Moda é disponibilizado como um mecanismo, de forma a facilitar o acesso a informações técnicas e a inovações em ambiente virtual. Pretende-se contribuir para a ampliação dos conhecimentos aplicados às melhorias de qualidade de produtos, dos sistemas produtivos, com a ampliação do trabalho e da renda em razão de melhorias tecnológicas de forma sustentável. Intentamos que o Observatório seja um instrumento dedicado às micro, pequenas e médias empresas e que coopere para a ampliação do empreendedorismo no Estado. É preciso que as empresas se adaptem aos novos cenários oferecendo um espaço de colaboração entre seus membros facilitando a troca de informações, conhecimentos, recursos e interação.

Referências

- > BRUM, Marco Antonio Carvalho; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Comportamento de busca e uso da informação: um estudo com alunos participantes de empresas juniores. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 52-75, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view-File/750/726>>. Acesso em: 18 ago. 2013.
- > CHOO, Chun Wei. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2006.
- > DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- > DRUCKER, Peter Ferdinand. *Desafios gerenciais para o século XXI*. São Paulo: Pioneira, 2003.
- > NONAKAI, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka; *Criação de Conhecimento na Empresa: Como as Empresas Japonesas Geram a Dinâmica da Inovação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- > ROGERS, E. M. *Diffusion of Innovations*. 4. ed. New York: The Free Press, 1995.
- > SVEIBY, K. E. *A nova riqueza das organizações: gerenciado e avaliando patrimônios de conhecimento*. São Paulo: Campus, 1998.
- > WALTRICK, S. A. *Critérios para a seleção de fontes de informação científica multimídia em acesso livre na internet: criação de acervo digital para cursos de graduação à distância*. 2009. 169 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. Disponível em: <http://www.cin.ufsc.br/pgcin/Soraya_Waltrick.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2013.

SITE

- > OBSERVA SC – Moda em Vestuário. Disponível em: <http://www.observasc.net.br/moda/>. Acesso em: 28 ago. 2013

Dulce Maria Maciel, Doutorado em Engenharia de Produção com ênfase em Gestão de Design, Ergonomia e Meio Ambiente, pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2007). Mestrado em Engenharia de Produção com ênfase em Gestão Ambiental pela UFSC (2002). Graduação em Engenharia Elétrica pela UFSC (1986). Graduação em Moda na Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC(2011). Atua principalmente nos seguintes temas: meio ambiente, gestão de design, ergonomia, uso de materiais em projetos, internalização de custos ambientais, indicadores de eco-eficiência, sustentabilidade, uniformes profissionais, materiais têxteis, produto de moda. Possui mais de 15 anos de atuação em diversas empresas com ênfase no diagnóstico e definição da atuação de estratégias de gestão nas empresas.
dulceholanda@gmail.com

Icléia Silveira, Dra. Icléia Silveira DOUTORA em DESIGN Pontífice Universidade Católica do Rio de Janeiro PUC/RIO. MESTRE em Engenharia de Produção Universidade Federal de Santa Catarina UFSC. Especialista em Moda Universidade do Estado de Santa Catarina UDESC. Especialista em Atuação para Docente em Nível Superior Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Licenciada em Geografia - Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Professora Efetiva da Universidade do Estado de Santa Catarina UDESC. Área de atuação - Tecnologia do Vestuário Ergonomia, Modelagem do Vestuário e Processos Produtivos; Gestão do Conhecimento e Aprendizagem Organizacional.
icleiasilveira@gmail.com

Silene Seibel, Graduação em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal de Santa Catarina, mestrado em Pedagogia do Ensino Profissional (Internationale Berufspädagogik) na Alemanha pela Universität Kassel e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004). Especialização em Competências para a Liderança no International Institute for Management Development IMD - Suíça (1997). Professora da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, na área de Administração de Sistemas Produtivos, Manufatura Enxuta, Planejamento e Controle da Produção e Logística Interna e Estudo de Tempos e Métodos. Desde 1997 é pesquisadora associada ao Laboratório de Simulação e Sistemas de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina . Lecionou em Pós-Graduação em várias universidades. Experiência executiva em administração da produção industrial. Coordenou estudos de competitividade industrial na FIESC. Participou de estudos internacionais em cooperação com o Deutsche Institut fuer Entwicklung de Berlin e Universidade de Sussex na Inglaterra. Atua na pesquisa e extensão em Administração de Sistemas Produtivos, Estratégia e Organização, Manufatura Enxuta e Planejamento e Controle da Produção.
silene@silene.com.br