



## A FORMAÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS PARA O PROTAGONISMO SOCIAL: ENTRELACES DA GESTÃO DA INFORMAÇÃO E A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO

**Dâmaris Queila Paredes Oliveira Domiciano**

Mestre em Políticas Públicas, Gestão e Avaliação da Educação Superior pela Universidade Federal da Paraíba, Brasil. Secretária Executiva do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

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

**Lucilene Klenia Rodrigues Bandeira**

Doutora em Administração Estratégica pela *Université Pierre Mendès France*, França. Professora da Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

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

**Raquel do Rosário Santos**

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba, Brasil. Professora da Universidade Federal da Bahia, Brasil.

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

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo evidenciar as práticas voltadas à formação empreendedora de mulheres e como essas ações favorecem o alcance do protagonismo social, a partir de uma análise dos arcabouços teóricos da gestão da informação e da mediação da informação. Para tanto, foram investigadas duas Organizações Não-Governamentais (ONG) gerenciadas por mulheres empreendedoras, enfatizando o alcance do protagonismo social. Quanto à metodologia, a pesquisa se caracteriza como descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Para o processo de coleta de dados foi aplicado um questionário com as gestoras das instituições Be. Labs Aceleradora e a ONG Aliança Bayeux Franco-Brasileira (ABFB). Os resultados evidenciaram que, as mulheres que concluíram as atividades formativas ofertadas nas instituições supracitadas, tornaram-se empreendedoras, mudando de vida e gerando impactos econômicos locais, portanto, alcançando uma postura protagonista. As gestoras participantes atuam como gestoras da informação, considerando a relevância da comunicação e interação com os sujeitos no âmbito das instituições, a fim de alcançarem os objetivos organizacionais.

**Palavras-chave:** Gestão da informação. Mediação da informação. Empreendedorismo. Protagonismo - Mulheres.

### **TRAINING WOMEN ENTREPRENEURS FOR SOCIAL PROTAGONISM: MANAGEMENT WEAVES AND INFORMATION MEDIATION**

### **Abstract**

*This work aims to highlight the practices intended at the entrepreneurial training of women to achieve social protagonism, from an analysis of the theoretical frameworks of information management and mediation, through studies of Information Management and Mediation of Information. To this end, two Non-Governmental Organizations (NGOs) managed by women entrepreneurs were investigated, emphasizing social protagonism. The methodology was descriptive with a qualitative and quantitative research approach. For the data collection process, a questionnaire was applied with the managers of the institutions Be. Labs Aceleradora and the NGO Aliança Bayeux Franco-Brasileira (ABFB). The results showed that women who completed the training activities*

Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 11, n. 3, p. 239-251, set./dez. 2021.

DOI: <https://dx.doi.org/10.22478/ufpb.2236-417X.2021v11n3.61592>

<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc>. ISSN: 2236-417X. Publicação sob Licença 

*offered in the aforementioned institutions became entrepreneurs, changing their lives and generating local economic impacts, thus achieving a leading position. The participating managers act as information managers, considering the relevance of communication and interaction with subjects within institutions, in order to achieve organizational goals.*

**Keywords:** Information management. Mediation of Information. Entrepreneurship. Protagonism-women.

## 1 INTRODUÇÃO

Desde o ano de 2020, em todo o mundo, as intensas mudanças enfrentadas pelo cenário pandêmico tiveram um efeito devastador na vida dos indivíduos. A incerteza passou a fazer parte da rotina, as pessoas começaram a ficar em casa e o distanciamento social deixou de ser uma opção e passou a ser uma obrigação, para conter a pandemia da Covid-19 e preservar a vida. Dessa forma, as pessoas tiveram que se reinventar e foram obrigadas a se familiarizar com a tecnologia de informação e comunicação e intensificar o uso de tais recursos tecnológicos, a fim de poderem estudar, trabalhar e interagir com os demais sujeitos, sem sair de casa. Assim, as pessoas tiveram de se reinventar, articulando meios de comunicação e de desenvolvimento para continuidade de suas atividades profissionais e acadêmicas.

Por sua vez, as organizações adotaram diversos canais de comunicação, muitas delas não tiveram tempo de se preparar, nem tampouco houve um padrão a ser seguido, as mudanças aconteceram de forma abrupta e todos os sujeitos organizacionais tiveram que se adaptar. Nesse contexto, tornaram-se cada vez mais comuns as reuniões online, os grupos de trabalhos em aplicativos de mensagens e o *home office* passou a ser uma realidade para muitos.

O gerenciamento de inúmeros recursos informacionais e a alta demanda na disseminação da informação em diversos canais, intensificaram a preocupação com a confiabilidade da informação veiculada nas organizações. Assim, a gestão da informação passou a ter um papel fundamental para atingir os objetivos organizacionais em meio a tantas incertezas e mudanças.

Ao entrelaçar a gestão da informação e a mediação da informação, evidencia-se o protagonismo social que pode ser capaz de alcançar diferentes sujeitos envolvidos numa determinada ação. O protagonismo social possibilita a descoberta e/ou ênfase do agir coletivo, da certeza de poder mudar as coisas, exercendo um papel ativo e relevante na sociedade. Destarte, entende-se que o empoderamento de mulheres associado à intervenção pode gerar o desenvolvimento de dimensões do protagonismo social

Diante desse contexto, questiona-se: como as práticas voltadas à formação de mulheres vêm apoiando uma atuação empreendedora e o alcance de uma postura protagonista? Para responder a esse questionamento, fundamentou-se nos estudos teóricos da gestão da informação e da mediação da informação. Como também nas práticas voltadas à formação empreendedora de mulheres em duas Organizações Não-Governamentais (ONG), gerenciadas por mulheres empreendedoras, a saber: ONG Be. Labs aceleradora e a ONG Aliança Bayeux Franco-Brasileira (ABFB).

