



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

FELIPE GABRIEL GOMES DE MEDEIROS

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DO COMÉRCIO INFORMAL DE
TAPIOCA DA CIDADE DO RECIFE – PE: um diagnóstico visando à inovação
inclusiva**

Recife
2020

FELIPE GABRIEL GOMES DE MEDEIROS

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DO COMÉRCIO INFORMAL DE
TAPIOCA DA CIDADE DO RECIFE – PE: um diagnóstico visando à inovação
inclusiva**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de concentração: Informação, Memória e Tecnologia.

Orientadora: Profa. Dra. Nadi Helena Presser

Recife

2020

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

M488p Medeiros, Felipe Gabriel Gomes de
Práticas informacionais no contexto do comércio informal de tapioca da cidade do Recife – PE: um diagnóstico visando à inovação inclusiva / Felipe Gabriel Gomes de Medeiros. – Recife, 2020.
128f.: il.

Orientadora: Nadi Helena Presser.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2020.

Inclui referências e anexos.

1. Inovação Inclusiva. 2. Inclusão Social. 3. Economia Informal. 4. Práticas Informacionais. 5. Tapioca. I. Presser, Nadi Helena (Orientadora). II. Título.

020 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2020-24)

FELIPE GABRIEL GOMES DE MEDEIROS

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DO COMÉRCIO INFORMAL DE
TAPIOCA DA CIDADE DO RECIFE – PE: um diagnóstico visando à inovação
inclusiva**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: 24/01/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª D^{ra} Nadi Helena Presser (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Hélio Márcio Pajeú (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edvaldo Carvalho Alves (Examinador Externo)

Universidade Federal da Paraíba

AGRADECIMENTOS

Às forças que governam o universo, cujas denominações não me parecem tão importantes, por terem me permitido concluir essa jornada.

À minha família, pela torcida e estímulo, e especialmente à minha mãe, Lieudja, à minha irmã, Adriana, e ao meu pai, Júnior (*in memoriam*), por terem priorizado minha educação em meio a tantas dificuldades, pelo apoio e amor incondicionais.

Ao meu companheiro, Danilo, pela compreensão silenciosa e por ser porto seguro nos momentos mais difíceis.

Aos amigos e amigas que, mesmo diante do meu afastamento temporário, não mediram esforços para me apoiar.

Às tapioqueiras e aos tapioqueiros que contribuíram para a realização da pesquisa, pelo maravilhoso acolhimento.

À Associação das Tapioqueiras do Recife – Maria de Oliveira, em nome do seu Vice-presidente Pedro, pela inestimável contribuição.

A Mariana Rodrigues, pela transcrição das entrevistas.

A Philipe Araújo, pela irretocável revisão textual.

À Universidade Federal de Pernambuco, instituição fundamental para o desenvolvimento da educação no nosso estado e no nosso país.

Aos companheiros e às companheiras, discentes do PPGCI, que percorreram este caminho ao meu lado.

Aos Professores e Técnicos do Programa, por tanto cuidado e comprometimento.

À minha orientadora, Nadi Presser, pela aposta, pela confiança, pela cumplicidade e pela disponibilidade.

A todos e todas que continuam acreditando no papel da educação, da ciência e da tecnologia na transformação deste país.

Seguiremos lutando em defesa da educação pública, gratuita e universal!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

As vendedoras de bolos ou de tapiocas sentam-se em plena via pública, os transeuntes param também ali e formam grupos em palestra demorada, e a todos mal interrompe uma carroça puxada por escravos sob o chicote do feitor... Vêem-se com fartura cabras, porcos, cavalos, à sôlta. Um raro ônibus a muar dobra uma esquina. As pontes são de madeira. As varandas são de pau e quase não há rótulas nas janelas. Mas, depois, a cidade evoluiu: há pedras forrando o chão das ruas, há lampiões, são de ferro as pontes, passam bondes de burros, surgem berlindas e landaus, damas andam pelas calçadas, protegidas por sombrinhas, também varandas de metal, os bichos desaparecem, ficando apenas os cães, rareiam as negras de turbantes, e até a novidade da maxambomba, que leva tão depressa os passadores de festas a Apipucos ou Caxangá. (SETTE, 1952, n.p.)

RESUMO

A temática desta pesquisa é a inovação inclusiva, a criação de conhecimento, produtos e serviços para promover subsistência sustentável, oportunidades e geração de renda às pessoas em estado de maior necessidade. Além disso, seu referencial teórico discorre sobre a relação estabelecida entre os conceitos de trabalho, informalidade, informação e inclusão social, e apresenta um breve histórico dos estudos sobre sujeitos informacionais. O estudo mapeia os recursos de informação e as interações com e entre esses recursos utilizados pelas pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca da cidade do Recife – PE, na perspectiva de entender como essa comunidade desenvolve suas práticas de informação para inovar ou criar novos produtos ou serviços. Quanto aos seus objetivos, esta pesquisa é descritiva, e, quanto à abordagem do objeto, é qualitativa e quantitativa. A pesquisa insere-se no campo dos estudos de sujeitos informacionais da Ciência da Informação e sua coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário e de uma entrevista semiestruturada com nove tapioqueiras/os que atuam na cidade do Recife e a análise desses dados baseou-se na teoria dos horizontes informacionais de Sonnenwald. Os resultados encontrados apontam que as práticas informacionais das pessoas que atuam no comércio informal de tapioca visam ao atendimento de necessidades informacionais sobre produtos (preços, qualidade, rendimento, validade, variedade, goma, recheios, embalagens, equipamentos e instalações), sobre processos (armazenamento de matérias-primas, modos de produzir, saúde e segurança alimentar, armazenamento e exposição do produto acabado, venda, atendimento ao turista, divulgação), sobre o ambiente (normas, regulamentos, exigências legais, dinâmica das instituições do entorno, calendário de eventos, articulação e incidência política, políticas públicas, previdência) e sobre gestão (controle de finanças, receitas e despesas, custos fixos e variáveis, empreendedorismo). Com vistas ao atendimento dessas necessidades, as/os tapioqueiras/os acessam recursos informacionais humanos (familiares, amigos, clientes, fornecedores, outras/os tapioqueiras/os), tecnológicos digitais e analógicos (internet, livros, revistas, televisão, Whatsapp, Google, Youtube, Facebook, Instagram), institucionais (Prefeitura, Governo do Estado, Associação, SEBRAE), e outros recursos (Jesus), de modo que os humanos são os mais acessados, enquanto os institucionais parecem ter pouca relevância no cotidiano, com exceção da Associação; há ainda o registro da oração e da fé como forma de buscar informação. De modo geral, as/os tapioqueiras/os encontram-se satisfeitos com os processos de busca e uso da informação que têm operado, mas a atuação de intermediários de

informação pode contribuir para a ampliação de seu horizonte informacional e de seu potencial de inovação.

Palavras-chave: Inovação Inclusiva. Inclusão Social. Economia Informal. Práticas Informacionais. Tapioca.

ABSTRACT

The theme of this research is inclusive innovation, the creation of knowledge, products and services to promote sustainable livelihoods, opportunities and income generation for people in greatest need. In addition, its theoretical framework discusses the relationship established between the concepts of work, informality, information and social inclusion, and presents a brief history of informational subjects studies. The study maps the information resources and the interactions with and between these resources used by people working in the informal tapioca production and sale sector of Recife - PE, in order to understand how this community develops its information practices to innovate or create new products or services. As for its objectives, this research is descriptive, and the approach to the object is qualitative and quantitative. The research is inserted in the field of studies of informational subjects of Information Science and its data collection was performed through the application of a survey and a semi-structured interview with nine tapioqueiras/os who work in the city of Recife and the analysis of these data was based on Sonnenwald's theory of informational horizons. The results show that the information practices of people working in the informal tapioca trade aims to meet informational needs about products (prices, quality, yield, validity, variety, gum, fillings, packaging, equipment and facilities), about processes (storage of raw materials, ways of producing, health and food safety, storage and exposure of the finished product, sale, tourist service, disclosure), about the environment (norms, regulations, legal requirements, dynamics of the surrounding institutions, events, articulation and political impact, public policies, social security) and management (control of finances, revenues and expenses, fixed and variable costs, entrepreneurship). In order to meet these needs, tapioqueiras/os access human information resources (family, friends, customers, suppliers, other tapioqueiras), digital and analog technological (internet, books, magazines, television, Whatsapp, Google, Youtube, Facebook, Instagram), and institutional (City Hall, State Government, Association, SEBRAE), and other resources (Jesus), so that humans are the most accessed, while institutional ones seem to have little relevance in daily life, except for the Association; there is also the record of prayer and faith as a way of seeking information. In general, tapioqueiras/os are satisfied with the processes of information search and use they have been operating, but the act of information intermediaries can contribute to the broadening of their informational horizon and their potential for innovation.

Keywords: Inclusive Innovation. Social Inclusion. Informal Economy. Informational Practices. Tapioca.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Tapioqueira Manipula Goma da Tapioca	16
Figura 2 – Tapioqueira no Entorno do Parque da Jaqueira	17
Figura 3 – Tapioqueiras Reunidas no Alto da Sé	18
Gráfico 1 – Trabalhadores em serviços ambulantes de alimentação (em milhares, no 3º trimestre de cada ano)	19
Figura 4 – Configuração Informal <i>versus</i> Economia Informal	35
Figura 5 – A Dimensão Informacional da Exclusão Social	45
Quadro 1 – Historiografia do Grupo de Pesquisa EPIC (2008-2017)	64
Quadro 2 – Categorias de análise pré-estabelecidas, questões orientadoras da entrevista e pontos para análise	73
Gráfico 2 – Nível de escolaridade	75
Gráfico 3 – Renda familiar mensal (em azul) <i>versus</i> renda obtida com a venda da tapioca (em laranja) em SM	77
Gráfico 4 – Tempo de atuação na venda de tapioca <i>versus</i> idade (anos)	79
Gráfico 5 – Jornada de trabalho diária (em horas)	80
Quadro 3 – Características da inovação no setor informal	85
Quadro 4 – Necessidades de informação	86
Figura 6 – Categorias das Necessidades Informacionais das/os Tapioqueiras/os	90
Figura 7 – Esboço do Horizonte Informacional - T01	92
Figura 8 – Esboço do Horizonte Informacional - T02	93
Figura 9 – Esboço do Horizonte Informacional - T03	94
Figura 10 – Esboço do Horizonte Informacional - T05	95
Figura 11 – Esboço do Horizonte Informacional - T06	96
Figura 12 – Esboço do Horizonte Informacional - T07	97
Figura 13 – Esboço do Horizonte Informacional - T08	97
Figura 14 – Esboço do Horizonte Informacional - T09	98
Quadro 5 – Recursos informacionais utilizados	99
Figura 15 – Matriz Gráfica dos Horizontes Informacionais Das/os Entrevistadas/os	101
Quadro 6 – Percepção dos sujeitos informacionais	104

LISTA DE SIGLAS

ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
AT-9	<i>L'Archétype-Test à 9 éléments</i>
BH	Belo Horizonte
CAAE	Certificado de Apresentação para Apreciação Ética
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEASA	Centro de Abastecimento e Logística de Pernambuco
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
CI	Ciência da Informação
CTI	Ciência, Tecnologia e Inovação
CPqRR	Centro de Pesquisas René Rachou
ELIS	Everyday Life Information Seeking
EPIC	Estudos em Práticas Informacionais e Cultura
ETCO	Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
GIPB	Grupo Integrado de Pesquisas em Biomarcadores
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OIT	Organização Internacional do Trabalho
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PE	Pernambuco
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PPGCI	Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação
PSB	Partido Socialista Brasileiro
RMBH	Rede Municipal de Belo Horizonte
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SM	Salário mínimo
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação
TV	Televisão
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais

SUMÁRIO

1	DA COZINHA E DAS RUAS: UMA INTRODUÇÃO	14
1.1	CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA	22
1.2	OBJETIVOS	22
1.3	JUSTIFICATIVA	23
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	25
2	DOS INGREDIENTES: REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1	TRABALHO, INFORMALIDADE E CIDADANIA	26
2.1.1	História social do trabalho	27
2.1.2	Informalidade: história e concepções teóricas	32
2.1.3	(Sub)Cidadania e Informalidade no Brasil Contemporâneo.....	36
2.2	INFORMAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL: PERSPECTIVAS POSSÍVEIS.....	38
2.2.1	O que Compreendemos por Informação?	38
2.2.2	Inclusão e Exclusão social: Aspectos Gerais	40
2.2.3	A Dimensão Informacional da Exclusão Social	42
2.2.4	Trajetórias Possíveis para Atuação de Intermediários de Informação na Promoção da Inclusão Social	46
2.3	INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO INCLUSIVA COMO ESTRATÉGIA DE INCLUSÃO SOCIAL.....	49
2.3.1	Conceito e Tipologia da Inovação Inclusiva	49
2.3.2	Características da Inovação Inclusiva em Ambientes de Negócios Informais	52
2.3.3	Informação e Inovação Inclusiva em Ambientes de Negócios Informais	58
2.4	ESTUDOS DE SUJEITOS INFORMACIONAIS: BREVE HISTÓRICO.....	60
2.4.1	Abordagem Tradicional e os Estudos de Uso.....	61
2.4.2	Abordagem Alternativa e os Estudos de Comportamento	62
2.4.3	Abordagem Social e os Estudos de Práticas	63
3	DO MODO DE FAZER: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	70
3.1	CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA	70
3.2	COLETA DE INFORMAÇÕES E EVIDÊNCIAS	71
3.3	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DA PESQUISA	72
4	DA DEGUSTAÇÃO: RESULTADOS E DISCUSSÕES	75
4.1	QUEM SÃO AS/OS ENTREVISTADAS/OS E COMO TRABALHAM.....	75

4.2	CARACTERÍSTICAS DA INOVAÇÃO NO SETOR INFORMAL DE PRODUÇÃO E VENDA DA TAPIOCA.....	81
4.3	NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO DAS/OS TAPIOQUEIRAS/OS	86
4.4	RECURSOS INFORMACIONAIS	91
4.5	PERCEPÇÃO DOS SUJEITOS INFORMACIONAIS.....	102
5	DA ÚLTIMA MORDIDA: CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
	REFERÊNCIAS.....	109
	ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO....	122
	ANEXO B - QUESTIONÁRIO	124

1 DA COZINHA E DAS RUAS: UMA INTRODUÇÃO

O ato de se alimentar, ainda que atenda a uma necessidade básica e biológica, o consumo de nutrientes necessários ao metabolismo, está carregado de aspectos culturais, afetivos e contextuais, que são característicos de um grupo populacional, de uma região ou de um período determinados. A comida é compreendida, portanto, como expressão cultural e identitária de um povo, correspondendo a importante elemento de caracterização e coesão social entre os indivíduos. A produção dos alimentos, desde o cultivo de vegetais e da pecuária, reflete a forma como nos relacionamos e manipulamos a natureza, e como nos constituímos enquanto seres humanos e sociedade.

