

INFORMURAL

Vanda Ferreira dos Santos, CRB-1/1409*

Resumo: Apresentação do Informural, mural de informações, abordando o dia-a-dia das empresas, objetivando o desenvolvimento das pessoas através de informações práticas que podem ajudar na conquista do sucesso pessoal e profissional.

Palavras-chave: produto de informação; serviço de Informação; educação.

INTRODUÇÃO

O mundo está em constante mudança a uma velocidade assustadora, especialmente no campo da informação, graças às tecnologias disponíveis que transpõem fronteiras e encurtam distâncias entre povos e culturas.

Neste cenário, empresários e outros profissionais deparam-se com a avalanche de informações e com a falta de tempo e meios para acessá-las e processá-las, na busca do aprimoramento profissional e conquista do conhecimento, aqui entendido como coloca Barreto (1999): “organização em estruturas mentais por meio das quais o sujeito assimila o meio (informação)”.

O desenvolvimento, tanto pessoal como organizacional, depende da ambiência do saber. Hoje, sabe-se que vão sobreviver apenas organizações abertas à aprendizagem. Assim, para instrumentar este

trabalho, usaremos o conceito de informação como sendo: “conjuntos significantes com a competência e a intenção de gerar conhecimento no indivíduo, em seu grupo, ou a sociedade”.

O funcionário bem informado desenvolve consciência crítica, se torna mais participativo e criativo, podendo assim influenciar no processo competitivo da organização. Com este entendimento, o Sebrae/MT, através do seu Centro de Documentação e Informação - CDI criou o Informural, mural de informações, disponibilizado às empresas, abrangendo temas relacionados ao comportamento humano nas áreas de venda, atendimento, marketing, economia, qualidade, saúde, relacionamento-interpessoal, entre outros, adequados ao dia-a-dia das empresas. Tendo como objetivo precípuo promover o desenvolvimento do indivíduo através da democratização do acesso à informação em todos os níveis da empresa.

1. HISTÓRICO

O Informural surgiu da experiência interna em disseminar informações para os técnicos e também do *benchmarking* de um mural mantido pela Assessoria de Comunicação, com informações, dicas, utilidade pública, etc., utilizado para fomentar a comunicação interna no Sebrae/MT. Foram considerados todos os resultados obtidos e otimizados alguns processos para idealização do novo produto.

Sua formatação teve o envolvimento de jornalistas, programadores visuais, literatos, administradores, economistas e contadores. Houve também a importante participação da Assessoria de Marketing e de um consultor especializado na área financeira, responsáveis pelo estudo de viabilidade do produto do ponto de vista financeiro e mercadológico. Em

* Bibliotecária autônoma, presta consultoria em Bibliotecas e Centros de Documentação. Ex-responsável pelo Centro de Documentação e Informação do SEBRAE/MT. E-mail: santos_vanda@hotmail.com

um mês de lançamento, em 1998, o Informural conseguiu superar as metas de vendas previstas para os três primeiros meses.

Hoje conta com aproximadamente 400 assinantes, abrangendo o Estado de Mato Grosso e outros estados do país, tais como: São Paulo, Minas Gerais e Goiás.

2. ELABORAÇÃO

Para a elaboração do Informural, trabalhou-se com o conceito de agregar valor à informação no estágio de transferência para o cliente, conforme Barreto (1995), o valor agregado assume, características qualitativas, pois a intenção é compatibilizar a qualidade da informação. Nesse caso a informação é contextualizada para instigar uma possível geração de conhecimento. Aqui, o valor adicionado destina-se a respeitar as limitações contextuais em termos cognitivos, culturais, sociais, econômicos, utilizando, ainda um código que seja simbolicamente significativa para os leitores e seja acessível ao espaço social e as pessoas que nele habitam. A agregação de valor, então se dá ao nível da mensagem.

Dentro do exposto acima, o grande diferencial do Informural, tornou-se sua formatação que permite atrair a atenção e o interesse das pessoas, não apenas pelo seu conteúdo, mas pelos recursos ilustrativos empregados em cada edição. Com isso o Informural tem sido um meio de comunicação de caráter público, entre as pessoas que transitam pelos locais onde ele é afixado.