Quanto à metodologia, a pesquisa se caracteriza como descritiva, tendo como método o estudo de casos, permitindo através dos dados obtidos na pesquisa o entendimento da realidade vivenciada pelas participantes do estudo, ao evidenciar o processo de construção de uma conduta de protagonismo social. Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário online com as gestoras das instituições supracitadas.

A próxima seção apresenta um entrelaçamento da gestão da informação - a partir das reflexões de Blattmann e Rodrigues (2014), Souza e Duarte (2011) - com a mediação da informação, segundo a base conceitual defendida por Almeida Júnior (2015). Na seção da trajetória metodológica são apresentados os métodos e os procedimentos utilizados na pesquisa para o alcance do objetivo traçado. Encontra-se na apresentação e análise dos resultados, dados que revelam o processo formativo de mulheres empreendedoras e indícios de uma postura protagonista por parte delas. Por

fim, são apresentadas reflexões que foram alcançadas a partir dos resultados, ancorados na fundamentação teórica.

## 2 ENTRELAÇAMENTO DA GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DA MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO

O momento de incertezas, oriundo da pandemia da Covid-19, intensificou os avanços tecnológicos em diversas áreas do conhecimento e impactou o processo de produção e disseminação da informação. Por isso, é fundamental identificar as fontes de informação. Em outras palavras, “[...] tudo o que gera ou veicula informação.” (BLATTMANN; RODRIGUES, 2014, p. 10). As organizações precisaram gerenciar seus recursos informacionais, por meio de diversos canais de comunicação, de maneira abrupta e muitas vezes sem seguir um padrão. Pode-se fazer referência ao uso de aplicativos de mensagens, que além de gerar um imediatismo na resposta, também criam dificuldades em recuperar a informação e até mesmo favorecem a insegurança quanto à confiabilidade da informação.

Dessa maneira, é importante saber identificar as informações relevantes ao contexto organizacional, sem correr o risco de se “afogar” no volume atual de informação que está sendo produzida. Assim, a gestão da informação é uma ação de alta importância para atingir os objetivos organizacionais, apesar de tantos desafios. A gestão da informação é “[...] o estudo dos processos informacionais, do modo como a informação pode ser organizada, armazenada, recuperada e utilizada para a tomada de decisões e para a construção do conhecimento.” (SOUZA; DUARTE, 2011, p. 162). O processo de gestão da informação tem forte relação com os processos organizacionais, seguem alguns exemplos das etapas da gestão da informação no Quadro 1:

**Quadro 1** - Etapas da gestão da informação

Modelo proposto por Choo (2003) etapas:	Modelo proposto por Davenport (1998) etapas:	Modelo proposto por McGee e Prusak (1994) etapas:
Identificação das necessidades de informação	Determinação de exigências de informação	Identificação de necessidades e requisitos de informação
Aquisição de informação	Obtenção de informação	Aquisição e coleta de informação
Organização e armazenamento da informação	Distribuição da informação	Classificação, armazenamento, tratamento e apresentação da informação
Desenvolvimento de produtos informacionais e serviços	Utilização da informação	Desenvolvimento de produtos e serviços de informação
Distribuição da informação		Distribuição e disseminação da informação
Uso da informação		Análise e uso da informação

Fonte: Souza e Duarte (2011, p. 156)

Conforme análise do Quadro 1, a partir dos modelos defendidos por Choo (2003), Prusak (1994) e Davenport (1998), pode-se afirmar que a gestão da informação articula estratégias que tornam efetivas as atividades de identificar, adquirir, organizar, disseminar e utilizar a informação organizacional, como também exterior ao seu contexto. Ainda segundo Davenport (1998, p.173), a gestão da informação pode ser compreendida como “[...] um conjunto estruturado de atividades que incluem o modo como as empresas obtêm, distribuem e usam a informação e o conhecimento.” Em uma organização é importante identificar como esse processo ocorre internamente e propor um uso sistemático da gestão da informação, sobretudo no cenário atual de isolamento social, *home office* ou de trabalho híbrido.

Nesta comunicação propõe-se refletir, estudar e desenvolver práticas de gestão da informação a partir dos fundamentos e concepções da mediação da informação. Compreender a mediação da informação como fundamento da gestão da informação, é buscar uma atuação consciente que estabeleça um terreno propício à problematização de assuntos, como também a abertura de espaços dialógicos nos quais os sujeitos possam buscar, compartilhar e se apropriar de informações que os auxiliem no alcance do protagonismo social (GOMES, 2020). Assim, o gestor da informação, fundamento na concepção da mediação da informação, realiza suas práticas de maneira estratégica, consciente e ética, favorecendo a busca, seleção e apropriação da informação por parte dos sujeitos que atendam suas necessidades e expectativas informacionais.

Ao tratar sobre a mediação da informação, Almeida Júnior (2015, p. 15) a conceitua como:

[...] toda ação de interferência – realizada em um processo, por um profissional da informação e na ambiência de equipamentos informacionais –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; visando a apropriação de informação que satisfaça, parcialmente e de maneira momentânea, uma necessidade informacional, gerando conflitos e novas necessidades informacionais.