Pertile (2013) aponta que a relevância cultural da comida é reconhecida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, que empreende esforços para registrar “saberes e fazeres atrelados a alguns alimentos como patrimônio imaterial nacional, pela necessidade de resgatar modos de fazer, ingredientes tradicionais, assim como rituais de preparo, para que os mesmos continuem vivos e praticados nos cotidianos das comunidades” (PERTILE, 2013, p. 302). Isso reforça a ideia de que, do ponto de vista humano, não só importam os nutrientes que um determinado alimento contém, mas os valores, os saberes e os afetos que sua produção e consumo envolvem. Comer seria um ato ligado ao abastecimento do corpo, mas também um ato de dimensões emocionais, culturais, identitárias, e até espirituais e religiosas.

Nesse contexto, entre as relações estabelecidas com a comida e com o comer, o espaço em que a comida é preparada e consumida constitui categoria amplamente difundida entre a população, que distingue o “comer em casa” do “comer na rua” (COLLAÇO, 2003), com todas as implicações que cada uma dessas categorias possui. O ato de reunir-se para comer ou reunir-se à mesa, a chamada comensalidade, constitui estratégia de socialização no âmbito familiar e de convivência mais estreita desde os primórdios da humanidade, quando o ser humano abandonou o nomadismo e passou a cultivar seus próprios alimentos, atravessando as civilizações e representando até hoje um elo de ligação, celebração e proximidade entre os indivíduos.

Com a ascensão do capitalismo durante o século XVIII e a consequente urbanização e expansão das cidades, com mudanças também na rotina de indivíduos que passaram a conviver mais tempo fora de casa, o comer na rua tornou-se uma necessidade e um hábito cada vez mais presente na vida cotidiana, especialmente das grandes cidades. De todo modo, ainda hoje, o

comer em casa está associado à segurança, à vida privada e à higiene, enquanto o comer na rua costuma estar relacionado ao risco, à aventura e à insegurança (PERTILE, 2013).

Uma vez que o tempo se torna um recurso cada vez mais escasso, a despeito dos riscos a que a comida de rua possa estar associada, comer em restaurantes, quiosques, bodegas e barracas constitui alternativa acessível, de baixo custo, e de valor nutricional relevante para milhões de trabalhadores que desempenham suas atividades cada vez mais longe de suas residências e para quem é inviável realizar suas refeições em casa. Nesse cenário, o comércio de alimentos prontos para consumo, seja aqueles produzidos por empresas formais ou por trabalhadores informais, representa atividade econômica característica das grandes cidades, com demanda relativamente regular e responsável por garantir o sustento de parcela significativa da população.

Neste trabalho, nos deteremos especificamente na parcela informal desse mercado, ou sobre o chamado setor informal de alimentos, que, para a Fundação das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO, 2003, n.p., tradução nossa), pode ser definido como “incluindo pequenos produtores, empreendimentos industriais, comerciantes e prestadores de serviços, envolvidos em atividades legais assim como em atividades não reconhecidas relacionadas com a alimentação”. Ainda neste sentido, a mesma instituição define comida de rua como sendo “comidas, refeições e bebidas prontas para o consumo, preparadas e/ou vendidas nas ruas ou em locais públicos similares” (FAO, 2003, n.p., tradução nossa).

Este setor está presente em todos os países do mundo, e muitas vezes é nele que encontramos a oferta mais significativa de alimentos reconhecidos como elementos característicos das cidades, como o *hot dog* novaiorquino, o acarajé soteropolitano e a tapioca, iguaria nordestina de herança indígena, a base de fécula de mandioca, facilmente encontrável nas ruas das cidades nordestinas como Recife e Olinda, Maceió, João Pessoa, Natal e Fortaleza.

Por vezes, o termo tapioca refere-se à própria goma (fécula) extraída da tapioca; outras vezes, é empregado para denominar uma iguaria que remete a uma panqueca ou crepe, feita com essa goma, semelhante ao beiju, mas com massa mais fina, servida recheada, normalmente dobrada ou enrolada (esta última no Ceará).

Em sua obra *Antologia da Alimentação no Brasil*, Luís da Câmara Cascudo (2014, n.p.) afirma:

Quanto à alimentação do sertanejo do Nordeste, no meu tempo, aproveito a oportunidade para esclarecer detalhes pouco conhecidos nas terras sulinas. Quando morei na cidade natal, até a bem remota era de 1907, o sertanejo era realmente um forte, era aquilo que Euclides da Cunha descreve com tanta precisão.

Deixa a rede às 4 horas da manhã. Sua primeira refeição consiste em uma caneca de café adoçado com rapadura, um cuscut, tapioca e batata. Às 5 horas já está no roçado com a sua enxada de duas libras, revolvendo a terra onde são semeados o milho, o feijão, a batata e um pouco de algodão.

Figura 1 – Tapioqueira Manipula Goma da Tapioca



Fonte: <http://www.joaualberto.com/2014/07/31/dona-bia-estara-na-abertura-do-comite-de-alberto-feitosa/>. Acesso em: 22 out. 2019.

O sociólogo recifense Gilberto Freyre, aponta a tapioca como expressão desse processo de formação. Em seu célebre livro “Casa-grande & Senzala”, o autor afirma:

Na tapioca de coco, chamada molhada, estendida em folha de bananeira africana, polvilhada de canela, temperada com sal, sente-se o amálgama verdadeiramente brasileiro de tradições culinárias: a mandioca indígena, o coco asiático, o sal europeu, confraternizando-se em um só e delicioso quitute sobre a mesma cama africana de folha de bananeira. Cremos, aliás, ser o Nordeste, isto é, a zona de influência pernambucana, e mais para o norte o Maranhão, os dois pontos mais intensos dessa confraternização de cultura; confraternização materializada na culinária e sutalizada em outras esferas onde mais difícil se torna o discernimento ou a diferenciação pelos estudos de psicologia social, de etnografia, de folclore e de sociologia. (FREYRE, 2003, p. 192).

Se, a princípio, a mandioca e seus derivados constituíam a base da alimentação dos nativos, e em um segundo momento serviu para substituir o trigo como principal fonte de carboidratos na alimentação dos colonizadores, em determinado ponto já não se podia fazer distinção da relação estabelecida entre a mandioca e os distintos grupos sociais, uma vez que já se incorporara amplamente ao cardápio do nosso povo. Ambos os trechos apontam para a importância cultural da tapioca na alimentação do povo nordestino e, ainda que retratem um período histórico que vai até o início do século XX, nos dão pistas sobre a presença da tapioca como comida de rua tão apreciada ainda nos dias de hoje.

Mesmo tendo chegado ao cardápio de restaurantes destinados às mais diversas classes sociais, é na rua que observamos a maior oferta de tapioca nas cidades nordestinas, em especial no Recife. No livro “Comida de Rua ao Redor do Mundo”, Kraig e Sen (2013, p. 57, tradução nossa) comentam acerca desta iguaria:

Uma espécie de panqueca feita com amido de mandioca e água, a tapioca é uma comida de rua básica em mercados do norte e nordeste do Brasil. Uma herança culinária dos povos indígenas, o amido é produzido por polpação, filtragem e centrifugação da raiz tuberosa. A farinha varia de um pó fino (também chamado de polvilho, doce ou azedo) a grânulos ou pérolas mais grossas. A massa de tapioca é espalhada em uma camada fina em uma frigideira; recheada de camarão seco, charque, queijo, lascas de coco, chocolate, frutas ou doce de leite (um doce semelhante a caramelo feito com açúcar e leite); e depois dobrada como um crepe.

De acordo com a tradição local, as tapioqueiras (vendedores de tapioca) devem usar fogo de carvão e frigideira em vez de fogões e churrasqueiras planas. A cidade de Fortaleza no estado do Ceará, possui o centro de Tapioqueiras, com dezenas de barracas. Na cidade de Olinda, boas tapiocas são vendidas em frente à Igreja da Catedral (Sé). Em Recife, capital do estado de Pernambuco, a tapioca pode ser encontrada nas ruas centrais da cidade como Dantas Barreto, Guararapes e Conde da Boa Vista, próximo às entradas do Parque 13 de Maio, ou nos estádios de futebol nos dias de jogos.

Um rápido exercício de observação por localidades centrais ou periféricas do Recife nos permite identificar a presença de vendedores informais de tapioca, seja em pontos fixos como os citados no trecho acima, no entorno de universidades, terminais integrados de ônibus, estações de metrô, ou ainda por meio da venda itinerante em barracas móveis e bicicletas, garantindo por um lado a alimentação rápida e de baixo custo aos consumidores e por outro provendo o sustento de diversos indivíduos e famílias que, excluídos do mercado formal, buscam na informalidade um modo de garantir o mínimo necessário à sua existência.

Figura 2 – Tapioqueira No Entorno do Parque da Jaqueira



Fonte: <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2011/10/tapioqueira-do-recife-e-um-exemplo-de-superacao-e-dedicacao-profissao.html>. Acesso em: 22 out. 2019.

Em busca de uma definição para o termo tapioqueira (as mulheres correspondem à maior parte dos indivíduos envolvidos nesse ofício), Sena (2014, n.p.) nos traz:

Numa perspectiva comercial, é a tapioqueira quem realiza o ofício tradicional de fazer a tapioca. Nas feiras, nos mercados e em muitos outros lugares, lá está ela, realizando as receitas identitárias da região, como também assim faz a baiana vendedora de acarajé, a “tacacazeira”, dispondo seus tacacás em Belém, e outras representantes das cozinhas regionais.

Muitas vezes, a venda de iguarias regionais representa a possibilidade de as mulheres migrarem do espaço privado ao espaço público, desenvolvendo uma atividade econômica. Em todos esses contextos, é possível perceber a relação entre uma atividade doméstica associada ao universo feminino, o cozinhar e preparar alimentos para a família, com o atendimento da necessidade de renda e sustento por meio do comércio informal destes preparos, o que nos aponta um marcador de gênero importante nestas relações.

Figura 3 – Tapioqueiras Reunidas no Alto da Sé



Fonte: Prefeitura de Olinda - <https://www.flickr.com/photos/prefeituradeolinda/3707001557>. Acesso em: 22 out. 2019.

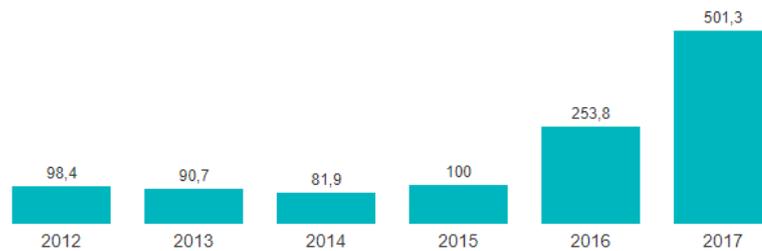
Para além das relações de gênero, é possível observar ainda que o crescente número de trabalhadores e trabalhadoras atuando na informalidade, tanto no ramo da alimentação, como na oferta de vestuário, eletrônicos, utilidades, e toda sorte de produtos e serviços, nos dá indícios da recente reconfiguração social do trabalho, num amplo contexto de reorganização da ordem social e econômica global,.

Em 2017, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), os trabalhadores informais correspondiam a 40,8% de toda a população ocupada (que exerce alguma atividade remunerada) no país (IBGE, 2018). Entre maio e julho de 2019, esse percentual atingiu o recorde de 41,3%, o que representa 38,683 milhões de brasileiros e

brasileiras atuando na informalidade (AMORIM, 2019). Tal realidade, além de uma completa privação de direitos trabalhistas e do mínimo de seguridade que eles proporcionam, implica um processo de exclusão multidimensional em que o fenômeno informacional possui forte impacto.

Cunha (2018) afirma que, naquele ano, cerca de 501,3 mil brasileiras e brasileiros vendiam algum tipo de alimento nas ruas, sobretudo como forma de garantir seu sustento e superar o desemprego gerado a partir da crise econômica que se agravou no país em 2015, após a articulação dos grupos neoliberais no Congresso Nacional que culminaria com o impeachment da Presidenta Dilma Roussef, em 2016, e encerraria um ciclo de 13 anos em que Partido dos Trabalhadores ocupou a Presidência. No gráfico abaixo, é possível observar esse crescimento do mercado informal de alimentos com base em um levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgado pela Folha de São Paulo.

Gráfico 1 – Trabalhadores em serviços ambulantes de alimentação (em milhares, no 3º trimestre de cada ano)



Fonte: Cunha (2018).

Diante desse quadro, questionar-se sobre como o uso ou o não uso da informação altera a qualidade de vida e o bem-estar das pessoas já não parece algo tão distante de uma realidade científica cada vez mais fenomenológica e menos interessada em elaborar leis imutáveis que descreveriam os fenômenos sociais, entre eles os informacionais. Nesse contexto, diversas pesquisas têm buscado compreender o uso da informação em ambientes cotidianos, rompendo uma larga tradição de interesse por ambientes formais e institucionalizados, como o da ciência e o da tecnologia.

De modo geral, é possível perceber que no âmbito dos estudos de usuários ou de sujeitos informacionais, campo bastante difundido na Ciência da Informação (CI), não só a diversidade de objetos de estudo têm sido ampliadas, mas que posições metodológicas e epistemológicas alternativas têm sido adotadas como forma de investigar esta realidade que se altera em velocidades sem precedentes. Abordagens determinísticas já dão sinais de esgotamento diante de tamanha complexidade, dando lugar a posições como o interacionismo simbólico, a

fenomenologia e a etnometodologia¹, fenômeno presente nas Ciências Sociais como um todo e que está tão bem representado nos estudos de práticas informacionais, nos quais se situam este trabalho. Esta tendência pode ser verificada, por exemplo, nas pesquisas de Oliveira (2005), que analisou as práticas informacionais de dirigentes sindicalistas; de Silva (2008), que buscou investigar as práticas informacionais de profissionais do sexo; e Pinto (2018), que tomou como universo de pesquisa um grupo de mulheres transexuais, entre outros.

Aliar estas ferramentas de análise no campo dos estudos de sujeitos informacionais à realidade dos trabalhadores informais desponta, portanto, como uma estratégia viável e necessária, especialmente se construímos um consenso mínimo em torno da dimensão informacional do processo de exclusão a que esses indivíduos estão submetidos e de seu impacto na capacidade de inovação desses trabalhadores. Sobretudo porque, uma vez submetidos a uma situação de pobreza informacional (CHATMAN, 1996), qualquer intervenção que busque superar esse contexto de exclusão deve tentar compreender como tais sujeitos usam os recursos informacionais a que têm acesso, inclusive para potencializar sua capacidade de inovar e de sobreviver no mercado.