Conceito: Concebido a partir do serviço de seleção e fornecimento de artigos veiculados nos meios de comunicação impressos (jornais, revistas, boletins, informativos, etc.) e eletrônicos (publicações via Internet) mediante autorização.

Periodicidade: quinzenal

Formato: banner de 1.06m x 0,86 cm.

Comercialização: assinatura anual

4. ESTRUTURA

Todo o processamento do produto, desde a seleção dos artigos até o envio para impressão e suas posteriores correções, é coordenado por um bibliotecário.

Conta-se com um corpo técnico administrativo (envolvendo profissionais da área de Administração) para controle financeiro e de envio para impressão, acabamento e entrega. Conta-se ainda, com um profissional com formação na área de Comunicação, para o desenvolvimento do imaginário do produto.

5. CUSTOS

A apuração dos custos do produto foi baseada no levantamento dos gastos diretos e indiretos envolvidos no processo.

TABELA DE APURAÇÃO

1. CUSTO DIRETO

1.1 Pessoal (custos calculados em horas técnicas. Para conhecermos o custo unitário da hora de um técnico ou estagiário, apuramos os valores mensais de salários + encargos sociais + benefícios + outros (se houver) e dividimos pelo número de horas técnicas trabalhadas no mês);

1.2 Outros (custos dos demais serviços não enquadrados nos itens anteriores);

2. CUSTO INDIRETO

2.1 Taxa de administração (compreende os itens abaixo discriminados. Seu cálculo é feito com base num percentual de 30% do custo total - margem estabelecida pelo SEBRAE/MT):

2.1.1 Material de consumo (despesas com todo material envolvido na produção e distribuição dos produtos);

2.1.2 Comunicação (despesas com remessa do produto, através dos Correios e Telégrafos para cidades do interior de Mato Grosso e outros estados);

2.1.3 Serviços de terceiros (total de custos com os itens: gráfica, serviços de entrega – Moto Boy – para a cidade de Cuiabá e Várzea Grande)

2.1.4 Outros (custos dos demais serviços não enquadrados nos itens anteriores).

6. CONCLUSÃO

Consideramos que a construção da cidadania ou de práticas de cidadania, passa necessariamente pela questão do acesso e uso de informação.

Portanto, acreditamos que o Informural seja um instrumento simples e eficaz, cujo papel é oferecer informação, possibilitando o desenvolvimento da capacidade intelectual e profissional do leitor, levando-o a integrar-se e interagir com o meio que o cerca, para que possa refletir criticamente sobre suas atitudes e contexto em que vive.

Esperamos que este artigo possa representar uma nova perspectiva e estimular a criação de outros produtos na área de informação, capazes de abrir novos caminhos e desafios para os colegas de profissão.

ABSTRACT: An introduction to informural, a panel filled with information catered to the daily life of companies. Its purpose is to help the development of employees through practical information allowing them to achieve their personal and professional success.

Keywords: information product; information service; education.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Aldo de Albuquerque. Valor agregado à informação: aspectos conceituais. In: *Seminário Internacional Valor Agregado à Informação*. Rio de Janeiro, CIET, 1995.

_____. A oferta e a demanda da informação: condições técnicas, econômicas e políticas. *Ciência da Informação*, Brasília, v.28, n.2, p.149-154, maio/jun. 1999.

ALVES FILHO, Antonio, SALM, José Francisco. A Formação da estratégia pela aprendizagem organizacional. *Revista de Ciência da Administração*, v. 2, n.3, p.7-16, abr. 2000.

FONTANA, Alessandra. Aprendendo a aprender. *Você S.A.* São Paulo, v. 3, n. 23, p.74-77, maio. 2000.

FUNCIONAMIENTO de un servicio de información comercial: manual para los países en desarrollo. Ginebra: Centro de Comercio Internacional UNCTAD-GATT, 1975. 169 p.

GESTÃO de unidades de informação: manual. Curitiba: Tecpar; Brasília: IBICT, 1997. 257 p.

MORENO, Luis Carlos. Do treinamento à aprendizagem. *Revista T&D*, v.8, n. 86, p. 20-21, fev. 2000.