A partir da reflexão realizada por Almeida Júnior (2015), percebe-se que a mediação da informação tem por objetivo a apropriação da informação por parte dos sujeitos sociais. Para tanto, como assevera o autor, as ações são realizadas de maneira consciente ou inconsciente. Quando conscientes de sua responsabilidade, o profissional, neste contexto, o gestor, atua tendo uma reflexão clara e crítica sobre os objetivos de sua atividade e intenção, não apenas em uma perspectiva imediata, mas as implicações que suas práticas podem alcançar durante o processo. Dessa forma, a mediação da informação pode ser compreendida como toda e qualquer ação de interferência, que propicia o desenvolvimento do protagonismo social.

Se o gestor atuar na perspectiva da mediação consciente da informação poderá oportunizar a apropriação da informação pelos sujeitos, por meio de um ato criativo, crítico e humanizador, tendo em vista as singularidades de cada sujeito que reflete na pluralidade do ambiente que esse é vinculado. Nesse sentido, entende-se que as atividades de gestão da informação podem se fundamentar na concepção da mediação da informação, buscando uma atuação consciente por parte dos gestores e demais colaboradores, ao visar uma relação entre o profissional e o sujeito a que se destina a ação, tendo a intencionalidade de apoiar de maneira efetiva o sujeito.

Santos, Sousa e Almeida Júnior (2021, p. 347) ao tratarem da relação entre os sujeitos que participam da mediação da informação afirmam que

[...] no reconhecimento do usuário e no valor atribuído por ele, o profissional da informação também reconhece o valor de existir e de atuar no processo de mediação da informação. Isso contribui para que sua atuação não seja apenas profissional, mas também uma concepção de vida imbuída de convicção da relevância do seu papel nos contextos socioculturais.

Ainda segundo os autores, a mediação da informação, quando realizada de maneira consciente pode ser entendida como uma convicção de vida, não se limitando ao exercício profissional, mas movendo o sujeito por meio da atribuição do valor pragmático, quando os sujeitos respondem às demandas de seus múltiplos papéis sociais; valor afetivo, que envolve tanto a razão quanto o sentimento, que são indissociáveis, e valor simbólico, quando os sujeitos reconhecem e se sentem pertencentes aos dispositivos informacionais que transparecem fatos, acontecimentos e histórias de vida de sujeitos e grupos sociais. (SANTOS; SOUSA; ALMEIDA JÚNIOR, 2021).

Em conformidade com a defesa de Gomes (2020), entende-se que a mediação da informação fundamenta a Ciência da Informação, as práticas estudadas pelos pesquisadores (as) e desenvolvidas pelos agentes mediadores, entre elas a atuação dos gestores da informação. Dessa maneira, os gestores da informação fundamentados nas concepções da mediação da informação podem agir de maneira consciente, buscando atingir nas atividades de mediação da informação as dimensões defendidas por Gomes (2014; 2016, 2017; 2019), na busca pelo alcance do processo de apropriação da informação e do protagonismo social.

Nessa perspectiva, Gomes (2014; 2016, 2017; 2019) defende que a efetividade da mediação da informação é consequência da ação consciente que permite o alcance de cinco dimensões da mediação da informação: a dialógica, a estética, a formativa, a ética e a política. De acordo com a autora a dimensão dialógica é alcançada, no processo de mediação da informação, quando os mediadores realizam seu fazer, considerando a ação comunicativa que envolve a interação, a crítica e a criatividade para o compartilhamento de informações e conhecimentos. Dessa maneira, o gestor da informação, fundamentado na mediação da informação, considera a relevância da comunicação e interação com os sujeitos, favorecendo que esses interajam e compartilhem informações e conhecimentos, o que confere prazer aos sujeitos que vivenciam a beleza de realizar as ações e alcançar a dimensão estética.

Segundo Gomes (2014; 2016, 2017; 2019) a dimensão estética envolve a satisfação do sujeito quanto à descoberta e percepção da própria transformação quanto a causada pela sua interferência no processo informacional. Dessa maneira, ao relacionar-se com o movimento que se estabelece no desenvolvimento cognitivo, essa dimensão se inter-relaciona com o processo de formação.

A dimensão formativa, de acordo com Gomes (2014; 2016, 2017; 2019) se caracteriza pelo desenvolvimento e aprimoramento de novas competências, baseadas na busca e apropriação de informações que auxiliam na formação dos sujeitos. Por se articular a necessidade de busca dos sujeitos, decorrente da autoavaliação ou exposição de suas necessidades e limitações, o gestor deve, em todo processo relacionado a sua atuação, buscar uma conduta ética, evitando a manipulação e a censura de informações.

Nesse sentido, Gomes (2014, p. 53) afirma que “As discussões em torno da ética se apresentam com maior força quando se admite que a mediação está ligada ao cuidar.” Assim, o gestor deve conduzir suas práticas, baseando-se na perspectiva da mediação da informação, que busca a inclusão de todo e qualquer sujeito, favorecendo a esse o acesso e condições para apropriação da informação que apoie a justiça e equidade social.

Diante do exposto, assevera a necessidade de estudos que busquem refletir, com base na fundamentação teórica da gestão da informação e da mediação da informação, sobre a formação empreendedora de sujeitos que favorece a ressignificação de suas vidas e o alcance do protagonismo social.

Na perspectiva da responsabilidade social do gestor, enquanto mediador da informação, existe também a tomada de consciência de sua condição de protagonista social.