No contexto da inovação, de um modo geral, os pesquisadores se referem à inovação inclusiva direcionada às pessoas com potencial para inovação, mas que não têm acesso aos benefícios econômicos, nem do bem-estar social e nem ao mercado formal de trabalho. Dentre as várias abordagens de inovação inclusiva, neste estudo, adota-se o modelo de inovação inclusiva de base, amplamente discutido por Cozzens e Sutz (2012), Papaioannou (2014), Heeks, Foster e Nugroho (2014), entre outros. Tal abordagem parte da premissa de que uma inovação é inclusiva se o grupo excluído (nesse caso, as pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca) estiver envolvido no desenvolvimento da inovação. A inovação inclusiva de base se concentra no processo de inovação, mas traz o inovador para o primeiro plano; aquele inovador vindo de um grupo marginalizado. Portanto, trata-se de uma perspectiva de inovação inclusiva, que requer o envolvimento das pessoas nos estágios iniciais do ciclo da

¹ Para Araújo (2003), as duas primeiras abordagens se baseiam, em alguma medida, na obra de Georg Simmel, que propõe o estudo das relações sociais a partir das pequenas interações cotidianas, originando um campo conhecido por microssociologia. O interacionismo simbólico seria a primeira tentativa de aliar a análise macrossociológica com a microssociologia proposta por Simmel, tendo como precursor George Herbert Mead. A fenomenologia, gestada por Alfred Schutz viria, por sua vez, a fundamentar a sociologia do conhecimento, baseada na obra de Berger & Luckmann sobre a construção social da realidade. Para ele “a realidade social é vista não só como um processo de construção, apresentando-se como realidade objetiva para os sujeitos, porém construída e reconstruída subjetivamente, ou melhor, intersubjetivamente, no contexto de infinitas interações cotidianas, mas também de processos de institucionalização e socialização” (ARAÚJO, 2003, p. 24). Ainda no âmbito das chamadas teorias críticas, a etnometodologia de Garfinkel (2018) compreende o fato social como produto da contínua atividade dos homens.

inovação e coloca o inovador no centro do processo, potencializando e aprimorando ainda mais suas capacidades de inovação.

Papaioannou (2014) ressalta que, no processo de inovação inclusiva de base, grupos de baixa renda não são apenas os consumidores-alvo, mas também os produtores de inovação. Isso implica que, aproveitando o conhecimento consagrado e as tecnologias relevantes de produzir tapioca passados de geração para geração, bem como com o apoio de profissionais e organizações, esses profissionais podem introduzir inovações na resolução de problemas práticos em comunidades locais e no atendimento de necessidades básicas.

Em geral, essas pessoas já possuem pontos de venda estratégicos para desenvolver suas atividades e atuam de dois modos de venda diferentes:

- I. Venda fixa – instalam seus pontos de venda nos espaços públicos, praças públicas ou ruas com grande circulação de pedestres, preparam a tapioca na hora e atendem os clientes por demanda.
- II. Venda itinerante – mudam o ponto de venda, transportando a quantidade de tapioca já pronta para um grupo específico de clientes. Nesses casos, a venda pode se caracterizar como:
 - a. Venda com rota pré-estabelecida – vendem a tapioca já pronta para um nicho específico de clientes, geralmente em terminais de metrô e ônibus ou na entrada de universidades e colégios, podendo atender diferentes grupos de clientes em pontos e horários distintos.
 - b. Venda ocasional – vendem a tapioca já pronta diretamente ao público na praia ou em outro local, na oportunidade da realização de algum evento específico.

Assim, o comércio informal de produção e venda de tapioca no Recife constitui objeto de interesse tanto pela necessidade cultural de manutenção de um setor tradicional da culinária pernambucana, que estabelece, inclusive, relações memoriais e afetivas com o seu povo, quanto pela demanda de inovação e adaptação a que está sujeito esse setor, que, apesar de “alheio” à mão do Estado, não deixa de sofrer as influências do mercado de capital.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

Com base no exposto, e partindo da ideia de que esses profissionais produzem inovações em seu cotidiano, o seguinte problema foi explorado no processo do estudo: Como as pessoas que atuam no comércio informal de produção e venda da tapioca operam suas práticas informacionais para melhorar e inovar processos, serviços e produtos?

1.2 OBJETIVOS

Para entender melhor o papel da informação na exclusão social desde o ponto de vista da inovação inclusiva, o objetivo geral que se buscou responder ao longo desta pesquisa foi mapear os recursos de informação e as interações com e entre esses recursos utilizados pelas pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, na perspectiva de entender como essa comunidade desenvolve suas práticas de informação para inovar ou criar novos produtos ou serviços.

Os objetivos específicos desta pesquisa, que auxiliaram no alcance do objetivo geral, foram:

- a) traçar o perfil socioeconômico e as formas de trabalho das pessoas que atuam no comércio informal de produção e venda de tapioca;
- b) compreender os sentidos que tapioqueiros e tapioqueiras atribuem à inovação;
- c) identificar as necessidades de informação e os recursos utilizados por esses trabalhadores para atender a essas necessidades, elaborando uma matriz gráfica em que seja possível identificar esses recursos e a relação que estabelecem entre si;
- d) Aprender as percepções das/os tapioqueiras/os sobre os processos de busca e uso da informação
- e) fornecer *insights* e ampliar o entendimento deste cenário para o trabalho dos intermediários de informação (pesquisadores, agências de fomento, serviços de informação, agências de regulação, órgãos de fiscalização, etc.) junto às pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, visando à inovação inclusiva.

1.3 JUSTIFICATIVA

Em diversos espaços institucionais, a CI é reconhecida como uma Ciência Social Aplicada. Na prática, no entanto, ainda existe alguma dificuldade de relacionar as pesquisas realizadas com as demandas da sociedade. Obviamente que não se busca aqui forçar um caráter utilitarista à pesquisa em CI ou em qualquer outra área, mas buscaremos explicitar as contribuições deste estudo em termos acadêmicos e sociais, partindo do princípio de que a ciência não pode ser um fim em si mesma.

O compromisso com a superação das diversas formas de exclusão social deve ser compartilhado por todos os indivíduos e instituições. Essa responsabilidade coletiva está prevista, inclusive, na Constituição Federal, na forma de objetivos da nossa República, como consta no artigo 3º (BRASIL, 2016, n.p):

Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:

- I - construir uma sociedade livre, justa e solidária;
- II - garantir o desenvolvimento nacional;
- III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais;
- IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Nesse quadro de deveres compartilhados, parece claro que a ciência de modo geral, e, mais especificamente, a CI, não pode eximir-se de sua parcela de responsabilidade. Com base nisso, este estudo tem o claro compromisso de oferecer subsídios para que distintos agentes, estatais e não estatais, envolvidos de alguma maneira no comércio informal da tapioca possam intervir nos processos de exclusão a que trabalhadores e trabalhadoras desse setor possam estar submetidos.

Neste sentido, o documento do Governo de Pernambuco, intitulado Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação para Pernambuco 2017 – 2022 (FERNANDES; MELO, 2017, p. 56) aponta, como aspecto a ser observado na implantação de estratégias de fomento à inovação:

A concentração dos estabelecimentos da estrutura produtiva situada na base da Pirâmide Econômica, em condições informais ou de quase subsistência, os quais, em contrapartida, têm sido atendidos por políticas públicas de desenvolvimento econômico ou de inovação apenas paliativas, apesar de apresentarem grande potencial para elevar sua contribuição à formação do PIB, já que apresentam hoje baixíssima produtividade do trabalho e métodos produtivos ultrapassados ou rudimentares. Com suporte e estímulos adequados, em especial através da difusão tecnológica, esse extrato da estrutura produtiva pode gerar respostas rápidas e de grande impacto no PIB, por meio de instrumentos da chamada inovação inclusiva.

O mesmo documento, no Eixo Estratégico Três “Aceleração da Inovação nas Atividades Econômicas”, inclui como uma de suas linhas de ação o “Apoio ao desenvolvimento da inovação inclusiva”, que consiste, entre outras estratégias, em “incentivar a pesquisa dedicada ao desenvolvimento de tecnologias inclusivas” e “incitar a formação de redes e o fluxo de conhecimento em apoio às ações de inovação inclusiva e de empreendimento populares e individuais de base tecnológica” (FERNANDES; MELO, 2017, p. 68). Ambos os apontamentos reforçam o alinhamento deste estudo com as estratégias de promoção e fomento da CTI no estado.

Do ponto de vista teórico, este estudo apoia-se nos princípios da Economia Política da Informação, corrente teórica da CI fundada na década de 90 (ARAÚJO, 2018) e cujas discussões buscam, segundo Mosco (1988), estudar as “relações sociais, particularmente as relações de poder que mutuamente constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos informacionais” e cujos principais enfoques são, de acordo com o mesmo autor, a história e a mudança social, a totalidade social, a filosofia moral e a práxis social.

Ainda sob esse ponto de vista, este empreendimento científico consiste na análise da comunicação e visualização da memória, compreendida como registro material que constitui a base técnico-científico-informacional do setor de comércio informal da tapioca, partindo de uma compreensão crítica do fenômeno informacional e reconhecendo sua participação no complexo fenômeno da exclusão social.

Este estudo, está inserido no projeto de pesquisa “Inovação Inclusiva: projetando recursos de informação no comércio informal da tapioca”, desenvolvido pelo grupo de pesquisa Prospecção e Práxis em Gestão da Informação, coordenado pela professora Nadi Presser, e foi realizado em paralelo a uma série de outros estudos complementares que vêm sendo executados por alunos de graduação e pós-graduação.

Desde a perspectiva metodológica, a pesquisa também está comprometida com a consolidação do paradigma social da CI, conforme proposto por Capurro (2003), e emprega a teoria dos horizontes informacionais de Sonnenwald (2001), contribuindo para a oxigenação dos estudos de sujeitos informacionais no Brasil, sobretudo aqueles voltados às práticas informacionais desses sujeitos.

Na mesma medida em que esta pesquisa busca contribuir para a transformação da realidade, se reconhece que ela também é, em certa medida, influenciada por essa realidade, de modo que qualquer contribuição será realizada numa via de mão dupla, sem estabelecer uma distinção entre o que é social e o que é acadêmico, uma vez que não se consegue conceber uma

dimensão em oposição à outra, como bem propõe a compreensão de práxis social da Economia Política da Informação.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

No Capítulo 2, se expõe o referencial teórico que fundamenta a realização desta pesquisa. Nele, buscaremos articular os conceitos trabalho, informalidade, informação, inovação e inclusão social, além de apresentar um breve histórico sobre os estudos de sujeitos informacionais.

O Capítulo 3 contém o percurso metodológico adotado na realização do estudo, a caracterização da pesquisa, do *corpus*, os procedimentos de coleta e análise dos dados.

No Capítulo 4, apresentaremos a análise dos dados coletados por meio da aplicação dos questionários e das entrevistas com nove tapioqueiras/os da cidade do Recife. Inicialmente, teremos a caracterização socioeconômica das/os entrevistadas/os e seguiremos para a análise qualitativa das entrevistas, com vistas a discutir a compreensão das/os interlocutoras/es sobre inovação e sobre sua participação em processos inovativos, suas necessidades informacionais, os recursos informacionais a que recorrem e que compõem seus horizontes informacionais e sua percepção acerca do processo de busca e uso da informação.

Por fim, no Capítulo 5, apontam-se as considerações finais do estudo e as possibilidades de pesquisa em torno da inovação inclusiva no comércio informal de tapioca.

2 DOS INGREDIENTES: REFERENCIAL TEÓRICO

A CI tem dedicado, ao longo de sua trajetória, inúmeros esforços na tentativa de compreender como o fenômeno informacional se faz presente na vida dos indivíduos, seja por meio da produção, da comunicação ou do uso da informação. Tal interesse surge, sobretudo, no seio do chamado modelo cognitivo da CI, fundado nos anos de 1980, e ganha força com a consolidação do chamado modelo social ou pragmático, a partir da década de 90 (ARAÚJO, 2018).

Sob esta última perspectiva, compreende-se que a informação existe, e só existe, na relação do indivíduo consigo, com o ambiente em que está inserido e com os outros seres humanos com quem compartilha esse ambiente. O fenômeno informacional seria, portanto, relacional e não poderia ser analisado fora de um contexto social (SILVEIRA, 2000); do mesmo modo, seria intrinsecamente dialógico e estaria situado entre as dimensões individual e coletiva, objetiva e subjetiva, num entrelugar constantemente tensionado.

De modo mais específico, os chamados estudos críticos-sociais em informação buscam compreender as relações de poder que se estabelecem em torno da informação, analisando questões em torno da distribuição de recursos informacionais e seu impacto no desenvolvimento cognitivo e humano (SILVA, 2017). Seguindo essa lógica, buscamos discorrer, nesta seção, sobre a relação estabelecida entre trabalho, informalidade, informação, inovação e inclusão social, conceitos fundamentais na operacionalização deste estudo.

2.1 TRABALHO, INFORMALIDADE E CIDADANIA

O exercício de inserir esta pesquisa num quadro teórico e social mais amplo impõe-nos o desafio de discutir a compreensão do trabalho ao longo da história da sociedade ocidental e, sobretudo, na sociedade brasileira, estabelecendo relações com a noção contemporânea de cidadania. Para tanto, recorreremos inicialmente à concepção ontológica de trabalho desenvolvida por Marx (1985, p. 326-327), para quem:

Antes de tudo, o trabalho é um processo entre o homem e a Natureza, um processo em que o homem, por sua própria ação, media, regula e controla seu metabolismo com a Natureza. Ele mesmo se defronta com a matéria natural como uma força natural. Ele põe em movimento as forças naturais pertencentes a sua corporalidade, braços e pernas, cabeça e mão, a fim de apropriar-se da matéria natural numa forma útil para sua própria vida. Ao atuar, por meio desse movimento, sobre a Natureza externa a ele e ao modificá-la, ele modifica, ao mesmo tempo, sua própria natureza. Ele desenvolve as potências nela adormecidas e sujeita o jogo de suas forças a seu próprio domínio. Não se trata aqui das primeiras formas instintivas, animais,

de trabalho. O estado em que o trabalhador se apresenta no mercado como vendedor de sua própria força de trabalho deixou para o fundo dos tempos primitivos o estado em que o trabalho humano não se desfez ainda de sua primeira forma instintiva. Pressupomos o trabalho numa forma em que pertence exclusivamente ao homem. Uma aranha executa operações semelhantes às do tecelão, e a abelha envergonha mais de um arquiteto humano com a construção dos favos de suas colmeias. Mas o que distingue, de antemão, o pior arquiteto da melhor abelha é que ele construiu o favo em sua cabeça, antes de construí-lo em cera. No fim do processo de trabalho obtém-se um resultado que já no início deste existiu na imaginação do trabalhador, e portanto idealmente.

Para o autor, o trabalho seria a categoria central de análise social, fundamento da sociabilidade humana e de seu agir no mundo, baseado na racionalidade e nas relações com a natureza, de modo que é através dele que construímos uma nova realidade e também construímos a nós mesmos.

2.1.1 História social do trabalho

Ao longo da história, no entanto, o trabalho foi compreendido de modos distintos, a depender do conjunto de valores e crenças que fundamentavam o pensamento em cada momento e, surpreendentemente, não é na ciência histórica que encontraremos as discussões mais prolíficas neste sentido, mas, sim, na Sociologia do Trabalho, campo da Sociologia dedicado especificamente ao estudo das relações de trabalho enquanto construto social.

Da antiguidade, focaremos na representatividade da civilização grega. Na Grécia Antiga, o trabalho, pelo menos o trabalho braçal, não era visto com bons olhos. O trabalho foi representado como o castigo de Prometeu na Teogonia de Hesíodo. Sísifo teve como punição o trabalho de subir um monte carregando uma pedra para, ao chegar lá em cima, vê-la rolar para baixo e carregá-la mais uma vez, incessantemente. Para Aristóteles, o trabalho braçal era incompatível com a liberdade humana, e os homens deveriam utilizar o tempo livre, este, sim, valorizado, para aperfeiçoar o intelecto, as artes, a política e a escrita. O trabalho braçal deveria ser exercido exclusivamente por escravos. A própria etimologia do termo trabalho reforça esta concepção. De origem latina, a palavra deriva de *tripalium*, instrumento utilizado para torturar escravos e libertos incapazes de pagar os impostos devidos.

No início da Idade Média, marcado pelo declínio das cidades após a queda do Império Romano, o depreciável exercício do trabalho, fundamentalmente agrícola, era relegado aos servos, que o trocavam com o senhor feudal por habitação, alimento e proteção, enquanto esses senhores se ocupavam apenas em defender os reinos de invasões e gozavam da dádiva do tempo

livre. O trabalho intelectual estava reservado aos monges, que exerciam o ofício de copistas, preservando a memória social por meio da escrita e difundindo o pensamento cristão. É nos séculos XII e XIII que, segundo Oliveira (2012), com o desenvolvimento do sistema feudal, surgem as condições materiais e mentais para o surgimento de novos ofícios:

Trata-se do momento do renascimento das cidades, do surgimento das escolas cidadinas e, em seguida, das universidades. Personagens como o comerciante, o usurário, o mestre e a prostituta passam a fazer parte da nova lista do trabalho (OLIVEIRA, 2012, p. 123).

Este foi, indiscutivelmente, um período de transição em que se gestava o surgimento de uma burguesia no bojo do desenvolvimento comercial. No campo do saber teórico, surgem diversos intelectuais dedicados à pesquisa e ao ensino. Mas uma série de mudanças de toda sorte influenciam as condições materiais intelectuais. Oliveira (2012, p. 124) nos resume esse conjunto de transformações:

as mudanças no campo, o renascimento das cidades e o fortalecimento dos poderes laicos propiciaram o ressurgimento de atividades que, até então, não eram necessárias à vida cotidiana do homem medieval do Ocidente. A arte militar, uma das mais antigas praticadas pelo homem, precisava de novos ofícios, de arquitetos, de engenheiros para construir pontes, castelos, aprimorar caminhos.

No Brasil, a partir da chegada dos portugueses, a força de trabalho consistiu, até o século XIX, em mão de obra escrava, seja indígena, nas primeiras décadas, ou de mais de quatro milhões de africanos que oficialmente desembarcaram nos portos brasileiros entre 1531 a 1780 (considerando a ilegalidade, o número deve ser cruelmente maior), destinada inicialmente ao extrativismo e posteriormente ao trabalho agrícola (REIS, 2000). No caso do Brasil, para Oliveira (1977, p. 13):

um dos travejamentos básicos da estrutura de relações do feudalismo, a posse da propriedade dos meios de produção pelos produtores diretos não existiu desde o princípio: ao contrário, a escravidão era a forma peculiar pela qual se separou produtores e meios de produção como pressuposto da própria fundação da colônia nos quadros do capitalismo mercantil.

Cabe aqui ressaltar a importância, na Europa, do surgimento de uma burguesia comercial, ligada à noção clássica de cidadania que passa a gozar de certa autonomia em relação à nobreza, inclusive conduzindo, em alguns contextos, o processo de ensino para além da lógica religiosa. Com o enriquecimento deste grupo, o poder nas grandes cidades migra dos nobres para suas mãos e, em algum tempo, o próprio status de burguês já supunha certa nobreza. Esse cenário representa solo fértil para o ponto de virada na compreensão de trabalho no mundo ocidental: a Reforma Protestante e o surgimento do capitalismo.

Para Weber (2004), esses dois fatos históricos estão profundamente conectados, uma vez que é a ética protestante desenvolvida no seio da Reforma que fundamenta a origem do racionalismo ocidental expressa no capitalismo. Até então, o trabalho era considerado necessário, mas indesejável, inclusive no âmbito do pensamento católico a ambivalência persiste na medida em que é o tempo livre, o descanso, que serve como método de aproximação do divino. Martinho Lutero, líder da Reforma Protestante, levada a cabo no século XVI, em sua expressão “*ora et labora*”, propõe a superação do antagonismo entre o trabalho e o servir a Deus.

Foi a partir das ideias do reformista João Calvino, na França e na Suíça, que tal ambivalência foi radicalmente enfrentada. Para ele, “o trabalho profissional deveria formar uma muralha contra a preguiça, todos devem trabalhar – quem não trabalha não deve comer e o trabalho é um dever” (MÜLLER, 2005, p. 243-244). Nesse sentido, o trabalho passa a ser visto como sinal de graça, capaz de libertar o homem do sofrimento e servir como trajetória para a salvação, enquanto o ócio afastaria o homem de Deus. Segundo Sanson (2014, n.p.):

Foi essa concepção de trabalho, que liberou moral e eticamente os homens – os capitalistas – à aquisição de bens, à obtenção do lucro, à cobrança de juros e à acumulação de capital. Esse *ethos* – conjunto de valores culturais – exortava que a acumulação do capital deveria ser reinvestida em novos empreendimentos que gerassem mais empregos. Esse círculo virtuoso – trabalhar, acumular e reinvestir – permitia o estabelecimento da harmonia social. Será esse *ethos* que fomentará a atividade capitalista.

Para Weber (2004), o capitalismo só assumiu um papel central na sociedade ocidental porque se fez presente como modo de vida, baseado na racionalidade que consistiu em sua maior aliada e que justifica a ascensão econômica da burguesia emergente. Nesse contexto, a principal atividade econômica consistia na comercialização de itens extraídos da natureza, com processamento rudimentar, artesanal ou inexistente, cujo maquinário era operado por tração humana ou animal até a primeira metade do séc. XVIII. Os tecidos, por exemplo, foram produzidos em teares manuais até 1784, quando, na Inglaterra, foi produzido o primeiro tear mecânico. Essa transformação permitiu a migração do sistema artesanal para o sistema fabril na produção têxtil, e o início do século XVIII foi marcado pelo surgimento de indústrias, fomentadas pelo comércio internacional que se expandira nos últimos séculos e permitira o progresso técnico necessário a essas transformações.

O processo de mecanização na Europa Ocidental se estendeu por quase todos os setores econômicos, desde os transportes à metalurgia e às técnicas agrícolas. A principal fonte de riqueza deixa então de ser o comércio para se centrar na indústria, num período conhecido como

primeira revolução industrial. A máquina a vapor tornou-se a principal fonte energética dos processos fabris e dos transportes, e, até a segunda metade do século XIX, inúmeros inventos são elaborados com vistas a otimizar esses processos, em paralelo à criação de uma massa de trabalhadores industriais e à rápida urbanização não planejada. Nusdeo (2005) afirma que, em 1776, editou-se na França o *Décret d' Allarde*, extinguindo os cartórios de ofício e estabelecendo a liberdade de qualquer cidadão exercer a profissão de sua escolha sem necessidade de filiação ou licença de qualquer instituição.

No mundo ocidental industrializado, entre 1850 e 1950, dá-se a chamada segunda Revolução Industrial, em que a industrialização se expande pela Europa, Rússia, Estados Unidos e Japão. Nesse momento, boa parte das colônias europeias conquistam sua independência e as relações de troca passam a se basear nos produtos industrializados, abrindo-se uma fenda entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos. O petróleo e a energia elétrica constituem a matriz energética, desenvolvem-se as telecomunicações, a indústria química e automobilística. No Brasil, a escravidão é abolida apenas em 1888, e a economia permanece fundamentalmente agrícola. Apesar da chegada de imigrantes não-portugueses e não-africanos a partir de 1808, é no final do século XIX, a partir da instituição do trabalho livre, que essa massa de mão de obra ganha destaque no país, sobretudo no sul do país e nos cafezais de São Paulo.

Na Europa, os trabalhadores fabris recebiam baixa remuneração, a despeito das jornadas exaustivas, enquanto os proprietários das fábricas acumulavam fortunas. Os questionamentos a essa relação desigual fazem surgir os movimentos operários como estratégia de reivindicação de direitos trabalhistas e melhores condições de trabalho. Como resposta, observa-se o aumento da automação, da produtividade e dos salários, reduzindo-se a fadiga, na mesma medida em que se cobra a profissionalização e a qualificação dos operários.

Retornaremos aqui ao conceito ontológico de trabalho de Marx apresentado no início desta seção. Ainda que este autor acredite que o trabalho seja condição essencial para a socialização, a liberdade e a autonomia humana, para ele, o sistema capitalista subverte esta lógica, na medida em que aliena o trabalhador dos meios de produção e do próprio sentido da atividade produtiva, assim como da própria condição humana. “Quanto mais o trabalhador se desgasta trabalhando (*ausarbeits*), tanto mais poderoso se torna o mundo objetivo, alheio (*fremd*) que ele cria diante de si, tanto mais pobre se torna ele mesmo, seu mundo interior, [e]tanto menos [o trabalhador] pertence a si próprio” (MARX, 2004. n.p).

Com relação à questão da diminuição da fadiga e do aumento da produtividade durante a Segunda Revolução Industrial, as mudanças nos processos produtivos foram gestadas a partir da incorporação do método científico à organização por meio de desenvolvimento de estratégias de gestão do trabalho e da produção. No início do século XX, o engenheiro norte-americano Frederick Taylor elaborou um conjunto de teorias que buscavam otimizar a mão de obra e, conseqüentemente, a produtividade da indústria. Para ele, o controle sobre as atividades e sobre o desempenho dos trabalhadores permitiria economizar esforços e evitar perdas. O modelo de administração desenvolvido por ele consistia basicamente em substituir métodos empíricos por científicos, supervisão e aperfeiçoamento contínuo do trabalho, execução disciplinada das tarefas e racionalizada dos movimentos, repartição das atividades na linha de montagem, redução da fadiga do operário, estímulo salarial à produtividade e hierarquização da cadeia produtiva, de modo que os operários apenas executavam tarefas enquanto os gerentes desempenhariam as atividades intelectuais.

As ideias de Taylor inspiraram Henry Ford, proprietário da *Ford Motor Company*, a implementar o modelo de produção conhecido como Fordismo, por meio do qual foi instalada a primeira linha de produção de automóveis semiautomatizada, em 1914. A maior inovação do Fordismo consistiu exatamente na criação da linha de produção que permitia a produção em massa, barateava seus custos e ainda controlava a qualidade dos produtos finais ao longo do processo. Esse modelo espalhou-se por diversas indústrias ao redor do mundo, e ainda hoje inspira gestores, especialmente nos países em desenvolvimento.

A partir de 1930, verifica-se, no Brasil, o esforço, por parte do Estado, em promover a industrialização e a “modernização” do país, subsidiada pelo setor agrícola, num modelo de industrialização tardia que não foi capaz de proporcionar o pleno emprego, a despeito dos intensos fluxos migratórios do campo para a cidade, especialmente até a década de 1980.

É nesse período que se verificam os maiores avanços em termos de direitos e legislação trabalhista, uma vez que o estado de bem-estar social, modelo político adotado por inúmeros países, possibilitou, como resposta às lutas da classe trabalhadora a garantia de alguns desses direitos. Apesar do sequestro da gestão sindical pelo Estado brasileiro, por exemplo, em 1945, é promulgada a Consolidação das Leis Trabalhistas, que garantiram aos trabalhadores direitos como descanso semanal e férias remunerados. Esse processo, por si só, renderia páginas de discussão, o que não é nossa intenção neste momento.

As duas guerras mundiais ocorridas na primeira metade do século XX, e especialmente a segunda, estimularam avanços tecnológicos e científicos que possibilitaram a chamada Terceira Revolução Industrial, a partir da década de 50. O uso da energia nuclear, a robótica

desenvolvida em torno de 1970, os avanços nas TIC a partir de 1990, o desenvolvimento da eletrônica e a corrida espacial são alguns dos fatores que contribuíram para o reordenamento dos modelos produtivos globais, como demonstrado na introdução deste estudo. A incorporação da tecnologia na indústria, a ampliação do setor de serviços, a internacionalização dos mercados são marcas deste período que se estende, em alguma medida, até hoje.

A partir da década de 80, a incorporação do Toyotismo como modelo produtivo, o enxugamento das linhas de produção e a automação do processo promovem uma reconfiguração do mercado de trabalho: mesmo os teóricos mais ortodoxos passam a assumir que o modo de produção capitalista seria incapaz de absorver toda a força de trabalho disponível, especialmente fora dos países desenvolvidos, e a lógica do pleno emprego, fundamental para o estado de bem-estar social, passa a ser substituída pela lógica do emprego possível, fundamentada na visão neoliberal da economia, que, no Brasil, por exemplo, foi levada a cabo pelos governos de Fernando Collor e Fernando Henrique, com a privatização de empresas estatais, o interesse em desregular as relações de trabalho, a terceirização da produção e a individualização do trabalho, que tiveram como principais consequências demissões em massa, barateamento dos arranjos assalariados, acirramento das desigualdades e da desproteção social e crescimento de atividades econômicas desenvolvidas à margem do sistema capitalista regulamentado.

Na próxima seção, discutiremos o fenômeno da informalidade, fortemente acrescido nesse contexto, mas, antes, cabe afirmar que, mesmo nos anos 2000, os avanços em termos trabalhistas, no Brasil, foram discretos. Mesmo que o índice de empregos formais tenha crescido e a classe média tenha aumentado seu poder de consumo, pouco se avançou em termos de estabilidade, de modo que, a partir do ano de 2015, os fantasmas neoliberais voltam a assombrar a população, materializados em reformas que flexibilizam as relações de trabalho e desconstroem o frágil sistema de seguridade social que se havia construído ao longo dos anos.

2.1.2 Informalidade: história e concepções teóricas

Discussões acaloradas em torno do conceito de informalidade ocorreram nas décadas de 60 e 70. É em 1972, no auge da crise do sistema capitalista no pós-guerra, que vemos pela primeira vez menção ao tema da informalidade em documentos oficiais: o trabalho da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre a situação econômica do Quênia e Gana (HART, 1973; OIT, 1972) contém, pela primeira vez, uma análise descritiva de um novo setor de atividade econômica, até então não captado pela literatura econômica, que foi denominado

pela OIT (1972) como "setor informal urbano". Segundo Souza (1985), foi a partir desses trabalhos que se difundiram os termos setor informal e mercado informal de trabalho no meio acadêmico, dando início à produção da literatura sobre o tema.

A elaboração de um conceito que compreenda esse fenômeno no mundo do trabalho, no entanto, é tardia, uma vez que a informalidade nasce junto com o modo de produção capitalista e sua incapacidade deliberada de incorporar toda força de trabalho disponível. Marx (1985) já apontava para a existência de diferentes formas de existência do que ele chamava de superpopulação relativa. Neste sentido, afirmava: “que o aumento natural da massa trabalhadora não satisfaça plenamente às necessidades de acumulação do capital e, no entanto, ao mesmo tempo as ultrapasse, é uma contradição de seu próprio movimento” (MARX, 1985, p. 871).

Essa concepção fundamentou os trabalhos da chamada corrente marxista dos estudos sobre a informalidade, para quem o subdesenvolvimento de algumas regiões poderia explicar-se pela Teoria da Dependência, não como um estágio anterior ao desenvolvimento, mas como um fenômeno típico e necessário do capitalismo, em que um pacto entre as elites de distintos países faz perpetuar as estruturas de desigualdade (COSTA, 2010).