Protagonistas assumem ações de liderança, se colocam contra obstáculos que representem ameaça ao coletivo, assumem embates pela construção de um mundo em favor do bem comum. Ser protagonista implica na tomada de posição de sujeito social ativo, que age e reage com e em relação ao outro (presente ou não na cena da ação). Enfim, o protagonista é aquele que age, que reage, que se ergue, que se coloca em relação aos interesses do coletivo (GOMES, 2019).

Ao assumir sua posição como protagonistas sociais, os gestores da informação atuarão de maneira proativa, entendendo a existência de barreiras socioculturais, mas, não se limitando as dificuldades impostas, antes buscam transformar sua realidade e a dos sujeitos, contribuindo para o surgimento de novos protagonistas sociais.

[...] o protagonismo implica uma dimensão existencial inextricável. Significa resistência, combate, enfrentamento de antagonismos produzidos pelo mundo físico e/ou social e que afeta a todos. Significa tomada de posição dianteira face a obstáculos que ameaçam a espécie (causados por pessoas, animais, circunstâncias, sentimentos, ideias, preconceitos etc.) (PERROTTI, 2017, p. 15).

No processo de gestão da informação, os profissionais que atuam nas diversas instituições socioculturais poderão atuar na perspectiva da alteridade, respeitando as diferenças entre os sujeitos, apoiando os sujeitos no enfrentamento de injustiças, se posicionarem de maneira crítica, consciente e humanizadora, como protagonista social. Dessa maneira, gestores da informação passam a ter um posicionamento crítico diante do mundo que o cerca, tomando uma posição proativa diante do que lhe é proposto, como um sujeito consciente que assume embates em favor do bem comum e age e reage em favor de um bem coletivo.

Diante do exposto, torna-se importante evidenciar práticas voltadas ao alcance do protagonismo social, por parte de mulheres empreendedoras, a partir de uma análise do arcabouço teórico da gestão e da mediação da informação.

### 3 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Esta investigação teve como objetivo evidenciar as práticas voltadas à formação empreendedora de mulheres e como essas ações favorecem o alcance do protagonismo social, a partir de uma análise dos arcabouços teóricos da gestão da informação e da mediação da informação. Para tanto, foram investigadas duas Organizações Não-Governamentais gerenciadas por mulheres empreendedoras, enfatizando o protagonismo social, a saber: a ONG Be. Labs Aceleradora, do município de João Pessoa e a ONG Aliança Bayeux Franco-Brasileira (ABFB), do município de Bayeux, ambas no estado da Paraíba.

A pesquisa realizada foi se configura como descritiva, uma vez que as pesquisadoras se detiveram na descrição das práticas desenvolvidas por mulheres empreendedoras voltadas à formação, visando o protagonismo social. Constituiu-se também em um estudo de casos, no qual as pesquisadoras aplicaram um questionário *online*, por meio do *Google Forms*, devido às restrições de segurança vigentes da Pandemia do Covid-19.

A Be. Labs trata-se de uma das primeiras aceleradoras exclusivas para mulheres no Brasil, dedicando-se à promoção da equidade de gênero e do poder econômico das mulheres, essa instituição fica localizada no município de João Pessoa, fundada desde 2019. O programa de aceleração da Be. Labs destina-se às mulheres empreendedoras, através de *workshops* virtuais exclusivos, desenvolvendo uma abordagem tripla no gerenciamento de preconceitos inconscientes. (BE. LABS, 2021).

A Aliança Bayeux Franco-Brasileira (ABFB), localizada no município de Bayeux, fundada em meados de 2014, tem como missão proporcionar condições e oportunidades que possibilitam o desenvolvimento social, cultural e educacional de crianças, adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade, gerando transformação social e garantia dos direitos humanos e de desenvolvimento de uma consciência ambiental. No âmbito cultural, a ABFB oferece oficinas de teatro, dança, iniciação musical e judô. No âmbito educacional, além das oficinas de inglês e francês, oferece ainda os cursos de preparação para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e cursos profissionalizantes, dentre eles: curso de gramática aplicada aos textos, gestão secretarial, empreendedorismo e plano de negócios, assistente administrativo, planejamento e organização de eventos e informática. O público-alvo da ONG abrange desde as crianças de sete anos até os idosos. Através de alguns parceiros, também promove cursos e palestras para mulheres vítimas de quaisquer tipos de violência.

Após a coleta de dados, realizada no âmbito das instituições supracitadas, foram realizados o tratamento e a organização dos resultados a partir da adoção das abordagens quantitativa e qualitativa, a fim de mensurar, como também interpretar os dados obtidos na pesquisa.

#### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS: A FORMAÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS PARA O PROTAGONISMO SOCIAL**

Nesta seção são apresentados os dados obtidos por meio da aplicação do questionário junto às gestoras da ONG Be. Labs e ABFB. Cabe ressaltar que ambas as participantes autorizaram o uso dos dados coletados para apresentação em comunicação científica.

A primeira seção do questionário teve por objetivo apresentar o perfil das participantes. A gestora da ABFB tem 60 anos de idade, enquanto a gestora da Be. Labs tem a idade de 24 anos. Ressalta-se a importância de se evidenciar a idade das participantes, principalmente no contexto pandêmico, pois, o cotidiano dos sujeitos foi alterado para uma utilização mais frequente dos recursos virtuais, em que a informação passou a ser excessivamente produzida, disponibilizada e disseminada em tais recursos. Dessa maneira, são apresentadas duas gestoras de gerações diferentes, ambas ocupando cargos de chefia, sendo a gestora da ABFB Diretora Presidente e a participante da Be. Labs Cofundadora e *Chief Creative Officer* – CCO (Diretora de Criação). A gestora da ABFB exerce essa função há 4 anos, mas já trabalha na ONG há sete anos e é psicóloga, enquanto a outra gestora ocupa a função e trabalha na ONG Be. Labs desde sua fundação, há três anos e é Engenheira Eletricista.