Ainda segundo Costa (2010), em contraposição a esta postura, a corrente estruturalista tratava o desenvolvimento de forma evolucionária e afirmava que os países não desenvolvidos assim o eram por não haverem construído uma série de capacidades típicas dos desenvolvidos, e que isso se resolveria na medida em que o capitalismo se ampliasse e fomentasse o desenvolvimento dessas capacidades nos países do sul. A história mostrou que as teorias da primeira corrente faziam mais sentido, inclusive porque, a partir dos anos 80, informalidade e subdesenvolvimento deixam de ser ideias intrinsecamente relacionadas, já que este fenômeno passa a ser percebido mesmo nas nações mais ricas e desenvolvidas.

No Brasil, durante o período de transição para o fim de escravidão, especialmente após a assinatura da Lei do Ventre Livre, em 1871, que dava aos escravos e escravas o direito de comprar sua liberdade, as ruas das grandes cidades eram ocupadas por negras ganhadeiras, as chamadas quituteiras, que comercializavam alimentos como forma de quitar empréstimos contraídos para a compra da alforria ou de juntar o valor necessário para essa “aquisição”, posto que atuavam nas ruas com autorização de seus proprietários e a eles entregavam parte da renda obtida. Nesse contexto, mulheres possuíam muito mais possibilidades que homens, podendo atuar como quituteiras, lavadeiras, babás, bordadeiras, diante da grande demanda por serviços domésticos.

É possível observar estudos que retratam essa realidade em cidades como Salvador (GRAHAM, 2013), Rio de Janeiro (LANDES, 1967; SILVA, 2015), Desterro – atual Florianópolis – (POPINIGIS, 2012), e também no Recife, como nos aponta Toscano (2013, p. 1): “Podemos imaginar, no início do século XX, o Recife sem seu porto, movimentado por dezenas de estivadores, em sua grande maioria negros? Conseguiremos visualizar o Mercado de São José, sem as quituteiras e vendedoras de legumes, também em sua maioria negras?” e Koster (2003, p. 37), que no seu primeiro dia no Recife, em 1808, observou a atuação das quituteiras, que a essa época atuavam para complementar a renda de suas senhoras: “Ei-nos, portanto, tranquilamente instalados em nossa nova residência, tão tranquilamente como possa estar alguém quando uma vintena de negras grita sob as janelas, em todos os tons que a voz humana é capaz, laranja, banana, doces e outras mercadorias para vender”.

A dicotomia informalidade *versus* formalidade ganha corpo, em nosso território, a partir da década de 30, com a chegada dos imigrantes e o surgimento da instituição do trabalho livre e assalariado no Brasil, de modo que boa parte dos negros e das negras libertas/os dedicavam-se à agricultura de subsistência e ao comércio informal. Com a consolidação do mercado de trabalho nacional, por meio da intervenção estatal varguista, e com o fenômeno da modernização do país e da intensa urbanização com forte êxodo rural, até meados da década de 80, institucionaliza-se também o mercado informal, que passa a incluir a chamada superpopulação relativa não incorporada ao mercado formal.

A respeito dessa institucionalização da informalidade, Tomazini (1995, p. 1) afirma:

em países atrasados ou em desenvolvimento, o crescimento econômico verificado no pós-guerra não fôra suficiente para gerar os empregos necessários e ao mesmo tempo melhorar as condições sociais de vastas camadas populacionais que continuaram a viver em condições de pobreza e marginalidade social (TOMAZINI, 1995, p. 1).

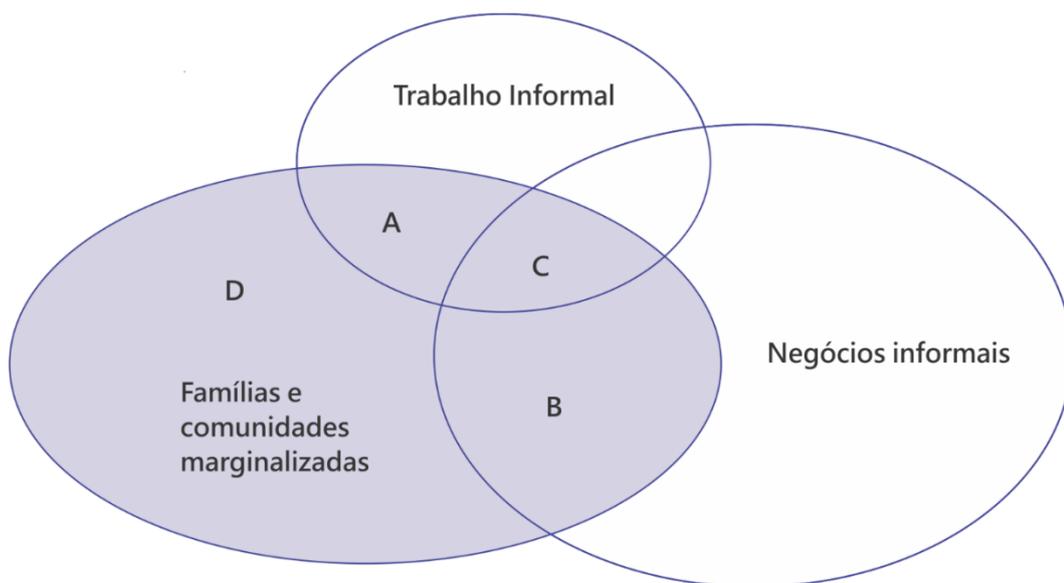
Na medida em que o modo de produção capitalista se instalava no meio rural brasileiro, muitos camponeses visualizaram nas grandes cidades uma opção viável para seu sustento. Souza (1985) afirma que o processo que gerava a subutilização da força de trabalho na América Latina resultava da conjunção da dinâmica dos fluxos migratórios campo-cidade. Obviamente que outros fatores se adicionam a esse, sobretudo a forma como o Estado conduzia a política econômica e de trabalho, como afirmado na subseção anterior.

Se até a década de 1980 a compreensão da informalidade resumia-se à noção do que não é regulado e está em oposição ao que é formal, a ideia de sociedade de informação nos faz rever e complexificar essa análise. Observamos, por exemplo, a redução da participação do setor industrial no PIB brasileiro e a expansão do setor de serviços, mais propício às relações

informais, a precarização mesmo do trabalho formal e a emergência do conceito de economia informal.

Portes (1989) *apud* Cozzens e Sutz (2012) reuniu uma variedade de estudos no Norte e no Sul que demonstram o caráter dinâmico dessa atividade econômica como uma característica central: não está regulada pelas instituições da sociedade em um ambiente legal e social em que atividades similares são reguladas. Como uma tendência importante na economia global, o trabalho compreende o que agora é chamado de economia informal. Ainda fundamentados em Cozzens e Sutz (2012), usamos configurações ou ambientes informais para incluir um conjunto de lugares onde as pessoas, famílias e comunidades marginalizadas vivem e onde trabalham. Existe uma sobreposição com a economia informal, mas os dois conceitos não são idênticos (ver Fig. 4).

Figura 4 – Configuração Informal *versus* Economia Informal



Fonte: Cozzens e Sutz (2012, p. 12)

Por exemplo, não está incluído o emprego informal, como os programadores de computação que fazem um segundo trabalho como consultores (o que aparece na área de trabalho informal na Fig. 4, mas fora das famílias e comunidades marginalizadas, área sombreada). Também estão excluídas as empresas informais cujos proprietários estão acima da linha de pobreza (novamente fora da área sombreada abaixo). Em vez disso, nos concentramos na inovação nas partes da economia informal que se cruzam com a vida das famílias e comunidades marginalizadas: Área A (trabalhos informais com negócios formais), Área B

(trabalhos formais com negócios informais) e Área C (trabalhos informais com negócios informais). A área D aponta a inovação para as famílias ou comunidades marginalizadas.

Neste trabalho, importam especialmente os indivíduos compreendidos na área D, onde se situam tapioqueiras e tapioqueiros do Recife. A relação entre informalidade e cidadania será discutida a seguir, com base nas ideias de Portes e Castells (1989), para quem o problema não consiste necessariamente na informalidade em si, que é uma forma específica de relações de produção, mas na forma como a sociedade distribui sua riqueza e mais, como agencia os ideais de dignidade e cidadania.

2.1.3 (Sub)Cidadania e Informalidade no Brasil Contemporâneo

Ainda que, em nosso país, as alterações nas relações de trabalho tenham se dado de forma muito específica, e parece que a falsa impressão de homogeneização em outros países é resultado de vieses metodológicos, não ficamos alheios aos impactos da globalização dos mercados, do avanço da ideologia neoliberal e da supervalorização da informação e do conhecimento nas últimas décadas. A esse respeito, Costa (2010, p. 180) afirma:

As consequências sociais das transformações organizacionais e tecnológicas da típica empresa capitalista foram diretamente sentidas no aumento do desemprego, com impactos decisivos na expansão e na criação de novas modalidades de trabalho informal, na redução ou retirada das contrapartidas sociais dos empregos ofertados e na ampliação da heterogeneidade das condições de trabalho, de renda e de vida da população.

É sobre esse último aspecto que direcionaremos nosso olhar neste momento. Se os esforços de modernização e industrialização não conseguiram resolver as desigualdades inter e intrarregionais que assolavam os nosso país, o heterogêneo processo de assimilação da chamada sociedade da informação os agravou. A população mais pobre, com menor escolaridade e qualificação profissional, permaneceu não só alheia ao mercado formal como apartada da distribuição das riquezas produzidas e distante do gozo pleno de direitos básicos, previstos no arcabouço legal e nos ideais que regem nossa República.

Esse grupo de indivíduos e famílias historicamente marginalizados, “a ralé brasileira”, goza de uma “subcidadania” legitimada e naturalizada pelo discurso da meritocracia (SOUZA, 2018), da pobreza como acidente sociológico e superável por ajustes do sistema capitalista, quando na verdade é esse sistema que a produz, legitima e naturaliza. A existência de uma ampla parcela da população que trabalha de distintas formas apenas para sobreviver é

fundamental para a manutenção de um restrito grupo que lucra desproporcionalmente e goza dos melhores prazeres do capitalismo.

O Estado, por sua vez, que deveria atuar mediando conflitos de interesse entre estes grupos, acaba se colocando à disposição dos rentistas, banqueiros, empreiteiros, empresários e toda sorte dos que circulam pelos mais elevados estratos da nossa sociedade. Aos que sobram dessa conta é dado apenas o que sobra. A universalidade do sistema de saúde, por exemplo, não é suficiente para garantir que uma tapioqueira vítima de um acidente no trabalho tenha os mesmos cuidados em um hospital público do Recife que um proprietário de uma rede de supermercados que também sofre um acidente de trabalho e seja atendido nos mais modernos hospitais do eixo Rio–São Paulo. Cabe ressaltar que, até 1988, essa universalidade sequer existia, e o sistema de saúde pública era destinado exclusivamente a trabalhadores formais, contribuintes da previdência social, situação só superada a partir da promulgação da constituição cidadã (BRASIL, 2016), e da criação do Sistema Único de Saúde, com atendimento universal, em 1990.

De todo modo, o acesso público a serviços básicos continua sendo um bom termômetro de cidadania, em sua concepção ampla, que inclui tanto o gozo de direitos políticos quanto sociais. Em 2006, por exemplo, entre os trabalhadores ocupados, aqueles com menos de um ano de instrução representavam 3% dos trabalhadores formais e 13% dos informais; os que possuíam mais de 12 anos representavam 19% dos trabalhadores formais e 6% dos informais (IPEA, 2007), de modo que é possível inferir que acesso à educação e informalidade possuem forte relação. O mesmo estudo aponta que, entre os trabalhadores ocupados, o número de informais que ganhava até meio salário é de 31%, enquanto entre os formalizados este número é de apenas 1%. Entre os que ganham mais de 5 SM, os informais correspondem a 2%, enquanto os formais correspondem a 6%.

De volta ao direito à saúde, Miquilin *et al.* (2013, p. 1397), em estudo sobre as condições de saúde de trabalhadores e trabalhadoras brasileiras, apontam que

Informais e desempregados apresentaram maior prevalência de estado de saúde autorreferido regular/ruim/muito ruim quando comparados aos formais, assim como apresentam maior prevalência de ter estado acamado nas duas últimas semanas e de afastamento das atividades habituais por motivo de saúde. Os formais foram aqueles que mais referiram possuir plano de saúde (45,7%). [...] formais de ambos os sexos procuraram proporcionalmente mais os serviços de saúde do que os informais e desempregados, independentemente do estado de saúde autorreferido.

Para esgotar apenas nestes três aspectos (educação, renda e saúde), é absolutamente cabível a afirmação de que a informalidade, na maioria das vezes está intrinsecamente

relacionada a processos multidimensionais de exclusão social e de negação da cidadania, restringindo-se esta apenas ao direito ao voto. Obviamente que isso não atinge 100% dos trabalhadores informais, como bem demonstrado por Cozzens e Sutz (2012). Inclusive, a realidade nos mostra casos de trabalhadores informais que possuem vidas muito mais dignas que aqueles que estão na base da pirâmide dos assalariados, mas, certamente, tais casos não são a maioria.

Assim, quando tratamos de contribuir para a promoção da cidadania no contexto do comércio informal da tapioca, tratamos exatamente de reduzir as barreiras que os afastam de seus direitos, de uma vida digna, de bem-estar e de seguridade social, considerando as múltiplas questões envolvidas nesse processo.

2.2 INFORMAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL: PERSPECTIVAS POSSÍVEIS

Buscaremos, nesta seção, discutir a relação entre o amplo desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação a partir da segunda metade do século XX e o complexo processo de exclusão social que se acirra no seio da sociedade capitalista também nesse período, propondo estratégias de atuação para profissionais e cientistas da informação no enfrentamento deste cenário. Para tanto, iniciamos a discussão estabelecendo um consenso mínimo em torno do conceito de informação, diante das tantas definições elaboradas no âmbito da CI.

2.2.1 O que Compreendemos por Informação?

Os interesses em estabelecer um conceito unívoco de informação têm gerado inúmeras publicações e intensos debates entre os pesquisadores da CI. Saracevic e Wood (1986), Buckland (1991), Wersig (1993), Le Coadic (1996), McGarry (1999), González de Gómez (2000), Silva e Ribeiro (2002), Barreto (2002), Choo (2003), Rendón-Rojas (2005), Floridi (2005), Capurro e Hjørland (2007) e Frohmann (2008) são alguns dos exemplos de pesquisadores que abordaram a questão e cujas obras tiveram maior repercussão.

As distintas abordagens estão localizadas em espaços e tempos também distintos, e, além de estarem condicionadas por quadros epistemológicos e sociais diferentes, serviram também a variados propósitos, na medida em que cada pesquisador a elaborou com fins e interesses próprios, na ampla gama de campos de pesquisa da CI. Diante desse quadro, parece que reconhecer a multiplicidade de conceitos para qualificar um fenômeno tão complexo seria

mais frutífero que buscar alguma homogeneidade entre eles e, por esta razão, adota-se, nesta pesquisa, aquele que desponta como mais adequado diante da fundamentação teórica que se construiu sem, no entanto, ignorar a existência ou minimizar a importância daqueles que foram preteridos nesta escolha.