Quanto às informações sobre as instituições, foco da segunda seção do questionário, a ABFB existe há sete anos; seu público alvo são crianças, adolescentes, jovens e suas famílias e tem como missão da organização transformar a vida de pessoas por meio da educação e atividades solidárias para alcançar famílias vulneráveis com oportunidades socioeducacionais e a garantia dos direitos humanos. A ABFB possui como parceiros o Fórum de Bayeux, o Conselho Municipal da Criança e do Adolescente, a Prefeitura Municipal de Bayeux, a Universidade Federal da Paraíba – Campus IV, o Instituto Gerando Falcons, a Ambev e a Gilog Logística. Atualmente essa instituição, conta com 36 colaboradores das diversas áreas do conhecimento: pedagogos, psicóloga, psicopedagogo, assistente social, advogado, administrador de empresa, músicos, facilitadores com habilidade técnica em dança, teatro, judô e karatê.

A Be. Labs existe há três anos e seu público alvo são mulheres empreendedoras e as que intencionam empreender; gestores públicos e privados com foco em gênero; pesquisadores acadêmicos que trabalham com o tema e profissionais de mídia interessados na cobertura dos temas empreendedorismo, questões de gênero (empoderamento de mulheres, violência doméstica, geração de renda, políticas públicas, direitos humanos). A missão da Instituição é tornar a região referência em desenvolvimento sustentável, igualdade e equidade de gênero até 2030, também tem como propósito acelerar um futuro diverso, inclusivo e abundante através da promoção da equidade de gênero e do poder econômico das mulheres. A Be. Labs possui como instituições parceiras: *Explore SAP Next-Gen*; *Google Start-up*; Cabral, Ribeiro, Rangel & Figueiredo Advogados Associados (CRRF); *AWS Activate*; Baião Studio; *Perestroika*; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A instituição conta com 8 colaboradores, sendo das áreas de Direito; Administração; Design; Relações Internacionais; Engenharia Elétrica. A Be. Labs recebeu em 2021 o “Prêmio Ouro WEPs Brasil” (WEPs, sigla em inglês de *Women’s Empowerment Principles* - Princípios de Empoderamento das Mulheres) na modalidade empresa de pequeno porte, que tem como objetivo estimular a implantação de uma cultura de equidade de gênero nas organizações brasileiras e no ano de 2020 recebeu o Prêmio 2020 IEEE *Entrepreneurship Stars*, um prêmio destinado aos empreendimentos que promovem tecnologia, inovação e excelência para o benefício da humanidade.

Percebe-se que tanto a ABFB quanto a Be. Labs desenvolvem ações que contribuem para a ressignificação da vida dos sujeitos sociais, por meio do acesso e apropriação da informação, o que demanda a atuação consciente das gestoras para favorecer a adoção de recursos, tecnologias e metodologias, como também a realização de atividades que apoiem a formação dos sujeitos envolvidos e o alcance de uma postura protagonista que contribua para mudança de suas vidas e de seu contexto sociocultural. Assim, pode-se perceber indícios, por meio da missão de tais instituições, da busca por apoiar uma formação dos sujeitos que conduz para uma tomada de consciência e do alcance do protagonismo social, tal como defendido por Gomes (2020).

Por meio do instrumento de coleta de dados, também buscou-se evidenciar “A mulher em cargo de gestão como mediadora da informação”. Dessa maneira, foi questionado quais as características desenvolvidas pelas gestoras para atuação em seus cargos. As duas participantes responderam que desenvolveram a escuta sensível, o acolhimento, a interação, a conduta ética, a mediação de conflitos na rotina institucional e o enfrentamento quanto à manutenção dos serviços prestados pela instituição. Ambas participantes afirmaram que existem dificuldades enfrentadas no exercício profissional na instituição. A gestora da ABFB ponderou que as principais dificuldades são relacionadas a sustentabilidade financeira da ONG e a captação de voluntários capacitados, enquanto a gestora da Be.Labs elencou que o maior desafio é relacionado à comunicação e acrescentou *“como startup também enfrentamos problemas em relação a: dificuldade de escalar com programas de empreendedorismo feminino; formas complexas de monetização; gerenciamento de produto e projeto não alinhado; falta de treinamento específico em algumas áreas de desenvolvimento; ausência de um protótipo / MVP funcional; sustentabilidade financeira da organização, voluntários com mais capacidade técnica em habilidades e competências socioemocionais”*.

As participantes responderam que realizaram ação formativa para o desenvolvimento de suas atividades enquanto gestoras e se consideram agentes de mudança sociocultural e econômica. Ao perguntar sobre o porquê delas se sentirem agentes de mudanças, a gestora da ABFB respondeu: *“Porque nossas ações refletem diretamente nos impactos sociais e econômicos dos nossos beneficiários, estamos trabalhando com as ODS 1, 4 e 10”*. A gestora da Be. Labs respondeu que *“a existência da Be. Labs já se justificaria pelos números de iniquidade, ausência de oportunidades, impedimentos, violências ou enfrentamentos pelos quais as mulheres passam no cenário atual”*.

A partir da fala das respondentes, pode-se observar a relevância da formação que apoie o surgimento e o aprimoramento de novas competências, baseadas na busca e apropriação de informações, conduta a ser desenvolvida pelas gestoras e pelos colaboradores das instituições quanto pelos demais sujeitos aos quais a instituição destina suas atividades.

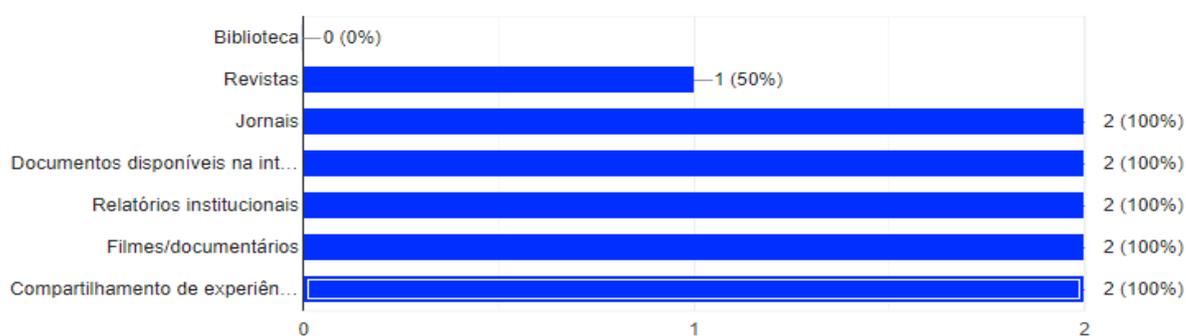
Destaca-se ainda a consciência por parte das gestoras quanto às suas interferências, por meio do exercício de suas atividades, no processo de ressignificação da vida dos sujeitos. Essa conduta, além de demonstrar uma atuação protagonista por parte dessas gestoras, pode também sinalizar que elas realizam suas práticas como uma convicção de vida, como tratam Santos, Sousa e Almeida Júnior (2021) ao refletirem sobre a mediação da informação. Assim, as gestoras devem conduzir suas práticas, baseando-se na perspectiva da mediação da informação, que busca a inclusão de todos os sujeitos, favorecendo a esses o acesso e as condições para apropriação da informação que apoie a justiça e equidade social.

Perguntado sobre qual seria a maior convicção ao realizar esse trabalho de gestão, a gestora da ABFB respondeu que é *“A certeza de que podemos lutar por mais igualdade social e pela garantia dos mínimos sociais e dos direitos humanos”*. A gestora da Be. Labs afirmou que é *“Manter um trabalho coerente, com boa prospecção financeira e alto impacto social”*. Percebe-se que as duas gestoras possuem no desenvolvimento de suas práticas um entendimento de uma conduta voltada para o coletivo, que favorece, por meio da informação, a formação consciente dos sujeitos, aspecto que ratifica a relevância da gestão da informação para a construção do conhecimento, como afirmam Souza e Duarte (2011).

Quanto à formação das participantes da pesquisa como gestoras da informação, foi perguntado quais os dispositivos de acesso à informação que são utilizados para realização de suas atividades. Conforme pode-se observar no Gráfico 1, a biblioteca não se apresenta como um dispositivo utilizado pelas gestoras, o que sinaliza a necessidade de atuação dos mediadores da informação, como bibliotecários, em ONG, tornando visíveis suas competências e possibilidades de apoio às práticas formativas.

Dessa maneira, essa interferência poderá ampliar o acesso e a apropriação dos dispositivos informacionais que são utilizados pelas gestoras, conforme o Gráfico 1, entretanto, que podem passar a ser utilizados na ambiência da biblioteca e por meio da mediação consciente do bibliotecário.

**Gráfico 1** – Dispositivos de acesso à informação utilizados pelas gestoras

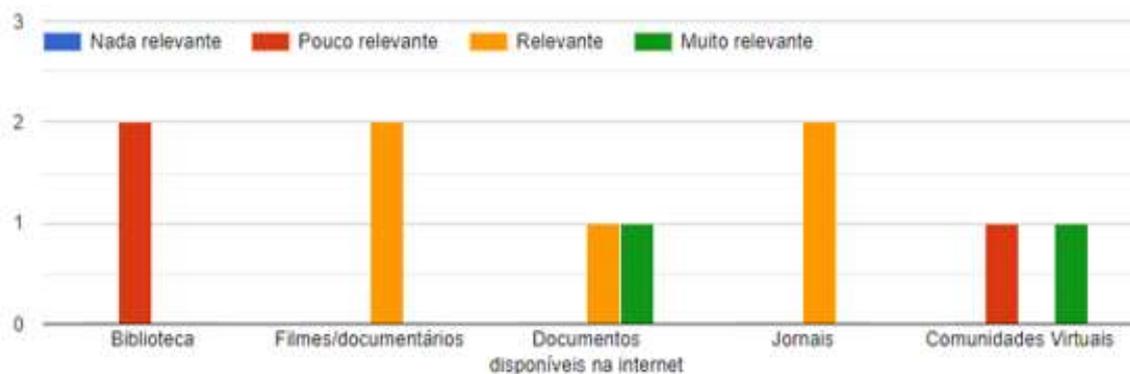


Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Ainda, conforme o Gráfico 1, pode-se observar que as participantes utilizam como dispositivos de acesso à informação: jornais, documentos disponíveis na internet, relatórios institucionais, filmes/documentários e compartilhamento de experiências. Apenas uma gestora utiliza a revista como meio de acesso à informação e nenhuma delas utiliza a biblioteca. Assim, percebe-se que essas gestoras possuem uma conduta informacional de busca constante por ampliar sua formação e uma percepção do uso dos dispositivos informacionais, o que favorece e propicia a gestão da informação.