Adota-se, neste trabalho, a compreensão de que a informação é a expressão do conhecimento, o que se aproxima da definição proposta por Gomes (2017, p. 31) que enunciaria, após uma aprofundada análise dos conceitos já elaborados por outros autores, “compreende-se aqui a informação como conhecimento em estado de compartilhamento”. Esta definição sozinha, no entanto, diz pouco sobre a compreensão de informação adotada. Ainda que satisfaça aos anseios acerca do que é o fenômeno informacional, precisa ser complementada pelo quadro contextual em que esse conceito se situa, ou melhor, o lugar a partir de onde esse conceito é visto e tratado neste trabalho, de modo que as opções metodológicas possam fazer algum sentido.

Diante disto, cabe esclarecer que a informação, ou mais precisamente, o conhecimento em estado de compartilhamento, não existe alheio às dinâmicas sociais em que está inserido. Uma vez que se configura como recurso fundamental para a condição humana no mundo (ARAÚJO, 2009a), submete-se, e por vezes reforça, às relações de poder e desigualdade presentes em cada contexto social, tanto enquanto representação memorialística quanto como catalisador da criação de novos conhecimentos ou, como nos diria Barreto (2002, p. 49), como “um instrumento modificador da consciência do indivíduo e de seu grupo social, pois sintoniza o homem com a memória de seu passado e com as perspectivas de seu futuro”. Cabe afirmar, portanto, que esse recurso não está disponível em condições de igualdade entre os distintos indivíduos e grupos sociais, e afeta a capacidade individual e coletiva de tomar decisões e de agir no mundo, implicando, inclusive, relações desiguais de acesso a direitos, bens e serviços que afetam o desenvolvimento humano e cognitivo das pessoas, bem como seu bem-estar e qualidade de vida.

Indo mais além, e baseando-se na perspectiva da dialética marxista, Silva (2017, p. 206) propõe um conceito crítico-social da informação com duas características básicas a serem consideradas:

a primeira é que a informação não parte linearmente do sujeito/autor para o sujeito/usuário e nem é construída pelo sujeito/usuário a partir de modelos mentais, mas é a partir das relações sociais que a informação pode ser compreendida; a segunda é que a informação não é teoricamente gestada para ser aplicada, porém a partir das relações sociais, a informação é construída promovendo sentido teórico-prático (isso ocorre em face de que a informação

possui um valor pragmático que auxilia na construção do conhecimento e este não pode ser gestado se não a partir das relações sociais).

Há um afastamento intencional, portanto, das abordagens físicas e cognitivas da informação, no sentido de compreendê-la não mais sob a perspectiva tecnicista da transmissão de mensagens, ou de seus aspectos subjetivos e de sua relação com o conhecimento do indivíduo, ainda que não se possa negar essas dimensões, mas, sobretudo, sob a perspectiva de ampliar o quadro de análise, percebendo a complexidade do fenômeno informacional e suas relações com o quadro social e histórico.

Em última instância, Martignetti (1999 apud CRUZ, 2013, p. 373-374) afirma que:

na medida em que se considera a informação como um dos dois elementos fundamentais para o exercício do poder e, ainda, que o controle de informações adequadas e exatas confere vantagem a quem as detém, a restrição ou, num grau mais elevado, a exclusividade da informação passa a constituir um aspecto eminentemente político. Pois, da informação “...depende, de fato, a possibilidade de um controle difuso e apropriado do sistema [socioeconômico]”.

Cabe-nos, portanto, o desafio de analisar contextos de dominação e desigualdade, em que a informação é utilizada para manter ou agravar os padrões estabelecidos, ou para contribuir com o rompimento dessas estruturas, contribuindo para a promoção da inclusão social por meio de estratégias que contemplem sua dimensão informacional, uma vez que a informação diz respeito intrinsecamente ao agir humano no mundo, enquanto seres protagonistas (PERROTTI, 2017), que interagem “com as coisas do mundo, sempre mediados pela cultura” (BRITTO, 2016, n.p).

2.2.2 Inclusão e Exclusão social: Aspectos Gerais

A inclusão social pode ser brevemente definida como o conjunto de esforços que visam superar o complexo fenômeno da exclusão social. Desse modo, compreender este último conceito parece ser fundamental para que se possa discutir com maior profundidade a inclusão e sua dimensão informacional. Faleiros (2006, p. 4) define a exclusão social como “negação da cidadania, da garantia e efetividade de direitos civis, políticos e sociais, ambientais e da equidade de gênero, raça, etnia e território”. Compreende-se daí que, ainda que a exclusão social seja entendida como fortemente relacionada à pobreza, esses conceitos não se confundem, uma vez que a dimensão econômica constitui uma dentre as tantas dimensões desse fenômeno.

A exclusão social não se resume, portanto, à ausência de recursos materiais e suas implicações, mas é caracterizada, sobretudo, pelo posicionamento marginalizado de indivíduos e grupos na sociedade, como reforça o mesmo autor ao afirmar que:

A exclusão é um processo dialético e histórico, decorrente da exploração e da dominação, com vantagens para uns e desvantagens para outros, estruturante da vida das pessoas e coletividades, diversificada, relacional, multidimensional, e com impactos de disparidade, desigualdade, distanciamento, inferiorização, perda de laços sociais, políticos e familiares, com desqualificação, sofrimento, inacessibilidade a serviços, insustentabilidade e insegurança quanto ao futuro, carência e carenciamentos quanto às necessidades, com invisibilidade social, configurando um distanciamento da vida digna, da identidade desejada e da justiça (FALEIROS, 2006, p. 4).

Tal afirmação explicita o caráter complexo e multidimensional da exclusão social, situando-o na construção social de vulnerabilidades diversas que comprometem o pleno desenvolvimento individual e coletivo. No caso dos indivíduos inseridos no comércio informal de tapioca, na cidade do Recife, por exemplo, Oliveira (2019) aponta que a renda mensal não ultrapassa a marca de dois salários mínimos, sendo que cerca de 58% recebe até um salário. 83% dos participantes da pesquisa realizada por ela são mulheres, a maior parte possuindo carga horária de trabalho acima do permitido por lei; 50% dos entrevistados trabalha sete dias por semana, e 75% deles atua em todos os meses do ano; quanto à escolaridade, 50% afirma ter o Ensino Médio Completo como maior grau de instrução.

Em sua revisão do *corpus* da literatura sobre inclusão e exclusão social, Vinson (2009) descobriu que todas as definições de exclusão apontam ao fato de os ambientes social e físico em que as pessoas vivem estarem implicados. Os riscos de exclusão para o indivíduo são identificados por Vinson (2009) como “suporte limitado, incapacidade de acesso ao mercado de trabalho, alienação da sociedade e resultados educacionais mais pobres” (VINSON, 2009, p. 7), o que pode levar a um maior risco de privação de direitos. Warschauer (2004) sugere que a exclusão social prejudica não apenas aqueles que são excluídos, mas também a comunidade e a economia em geral.

Alvino-Borba e Mata-Lima (2011, p. 226) reforçam o caráter multidimensional do fenômeno e afirmam que “é essencial uma análise holística de todos os problemas sociais para se definir eventuais medidas de combate à exclusão social”. Esse fenômeno, obviamente, está situado em um contexto global cujas influências determinam as dinâmicas de exclusão/inclusão que possuem um eixo central fundamentado na informação e no conhecimento.

2.2.3 A Dimensão Informacional da Exclusão Social

Esse cenário é marcado pelas transformações tecnológicas que ocorreram a partir da segunda metade do século XX, incessantemente abordadas na literatura de nossa área, que ampliaram as possibilidades de conectividade e comunicação e alteraram as dinâmicas sociais, técnicas e econômicas em boa parte do globo, caracterizando a chamada interação globalizada e a competitividade dos mercados globalizados (FALEIROS, 2006), e consequente internacionalização da economia neoliberal (ALVINO-BORBA; MATA-LIMA, 2011). Apesar da utopia tecnológica que, de maneira bastante otimista, apontava para a solução de boa parte dos problemas humanos por meio do desenvolvimento de novas tecnologias da informação e da comunicação, a realidade tem apontado que os avanços tecnológicos trouxeram inúmeros benefícios mas acirraram problemas e assimetrias típicas do capitalismo, como o alargamento do hiato entre pobres e ricos (FALEIROS, 2006). Para Masuda (1980), por exemplo, na chamada sociedade da informação, o princípio da competição seria substituído pelo da sinergia, de modo que os indivíduos passariam a ter um objetivo social comum; tal afirmação, no entanto, não encontra correspondência numa sociedade em que se acirram a concorrência e a intolerância.

Para Ataíde (1997, n.p.),

A Internet permite a disponibilização de dados e informações a qualquer momento e por qualquer pessoa ou instituição. Este fato ocasiona um mundo de informações colocadas de forma desorganizada e consequentemente de difícil recuperação.

Tal fato, por si só, já gera uma atividade econômica de custos consideráveis, a organização e o tratamento da informação, que pode limitar a ampla inserção da sociedade no processo de globalização. Some-se a isso o fato de que os próprios artefatos tecnológicos não estão disponíveis a todos, uma vez que muitas pessoas ainda veem suas necessidades básicas como água e comida comprometidas. Para Civile (1995 apud ATAÍDE, 1997, p. 2), indivíduos com laços fracos, carentes de acesso a uma rede mais ampla de relacionamentos como os fornecidos pela Internet, podem ser colocados em uma posição desvantajosa. Tapioqueiras e tapioqueiros certamente estão incluídos nessa realidade.

Caidi e Allard (2005) entendem que os excluídos enfrentam problemas substanciais de informação, relativos à busca de informações relacionadas às suas necessidades de informação, que podem dizer respeito à habitação, emprego, educação e saúde. Outros estudos, tais como

os de George e Chaze (2009) e Bigelow (2010), também constataram que a informação é a necessidade mais crítica e observaram forte relação entre exclusão social e informação.

Perrotti e Pieruccini (2007, p.52) analisam as contradições dessa realidade ao afirmar que:

As novas possibilidades de produção, circulação e recepção dos signos criaram um quadro cultural em que a falta convive lado a lado com o excesso, o fortuito com o permanente, o virtual com o real, embaralhando fronteiras e percepções que alteram irremissivelmente relações com o conhecimento e o saber.

Ao que Santos, Duarte e Lima (2014, p. 39) complementam:

Examinando esse cenário, percebe-se a existência de uma dinâmica social dialética, que mesmo movida pela informação e não mais pela carência informacional, ainda pode (*sic*) ser identificados sujeitos que não possuem acesso, ou ainda não desenvolveram habilidades e competências para a busca e recuperação da informação.

A ideia de que o acesso limitado à informação restringe a capacidade de os indivíduos participarem plenamente da sociedade e tomarem decisões informadas tem sido vista, segundo Kennan *et al.* (2011), como impulsionadora do que foi denominado pobreza informacional. Chatman (1996) definiu um mundo de pobreza de informação como aquele em que uma pessoa não deseja ou não sabe resolver um problema crítico. Pessoas pobres em informação percebem-se desprovidas de quaisquer recursos de informação que poderiam ajudá-las.

Por exemplo, imigrantes, que frequentemente têm diferentes entendimentos da sociedade, porque o mundo que eles habitavam anteriormente pode ter sido muito diferente do novo mundo de seus países adotivos, podem experimentar pobreza informacional (CAIDI; ALLARD, 2005; MEHRA *et al.*, 2008). Com o tempo, a pobreza de informação pode afetar a capacidade de ampliar as redes sociais, obter emprego, manter a saúde e conquistar acesso à educação formal, criando assim um ciclo de alienação, marginalização contínua e privação de direitos para esse setor da comunidade, observam Lloyd, Lipu e Kennan (2010).

Um estudo realizado por Caidi e Allard (2005), que examinou a inclusão e a exclusão social de imigrantes no Canadá, constatou que a falta de acesso à informação cria barreiras que impedem a participação plena dos imigrantes na educação, no trabalho e na vida cotidiana. Isso pode fazer com que aqueles que não têm acesso à informação sejam cada vez mais excluídos dos principais recursos de informação e, subsequentemente, não desenvolverem a capacidade de se estabelecerem totalmente, de aproveitarem oportunidades e de participarem ativamente da sociedade.

Assim, a exclusão social é vista como um problema de informação (KENNAN *et al.*, 2011). Nesse contexto, as pesquisas sobre imigrantes no Canadá e Austrália indicam a

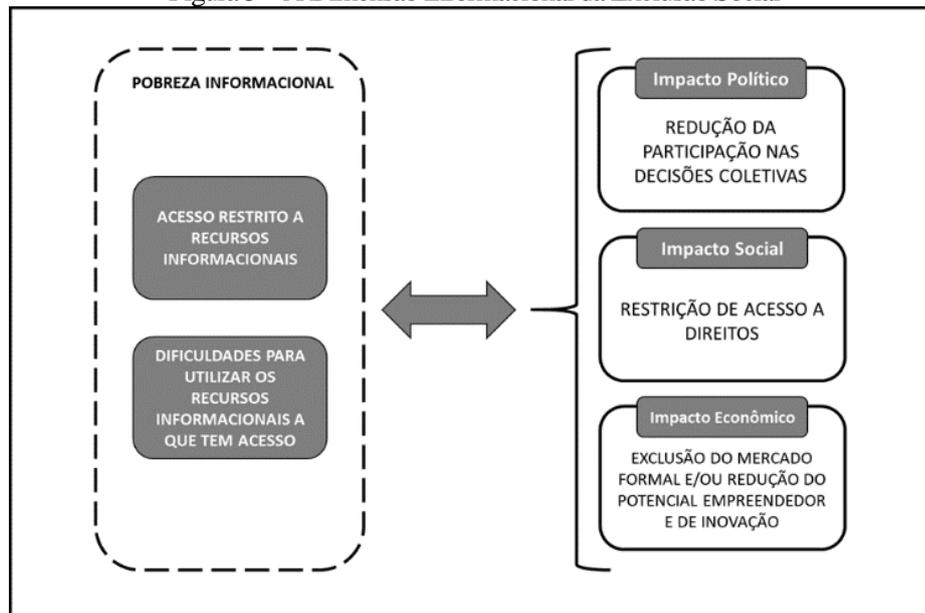
necessidade de abordar opções para acesso à informação, provisão de informação e educação informacional de modos culturalmente apropriados, que reconheçam as diferenças culturais e proporcionem treinamento e acesso àqueles que não têm acesso ou compreensão sobre tecnologias da informação e comunicação.

De modo geral, podemos afirmar, portanto, que a dimensão informacional da exclusão social está fundamentalmente relacionada ao fato de quem sem acesso às informações necessárias e sem condições de apropriar-se delas, em um quadro de pobreza informacional, os indivíduos veem reduzida sua capacidade de agir no mundo de modo protagonista, no sentido que atribui Perrotti (2017) à ideia de protagonismo, de primeiro lutador, cuja necessidade de ação no mundo comum, de todos, é existencial e relacional. Nesta mesma direção, Santos, Duarte e Lima (2014, p. 43) apontam que:

Os usuários informados e detentores de conhecimento poderão se posicionar criticamente frente às exclusões vividas e poderão desenvolver uma condição de autonomia, na medida em que serão agentes de transformação do espaço em que vivem, sentindo-se colaboradores ativos e integrantes do processo de desenvolvimento das atividades desse espaço.