Quando perguntado sobre a relevância dos dispositivos de informação para a tomada de decisão nas atividades gestoras na instituição foram obtidas as respostas representadas no Gráfico 2:

**Gráfico 2 – Relevância dos dispositivos de informação**

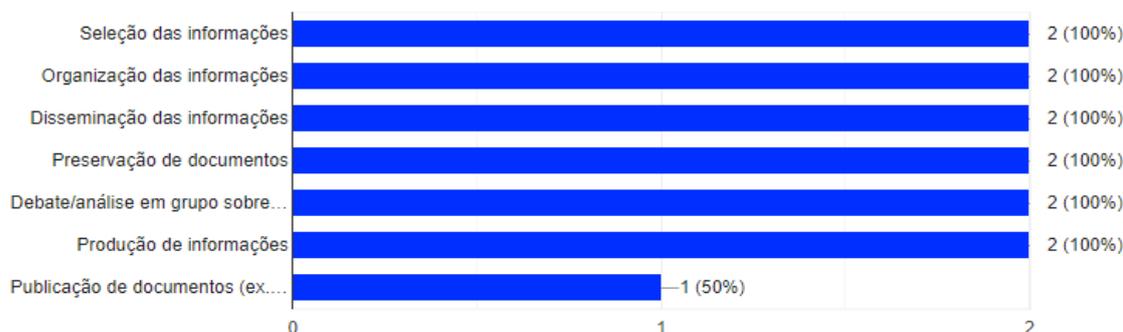


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

As participantes consideraram a biblioteca pouco relevante, enquanto os filmes/documentários e os jornais foram considerados relevantes. Esse dado ratifica a necessidade de atuação dos bibliotecários nesse contexto, de modo a evidenciar o papel social da biblioteca e a importância de atividades conscientes de mediação da informação que possam apoiar o acesso e a apropriação das informações e dos dispositivos informacionais indicados por essas gestoras.

Quanto aos tipos de atividades desenvolvidas nas instituições relacionadas à informação, percebe-se a necessidade de uma gestão consciente da informação, visto que todas as etapas dessa ação são realizadas.

**Gráfico 3 – Atividades relacionadas à informação nas instituições**



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Ainda conforme o Gráfico 3, pode-se observar que as participantes indicaram que realizam a seleção, organização, disseminação, preservação das informações, como também favorecem o debate em grupo e a produção de informações. Esse resultado sinaliza o cumprimento das etapas da gestão da informação conforme os modelos defendidos por Choo (2003), Prusak (1994) e Davenport (1998), citados por Souza e Duarte (2011), que ratificam a relevância da gestão da informação ao articular estratégias que podem tornar efetivas essas atividades para favorecer a construção de novos conhecimentos.

A última seção do questionário tratou das atividades desenvolvidas pelas Instituições, em que foi perguntado quais são as atividades formativas destinadas às mulheres que são realizadas nas

instituições e foram dadas opções de cursos, palestras, seminários e oficinas e poderiam marcar mais de uma opção. As participantes indicaram apenas os cursos como atividade formativa realizada. A ONG ABFB realiza cursos de qualificação sócio profissionais, por meio de projetos de extensão desenvolvidos pela Universidade Federal da Paraíba com professores e estudantes. Enquanto a Be. Labs realiza uma formação feita em forma de jornada, através de metodologias do Design alinhadas à vivência sueca, com o objetivo de “*desenvolver o negócio (liderado por mulher), o programa visa à mudança de mentalidade, seguindo as tendências atuais e as perspectivas futuras de acordo com o Fórum Econômico Mundial*”.

Ao perguntar sobre o perfil das mulheres que frequentam as instituições, a ABFB respondeu que são “*mulheres mantenedoras de suas famílias em situação de vulnerabilidade social*”, a Be. Labs respondeu com seguinte verso:

*“Mulher tem uma IDEIA e não sabe como tirá-la do papel.  
Mulher está INICIANDO uma jornada empreendedora e quer estruturar seu crescimento.  
Mulher que já tem um EMPREENDIMENTO e quer TURBINAR seu negócio.  
Para MULHERES EMPREENDEDORAS ou que querem empreender.”*

Dessa maneira, o processo de gestão da informação, fundamentado na mediação da informação, pode ampliar a conscientização quanto a respeitar as diferenças entre esses sujeitos, apoiando-os no enfrentamento de injustiças e a se posicionarem de maneira crítica e humanizadora, como protagonistas sociais. Dessa maneira, as gestoras da informação passam a ter um posicionamento crítico diante do mundo que o cerca, tomando uma posição proativa diante do que lhe é proposto, como um sujeito consciente que assume embates em favor do bem comum e age e reage em favor de um bem coletivo.

Quanto aos indícios e/ou alcance do protagonismo social, foi perguntado se na instituição existe algum tipo de acompanhamento das mulheres que participaram de alguma atividade desenvolvida pela instituição e ambas as participantes responderam que fazem relatório anual. Entretanto, a ONG ABFB afirmou que realiza pesquisas destinadas aos concluintes dos cursos/atividades e eventos comemorativos. Em todas as duas instituições houve a promoção do empreendedorismo social, ao fim dos cursos oferecidos, afirmando que houve mudança de vida para as mulheres beneficiadas. Nas duas instituições existem mulheres que foram estudantes dos cursos e que hoje passaram a integrar a equipe.

Foi pedido que cada uma das participantes avaliasse as atividades formativas realizadas, as duas participantes concordaram plenamente que houve um empoderamento e mudança pessoal das mulheres e que os cursos possibilitaram uma mudança de vida no desenvolvimento profissional dessas mulheres acolhidas. As mulheres beneficiadas por estas instituições podem dar palestras, a fim de alcançar outras mulheres. Apenas na ABFB essas mulheres voltaram à instituição e ministraram cursos e atividades, como também fazem divulgação da instituição. Nessa perspectiva, percebe-se a responsabilidade social das gestoras, enquanto mediadoras da informação, ao favorecerem a tomada de consciência dessas mulheres e o alcance de uma postura protagonista, conforme defende Gomes (2020). Ao assumirem sua posição como protagonistas sociais, as gestoras da informação atuam de maneira proativa, entendendo a existência de enfrentamento de barreiras socioculturais, não se limitando às dificuldades impostas, antes buscam transformar sua realidade e a dos sujeitos e contribuírem para o surgimento de novas protagonistas sociais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos resultados desta pesquisa sinaliza que a gestão da informação pode favorecer a efetividade dos processos informacionais, de modo a assegurar uma análise da forma como a

informação é tratada desde a sua seleção, armazenamento e utilização até a tomada de decisões na construção do conhecimento. Neste processo, as gestoras informacionais ao atuarem com diferentes indivíduos, poderão reconhecer as necessidades e expectativas informacionais desses e respeitar as diferenças, oferecendo apoio no enfrentamento das injustiças e atuando como protagonistas sociais. Assim, evidencia-se que as gestoras das instituições atuam e assumem uma postura a favor do bem comum, agindo pelo coletivo.

Por meio dessa investigação também foi possível constatar que a mediação da informação fundamenta as práticas sociais, entre elas a atuação das gestoras da informação, ao revelar uma postura que subsidia a formação e atuação protagonista de mulheres, entre outros membros de grupos sociais. Dessa maneira, as gestoras atuam em suas práticas para além do valor pragmático, alcançando os valores afetivos – considerando emoção e razão – e simbólicos, conforme defendem Santos, Sousa e Almeida Júnior (2021).

As instituições analisadas são gerenciadas por mulheres que auxiliam principalmente na formação de outras mulheres, oferecendo cursos, voltados sobretudo à sua formação profissional, oportunizando a essas mulheres o conhecimento de estratégias que podem auxiliar na conquista de seus próprios negócios e na obtenção de um emprego. Dessa maneira, através da trajetória investigativa constatou-se que as mulheres que participam das instituições, além de mudarem de vida, contribuem no desenvolvimento econômico local, promovendo o protagonismo social.

As gestoras das instituições atuam na perspectiva da mediação consciente da informação, por meio de um ato criativo, crítico e humanizador, considerando as singularidades de cada sujeito que reflete na pluralidade do ambiente que esse é vinculado. Nesse sentido, entende-se que as atividades de gestão da informação desenvolvidas podem se fundamentar na concepção da mediação da informação, buscando uma atuação consciente por parte das gestoras e demais colaboradores, ao visar uma relação entre o profissional e o sujeito a que se destina a ação, tendo a intencionalidade de apoiar de maneira efetiva o sujeito.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação: um conceito atualizado. In: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A.; SILVA, R. J. (org.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: 2015. p. 9-32.

BLATTMANN, Ursula; RODRIGUES, Charles. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p.4-29, jul./set. 2014.

DAVENPORT, Thomas. **Ecologia da informação**: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

GOMES, Henriette Ferreira. Mediação da informação e suas dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política: um fundamento da Ciência da Informação em favor do protagonismo social. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 30, n. 4, p. 01-23, out./dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/57047/32516>. Acesso em: 23 abr. 2021.

GOMES, Henriette Ferreira. Protagonismo social e mediação da informação. **Logeion: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, 2019. Disponível em: <http://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4644/4048>. Acesso em: 23 abr. 2021.

GOMES, Henriette F. Mediação da informação e protagonismo social: relações com vida ativa e ação comunicativa à luz de Hannah Arendt e Jürgen Habermas. In: GOMES, H. F.; NOVO, H. F. (Org.). **Informação e protagonismo social**. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 27-44.

GOMES, Henriette F. Comunicação e informação: relações dúbias, complexas e intrínsecas. In: MORIGI, Valdir; JACKS, Nilda; GOLIN, Cida (Orgs.). **Epistemologias, comunicação e informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. cap.5, p. 91-107. Disponível em: <https://informationethics.ca/index.php/irrie/article/view/393/425>. Acesso em: 12 mai. 2021.

GOMES, Henriette F. A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 46-59, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/19994>. Acesso em: 12 mai. 2021.

PERROTTI, Edmir. Sobre informação e protagonismo cultural. In: GOMES, Henriette Ferreira; NOVO, Hildenise Ferreira (Org.). **Informação e Protagonismo Social**. Salvador: EDUFBA, 2017. v. 1. cap. 2.

SANTOS, Raquel do Rosário; SOUSA, Ana Claudia Medeiros de; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Os valores pragmático, afetivo e simbólico no processo de mediação consciente da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 26, n. 1, p. 343 – 362, jan./mar. 2021. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/40808>. Acesso em: 23 abr. 2021.

SOUZA. Irma Gracielle; DUARTE, Emeide Nóbrega. Dimensões de um modelo de gestão da informação no campo da Ciência da Informação: uma revelação da produção científica do Enancib. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.7, n.1, mar. 2011. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3276>. Acesso em: 22 jul. 2021.

---

Recebido em/Received: 03/12/2021 | Aprovado em/Approved: 10/12/2021

---