Tal contexto, resumido na Fig. 5, possui impactos políticos, sociais e econômicos, dada a multidimensionalidade da exclusão social. Do ponto de vista político, a pobreza informacional reduz a capacidade de participação dos indivíduos nas decisões coletivas, nas relações com o Estado, com o mercado, com a ciência e com movimentos sociais, desde o afastamento de espaços de deliberação e controle social à incapacidade de refletir criticamente para tomada de decisão em processos eleitorais obrigatórios. Socialmente, a pobreza informacional restringe o acesso a direitos fundamentais, como saúde, educação, água, e moradia adequada (MEDEIROS, 2015), motivo pelo qual Martins (2011) aponta o caráter instrumental da informação no campo da efetivação dos direitos, na mesma medida em que consiste em um direito em si.

Figura 5 – A Dimensão Informacional da Exclusão Social



Fonte: Elaborado pelo autor.

Do ponto de vista econômico, a crescente utilização de tecnologia nos processos produtivos reduz o número de postos de trabalho e aumenta a exigência por qualificação e formação dos profissionais. Quando relacionados, esses cenários geram um ciclo no qual quem não tem acesso à tecnologia e aos recursos informacionais não terá as competências exigidas pelo mercado e quem não atender a estas exigências não será capaz de produzir renda que lhe garanta acesso à tecnologia e aos recursos informacionais. Rodrigues *et al.* (1986), já na década de 1980, apontavam para o fato de que as habilidades informacionais dos indivíduos nas organizações já passavam a ser utilizadas como critério de hierarquização de funções e cargos, com os mais habilidosos no topo da pirâmide e os menos habilidosos em sua base ou fora dela.

Assim, retirados dos mercados formais, muitos sujeitos excluídos socialmente e pobres informacionalmente lançam mão de atividades econômicas informais na tentativa de garantir seu sustento, ainda que isto não possa romper completamente com os ciclos de exclusão e pobreza. Em 2018, esse cenário de informalidade respondeu por 16,9% de todo o Produto Interno Bruto do Brasil (ETCO, 2018), consolidando uma tendência de crescimento iniciada no ano de 2016. Tsugumi (2006, p. 21 apud ALVINO-BORBA; MATA-LIMA, 2011, p. 226) considera o processo de exclusão social perverso, pois condiciona os excluídos a criarem situações que garantam a sua própria sobrevivência através do mercado de trabalho informal ou da ilegalidade.

Mesmo ocorrendo majoritariamente ao largo da interferência estatal, estas atividades não estão alheias às influências do mercado globalizado e do acirramento da concorrência, em

que a pobreza informacional se torna fator de desvantagem para organizações e empreendedores, restringindo processos de inovação que se constituem como diferenciais competitivos para as organizações no mercado formal (PORTER, 1999) e, mais recentemente, para os próprios indivíduos no mercado informal.

Em síntese, Sen (2000) aponta a pobreza e a privação de capacidades, além da exclusão no processo de governança como fatores de exclusão social. Como fatores de inclusão, o mesmo autor nos traz a segurança, a proteção, a segurança social, direitos democráticos e oportunidades comuns de participação política.

Dáí a compreensão da informação como recurso, apontada anteriormente, mas sobretudo como recurso potencialmente utilizável para superação das dinâmicas de exclusão, uma vez que se garanta condições de acesso e se desenvolvam as habilidades e competências necessárias à sua apropriação. Caidi, Allard e Quirke (2010) enfatizam ainda a importância de os prestadores de serviços ou intermediários de informação trabalharem juntos para auxiliar a inclusão social das pessoas marginalizadas e excluídas. Corroborando com o que nos trazem Santos, Duarte e Lima (2014, p. 40):

os sujeitos não se constituem como seres isolados, nem autônomos em relação à informação e ao pensar do coletivo, mas compõem conexões de informações, conhecimentos e saberes. Assim, a informação é um elemento indispensável para inserção do sujeito na sociedade, para isso instituições governamentais e não-governamentais, instituições sociais como escolas, universidades e unidades de informação, devem estar unidas para potencializar a inclusão dos sujeitos seja socialmente ou digitalmente.

Uma revisão da bibliografia e da literatura na área da CI indica que há um pequeno e lento desenvolvimento de pesquisa (ALLEN; MATTHEW; BOLAND, 2004; CAIDI; ALLARD; 2005; SRINIVASAN; PYATI; 2007) em relação à exclusão e à inclusão, e o contributo que as bibliotecas e outras agências de informação podem fazer para o desenvolvimento e empoderamento dos cidadãos. A literatura indica uma necessidade de abordar as opções de acesso à informação, provisão e educação em competência em informações de formas culturalmente apropriadas, que reconheça a diferença cultural na provisão de informações.

2.2.4 Trajetórias Possíveis para Atuação de Intermediários de Informação na Promoção da Inclusão Social

Intermediários de informação devem assumir o desafio de elaborar estratégias para desconstruir contextos de pobreza informacional, por meio da mediação e do desenvolvimento

da autonomia informacional dos sujeitos, contribuindo para garantir-lhes o direito à informação, à leitura, à cultura e à memória. Para tanto, sugere-se, de modo sucinto, dois eixos de atuação para o enfrentamento da dimensão informacional da exclusão social, que podem ser aplicados em diversos contextos, inclusive na promoção da inovação inclusiva:

a) Garantia de acesso a recursos informacionais: por meio da oferta de serviços e ferramentas de informação, em diversos formatos e estruturas, de modo a atender as necessidades informacionais dos sujeitos, em bibliotecas, arquivos, museus, serviços de assistência social, saúde e educação, promovendo também sua inclusão digital. Os suportes de informações podem incluir uma variedade de canais, uma variedade de fontes dentro dos canais e uma variedade de mensagens contidas nessas fontes (JOHNSON, 2009). Esses canais e fontes de informação são definidos por Sonnenwald, Wildemuth e Harmon (2001) como recursos de informação, os quais são determinados social e individualmente pelas situações e contextos em que se encontra o indivíduo. Como bem afirmam Santos, Duarte e Lima (2014, p. 43-44), “a informação[,] por representar um bem social, [a] que todos devem ter acesso, e se apresentar nos mais diversos suportes e tecnologias, amplia a responsabilidade dos profissionais da informação”. Tarapanoff, Suaiden e Oliveira (2002) chegam a afirmar que uma das características de nossa conjuntura socioeconômica é a banalização da tecnologia ao ponto de torná-la invisível. O acesso limitado a ela, no entanto, tem efeitos claros, e, para os mesmos autores, a “provisão do acesso democrático a toda informação publicada” (TARAPANOFF; SUAIDEN; OLIVEIRA, 2002, p. 2) é uma das principais estratégias do novo desenvolvimento social.

b) Desenvolvimento de Competências Informacionais: Acessar recursos informacionais, no entanto, não garante a superação do contexto de pobreza informacional. É preciso garantir que, uma vez que os recursos sejam acessados, os indivíduos sejam capazes de utilizá-los de modo a atender suas necessidades de informação, o que Perrotti e Pieruccini (2007) chamam de apropriação da informação. Desse modo, há que se falar em desenvolver um conjunto de competências ligadas às atividades de acesso e de apropriação da informação; em tornar os indivíduos competentes desde uma perspectiva informacional. Ao analisar a informação, o usuário competente em informação leva em consideração como e por que a informação é fornecida, considera o discurso que envolve a produção e fornecimento da informação e o processo pelo qual a informação e o conhecimento são construídos e legitimados dentro de um ambiente particular (LLOYD, 2006). Portanto, segundo esse autor, as

peças competentes em informações podem ser caracterizadas como aquelas que são enriquecidas, habilitadas e comprometidas com seus ambientes de informação. A competência informacional está alinhada à aprendizagem em contextos formais e informais (BRUCE; EDWARDS; LUPTON, 2007). Uma premissa central do conceito de competência informacional é o empoderamento das pessoas para tomar decisões e ações informadas por meio do uso crítico e reflexivo da informação, independentemente do formato. Sob o “guarda-chuva” da competência informacional, há uma série de competências pelo meio das quais o conceito foi definido e reconhecido inclusive por agências governamentais (AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS, 2006): competência informacional em saúde, que inclui o conhecimento e as habilidades necessárias para entender e usar informações relacionadas a problemas de saúde; competência informacional em prosa, relacionada à capacidade de compreender e usar informações de vários tipos de textos narrativos, incluindo jornais, revistas e brochuras; competência informacional em documento, que mede os conhecimentos e as habilidades necessárias para localizar e usar informações contidas em vários formatos, incluindo tabelas e gráficos; e competência informacional digital, a capacidade de localizar, entender e avaliar informações de computadores. A competência informacional digital é cada vez mais importante, já que os governos e as agências fornecem informações e serviços por meio da internet e mudam cada vez mais o foco da simples provisão de informações para uma expectativa de participação mais ativa dos usuários (CECEZ-KECMANOVIC *et al.*, 2009).

Ambos os eixos sugeridos incidem diretamente sobre o contexto de pobreza informacional apontado na Fig. 5, e buscar superá-lo exige a compreensão do modo como os indivíduos produzem, comunicam e usam a informação. As perspectivas de atuação aqui apontadas devem ser operadas por intermediários de informação, incluindo profissionais e cientistas da informação, sobretudo como um compromisso ético contínuo, corroborando com Schneider (2013), que afirma:

Teríamos então, no campo da ética, o compromisso, o cuidado e a competência dos pesquisadores e profissionais da CI na avaliação crítica e na gestão da dinâmica global do processo informacional como um todo, tendo em vista a promoção de acessibilidade universal à informação (correta e adequada) para o bem viver, bem como a formação também universal de competências cognitivas.

Este trecho aponta diretamente para as possibilidades de atuação levantadas nesta seção, que consideram a informação como construto imbricado numa ordem econômica, social,

cultural e política, marcada por estruturas de distribuição desigual de poder e da própria informação, quer se analisem contextos amplos ou microcosmos.

Nesta pesquisa, em que focamos o comércio informal de tapioca na cidade do Recife, consideramos que as estratégias apontadas podem contribuir com o processo de criação e desenvolvimento de soluções tecnológicas e inovadoras, que gerem e coloquem em uso novos conhecimentos e que expandam as capacidades e oportunidades das pessoas que atuam no setor, de modo que se faz necessário analisar o contexto de informação dentro do qual as pessoas estão atuando (COOL, 2001), aqui analisados desde a perspectiva das práticas informacionais.

2.3 INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO INCLUSIVA COMO ESTRATÉGIA DE INCLUSÃO SOCIAL

Atendo-se à questão das atividades econômicas informais, reflexo direto do processo de exclusão social, como afirmado na seção anterior, a inovação inclusiva tem despontado como estratégia de potencialização da ação individual e coletiva no sentido da garantia do mínimo necessário a uma vida digna e de superação das múltiplas vulnerabilidades a que os sujeitos são expostos na medida em que deixam, temporária ou definitivamente, de fazer parte da engrenagem formal do modo de produção capitalista.

Discute-se, portanto, nesta seção, a relação entre inovação inclusiva, tecnologias – compreendidas como recursos informacionais – e as atividades econômicas informais. Para tanto, partiremos da tentativa de definir o conceito de inovação inclusiva, já reconhecendo que, para além da questão da definição, várias outras questões indicam que a inovação é um fenômeno complexo. O contexto importa como a inovação é definida, concebida e compreendida.

2.3.1 Conceito e Tipologia da Inovação Inclusiva

Há um modelo de inovação dominante que Heeks, Foster e Nugroho (2014) denominam “inovação *mainstream*”. Esse modelo convencional é a inovação voltada para consumidores de média e alta renda, e seu objetivo é produzir novos bens e serviços que melhorem o bem-estar desses consumidores. Ao melhorar o seu bem-estar, mas não o dos consumidores mais marginalizados, esta foi e continua a ser uma inovação da desigualdade (OCDE, 2013).

Uma inovação pode incluir pessoas e lugares, mas é inclusiva desde que possa satisfazer as necessidades básicas de maneira equitativa e participativa (PAPAIOANNOU, 2014). Daí se

segue que os modelos emergentes de inovação não podem ser rotulados como inclusivos, a menos que haja evidência de igual satisfação das necessidades humanas básicas nesses contextos específicos de desenvolvimento. Essa evidência não deve afetar apenas a difusão de inovações emergentes, mas também sua geração. Pode-se argumentar que a inclusão da primeira depende da inclusão da segunda.

Se as condições de geração de inovações não forem equitativas e participativas (por exemplo, de baixo para cima, envolvendo igualmente as pessoas mais necessitadas e levando em conta suas necessidades), os produtos finais, por mais inovadores que sejam, serão excluídos dessas pessoas e de suas necessidades básicas. A possibilidade de inovação inclusiva no capitalismo globalizador do século XXI depende de a própria geração de novos produtos e serviços permitir processos *bottom-up* de equidade e participação para determinar as necessidades básicas que eles satisfarão.

O crescimento e a globalização de um país não necessariamente reduzirão a pobreza. Papaioannou (2014) assinala que muitas pessoas pobres, especialmente nos países em desenvolvimento, não estão incluídas (ou são excluídas) nos benefícios oferecidos pela globalização. Chataway, Hanlin e Kaplinsky (2013) apontam como exemplo a Índia que, apesar de suas recentes altas taxas de crescimento, testemunhou mais de 42 milhões de pessoas vivendo abaixo da linha de pobreza absoluta.

Preocupações sobre essas deficiências da inovação tradicional levaram a uma busca por alternativas. Na última década, houve uma série de mudanças que podem justificar a noção de que existem novos modelos de inovação para o desenvolvimento e que, de acordo com Heeks, Foster e Nugroho (2014), receberam o rótulo de “inovação inclusiva”:

- a) A inovação frugal é uma inovação que procura minimizar o uso de recursos, o custo e a complexidade na produção, constituição e operação de novos bens e serviços (cf. PAPAIOANNOU, 2014).
- b) As plataformas de inovação são mecanismos para reunir um grupo de partes interessadas com foco em inovar para abordar uma questão específica de interesse comum (cf. SWAANS *et al.*, 2014; CULLEN *et al.*, 2014).
- c) A inovação em *cluster* é a inovação que ocorre dentro de um grupo co-localizado, no qual a inovação não pode ser atribuída a nenhum indivíduo, mas a um processo de aprendizagem em grupo. Normalmente é um grupo de proprietários de micro e pequenas empresas (cf. VOETEN; NAUDÉ, 2014).

- d) Interação entre usuário e produtor é um submodelo que enfoca o aprendizado e a inovação que ocorre na conexão entre produtores e consumidores (cf. FOSTER; HEEKS, 2014).
- e) A inovação de base é inovação que “nasce das bases”, geralmente associada à inovação emergente de comunidades de baixa renda (cf. FRESSOLI *et al.*, 2014; PAPAIOANNOU, 2014).

Na realidade, o crescimento desse modo alternativo de inovação foi acompanhado por um crescimento de interesse político e acadêmico, impulsionado, particularmente, por uma percepção da realidade com uma crescente desigualdade e exclusão social. Modelos de inovação foram atraídos para esse enfoque em “desenvolvimento inclusivo” porque, como observado, a inovação convencional está associada ao aumento da desigualdade, enquanto a inovação inclusiva está associada à redução da desigualdade (COZZENS *et al.*, 2007; LAZONICK; MAZZUCATO, 2013).

Os grupos de atividades intelectuais têm debatido sobre dois aspectos da definição, a fim de conceitualizar com mais detalhes a inovação inclusiva. A primeira questão é a da identidade: quais grupos são vistos como historicamente marginalizados ou excluídos e precisando ser incluídos por novas abordagens de inovação. Grupos identificados como foco de inovação inclusiva incluem mulheres, jovens, deficientes e minorias étnicas (CODAGNONE, 2009). Mas o foco principal tem sido os pobres, aqueles com renda mais baixa (HEEKS; FOSTER; NUGROHO, 2014). A segunda questão é em qual “aspecto” da inovação o grupo marginalizado deve ser incluído. De acordo com Heeks, Foster e Nugroho (2014), o principal contraste é entre aqueles que pensam que a exclusão pode ser tratada simplesmente em termos de produtos de inovação (inovação frugal) *versus* aqueles que pensam que os grupos marginalizados devem ser incluídos nos processos de inovação (inovação de base).

Todos esses modos válidos, mas diferentes, de conceituar a inovação sugerem identificar os motivos comuns que nos permitem reconhecer as inovações onde quer que elas apareçam, particularmente em ambientes informais. Contudo, precisamos de uma definição precisa o suficiente para evitar chamar qualquer coisa de inovação, mas suficientemente vasta, para não identificar inovações apenas porque são diferentes do que estamos acostumados (COZZENS; SUTZ, 2012). Antes de sugerir um conjunto concreto de questões a serem consideradas ao pesquisar sobre inovação em ambientes informais, Cozzens e Sutz (2012) assinalam que as inovações podem ser vistas como processos e como resultados. Essa distinção torna-se desfocada quando passamos de inovadores individuais para um grupo, porque o que é uma inovação de saída para um inovador pode ser uma inovação de processo para outro

inovador. Outrossim, além do resultado concreto de uma inovação, o processo de busca de uma inovação é particularmente importante.

Privilegia-se aqui uma das abordagens de inovação inclusiva apontadas anteriormente: a inovação de base. Tal escolha se dá, primeiro, porque se reconhece que o simples acesso aos bens e produtos ofertados pelo mercado neoliberal, mesmo que a custos mais baixos, pouco contribui para a inclusão efetiva dos grupos marginalizados; segundo, pelo fato de que esta abordagem pode atender aos princípios da equidade e da participação com maior efetividade (PAPAIIOUANNOU, 2014), ampliando as possibilidades de apropriação de informação, geração de conhecimento, otimização de processos, inovação e inclusão social das/os tapioqueiras/os por meio da inovação.

2.3.2 Características da Inovação Inclusiva em Ambientes de Negócios Informais

Aplicar o conceito de inovação em ambientes de negócios informais nos desafia a localizar a essência do que é inovação nesses contextos. Fundamentando-nos em Cozzens e Sutz (2012), propomos o uso de cinco características para reconhecer, descrever e avaliar inovação em ambientes informais:

- I. Novidade.** A novidade é a primeira marca para qualquer inovação. Rogers (2003) fornece uma definição de trabalho centrada nas pessoas e não necessariamente na tecnologia ou mercado. Para esse autor, uma inovação é uma ideia, prática ou objeto que é percebido como novo por um indivíduo que a adota. Neste caso, estamos particularmente interessados em práticas e objetos que são novos para aqueles que os utilizam, independentemente de envolvimento de novidades absolutas ou relacionadas a novos conhecimentos. Ou seja, a novidade de uma prática, dispositivo ou artefato deve ser avaliada fundamentalmente em relação à comunidade que a adota; no caso da tapioca, novos sabores, recheios, modos de fazer e de comercializar, por exemplo. No entanto, se quisermos ter em mente as especificidades da inovação em contextos informais, mas ainda fazer o uso mais extenso de categorias gerais sobre inovação, devemos, na concepção de Cozzens e Sutz (2012), refletir sobre a distinção entre inovações radicais e incrementais. Essa distinção depende do contexto, mesmo que essa característica seja bastante tácita na literatura. Na análise dessas autoras, em países altamente industrializados e em ambientes formais, inovações radicais são aquelas que não são apenas novas, mas também fortemente transformadoras, dando origem a novas

indústrias ou transformações profundas das indústrias tradicionais. O que o conceito de radicalidade pode significar em contextos informais? Uma inovação nas bases pode ser rotulada de forma radical se levar a novas e importantes atividades para a comunidade ou para parte da comunidade. Por outro lado, uma inovação incremental de base, segundo Cozzens e Sutz (2012), é aquela que implica uma nova maneira de fazer as coisas (inovação de processos) ou um artefato novo ou modificado (inovação de produto) que melhora as formas mais antigas de trabalho, mas não altera substancialmente os processos de trabalho. Esses aspectos, juntamente com a novidade no sentido indicado anteriormente, fazem parte do que precisa ser avaliado nesta característica.

II. Adaptação. A adaptação é uma característica importante da inovação em todo o mundo, mas especialmente nos países em desenvolvimento e, em geral, onde as condições de escassez impedem a solução de um problema apenas "conectando" um dispositivo importado. A adaptação é muito maior do que a engenharia reversa. A adaptação pode de fato levar à inovação. Como explicam Nelson e Winter (1982, p. 124), “[...] o conhecimento de que um problema tem uma solução fornece um incentivo para a persistência de esforços que, de outra forma, poderiam ser abandonados”. Inovações em contextos informais provavelmente surgem num grau razoável, imitando ou adaptando outros desempenhos de resolução de problemas (pertencentes a outras comunidades, provenientes de uma tecnologia conhecida). No nosso caso, a incorporação de receitas *fitness*, vegetarianas e veganas, ou mesmo o modelo de autosserviço na elaboração do recheio, podem ser consideradas adaptações. Identificar essa realidade pode facilitar uma melhor compreensão do fenômeno sob análise e entendê-lo como verdadeira inovação. Aqui, temos um difícil desafio de pesquisa, observam Cozzens e Sutz (2012), porque, se a adaptação está presente extensivamente em inovação em ambientes informais (como está em outro lugar), caracterizando inovações, isso exige que o pesquisador identifique que a inovação sob exame está sendo adaptada ou imitada. Outros atores entram na cena, e a natureza e a lógica das redes em que os inovadores de base entram em contato com eles devem pelo menos ser descritas como parte da descrição dessa característica.

III. Interatividade. A interatividade de uma inovação pode ser vista como sua capacidade de promover vínculos. Neste sentido, a interatividade é um *proxy* para a dinâmica de

uma inovação, explicam Cozzens e Sutz (2012). Para avaliar a interatividade de uma inovação, as noções de vínculos para frente e para trás, propostas por Hirschman (1981), são úteis. A ideia é saber se uma inovação deverá beneficiar uma melhoria em seus insumos, sejam eles matérias-primas ou métodos de trabalho (vínculos para trás) ou se novos investimentos forem induzidos a melhor aproveitar a inovação (vínculos para frente). Por isso, conforme Hirschman (1981), as inovações em ambientes informais precisam continuar em movimento e não serem bloqueadas em uma espécie de modo circular ou estacionário. É por isso que avaliar a interatividade pode ser útil, e aqui se deve envolver toda a cadeia produtiva da tapioca, desde a produção da mandioca, da goma de mandioca até a produção e venda da tapioca. Cozzens e Sutz (2012) enfatizam que a interatividade de uma inovação também pode ser avaliada em termos de sua capacidade de manter a comunidade forte, por exemplo, porque fazê-la funcionar promove ação coletiva. Esta não é uma ligação para a frente ou para trás, mas mais como uma “ligação social” capaz de construir capital social. Construir capital social pode ser particularmente importante para caracterizar a inovação em ambientes informais.

IV. Conteúdo do conhecimento. O conteúdo do conhecimento de uma inovação é uma característica importante para avaliar suas raízes sociais e suas perspectivas futuras, evidenciam Cozzens e Sutz (2012). Qualquer inovação possui um componente de conhecimento que não precisa ser baseado em ciência. As tapioqueiras e os tapioqueiros compartilham uma série de saberes que estão em constante movimento, compartilhamento e renovação, ainda que mantenham suas bases nos métodos tradicionais de fazer tapioca. Mokyr (2002) propõe uma definição de “conhecimento útil” que, mesmo que um pouco restrito, porque não inclui conhecimento organizacional, é, no entanto, suficientemente grande para abranger o tipo de conhecimento em que a inovação em ambientes informais deve ser incorporada. Conhecimento útil “[...] trata de fenômenos naturais que potencialmente se prestam à manipulação, como artefatos, materiais, energia e seres vivos” (MOKYR, 2002, p. 3). Esse autor propõe que o conhecimento útil descreva dois tipos de conhecimento: conhecimento proposicional (relacionado ao “que”; pode ser aplicado para criar) e conhecimento prescritivo (relacionado a “como”). A ciência moderna é parte do conhecimento proposicional, mas o conceito engloba a sabedoria popular, bem como o conhecimento informal sobre a natureza. O conhecimento prescritivo consiste em instruções, manuais ou um livro de receitas (MOKYR, 2002). Este conhecimento pode

ser em grande parte tácito, adquirido e transmitido muito mais mediante o modo “fazendo, usando, interagindo” do que por meio da ciência, da tecnologia e da inovação. O que é central para avaliar o alcance das inovações originadas ou produzidas em ambientes informais é a seguinte observação:

[...] quanto maior e mais profunda a base epistêmica (conhecimento proposicional) em que se baseia uma técnica, mais provável é que uma técnica possa ser estendida e encontra novas aplicações, a qualidade do produto e do serviço possa ser melhorado, o processo de produção simplificado, economizado e adaptado para mudar as circunstâncias externas e as técnicas combinadas com outras para formar novas. (MOKYR, 2002, p. 14, tradução nossa²).

O suporte às inovações em ambientes informais deve incluir a identificação do conhecimento proposicional sobre o qual essas inovações repousam, não apenas para obter uma imagem mais precisa das inovações como tal, mas também para identificar maneiras de colocar esse conhecimento em diálogo com outros conhecimentos para ampliar a base inovativa. Além do que as pessoas sabem sobre os fatos (o que), as explicações que elas têm sobre ele (por que) e o que as pessoas sabem sobre como fazer as coisas (como), outra importante fonte de conhecimento está relacionada com “quem sabe o quê”. Este é um modo de conhecimento relacional de grande importância prática (LUNDVALL; JOHNSON, 1994) que também deve ser identificado ao estudar inovações em ambientes informais.

V. **Aprendizagem.** A aprendizagem pode ser mais ou menos relacionada com a inovação. Uma inovação pode ser um fim em si mesmo ou pode aumentar e difundir, evidenciam Cozzens e Sutz (2012). Na concepção dessas autoras, essas três sub-características das inovações em ambientes informais são fundamentais para avaliar o impacto social das inovações. Noble (2011), examinando a forma como as máquinas-ferramentas controladas numericamente foram desenvolvidas nos Estados Unidos da América (EUA) no início da década de 1950, descreve um processo no qual qualquer possibilidade de aprendizagem coletiva foi banida, eliminando qualquer contato entre os desenvolvedores da inovação e os trabalhadores da fábrica que ganharam o conhecimento prático de que precisavam para manipular as máquinas convencionais.

² “the wider and deeper the epistemic base (propositional knowledge) on which a technique rests, the more likely is that a technique can be extended and find new applications, product and service quality improved, the production process streamlined, economized and adapted to changing external circumstances, and the techniques combined with others to form new ones”

Os casos são tão comuns na agricultura que não são tão descaradamente excluídos, mas, no entanto, lá também foram introduzidas inovações sem acompanhar os processos de aprendizagem. Segundo Cozzens e Sutz (2012), a aprendizagem é um meio para a inovação. As coisas podem acontecer de forma diferente: por exemplo, apenas um pequeno grupo dentro de uma comunidade pode estar envolvido no *design* de inovação, mas, no entanto, um processo paralelo de aprendizado em torno da inovação pode ser implementado. Detectar o “viés de aprendizagem” de uma inovação é longe de ser fácil; isso só pode surgir mediante a análise qualitativa que precisa ser adaptada a cada contexto, destacam as autoras. Mas vale a pena fazer, porque, segundo Cozzens e Sutz (2012), as perspectivas de ampliação e difusão de inovações estão relacionadas às capacidades de resolução de problemas da inovação, sendo esta última aprimorada quanto mais ela é usada de forma reflexiva. A difusão só é possível se o processo de inovação permitir processos completos de aprendizagem, o que deve envolver os sujeitos diretamente envolvidos nos processos – em nosso caso, de produção e venda da tapioca. No entanto, a ampliação e a difusão, mesmo que bem relacionadas aos processos de aprendizagem, têm sua própria dinâmica. Alguns deles podem ser puramente físicos (diferentes condições de infraestrutura podem dificultar ou promover a ampliação e a difusão de uma inovação), mas outras são sociais e culturais, merecendo uma análise cuidadosa (COZZENS; SUTZ, 2012). Este aspecto é particularmente importante: quando uma inovação tem um grande potencial para resolver problemas urgentes, sua ampliação e difusão significa que várias comunidades podem lucrar com a solução. As coisas não são tão simples, pois, diferentes tipos de barreiras podem impedir que isso aconteça.

Essas características formam uma espécie de lista de verificação que ajuda, colocando esta pesquisa em torno da inovação inclusiva em ambientes informais em um ponto comum mínimo.

Segundo Cozzens e Sutz (2012), há algum tempo, a economia da inovação tem sido associada aos processos de inovação tecnológica, e seu foco de atenção tem sido o tipo de invenções que ocorrem em instituições de pesquisa formais, universidades ou empresas que fazem pesquisa e desenvolvimento (P&D)³.

³ Schumpeter (1934) via a inovação como a principal força motriz no crescimento e na mudança econômica. Todavia, uma invenção é inovadora, na visão de Schumpeter (1934), somente quando a nova ideia é incorporada à prática. Posteriormente, a ideia de sistemas nacionais de inovação introduzida por Freeman (1987) preconizava

As pesquisas sobre inovação eram tradicionalmente limitadas às empresas de fabricação e apenas recentemente foram estendidas à agricultura, às empresas de serviços e às atividades do setor público. A ideia de sistema de inovação veio a se tornar “economia da inovação” ao ampliar o conceito de inovação para processos de aprendizagem não tecnológicos, ainda que o foco empírico do campo tenha continuado em instituições formais.

Mas, na concepção de Cozzens e Sutz (2012), muitos dos conceitos centrais de estudos de inovação, no entanto, poderiam ser aplicados à inovação no setor informal, entendidos como as atividades geradoras de renda e microempresas que produzem bens legais em grande parte fora da regulamentação estatal. Indivíduos ou pequenas empresas na economia informal ainda são empresas no sentido econômico clássico e demonstraram que eles inventam, inovam e aprendem. Eles são diferentes das empresas formais em seu acesso à proteção da propriedade intelectual e potencialmente em seu acesso ao conhecimento baseado na ciência para a inovação, mas as diferenças estão em grau e não em tipo.

Além disso, Cozzens e Sutz (2012) citam alguns estudiosos da inovação, tal como Von Hippel (2005), que argumenta que os conceitos de sistemas de inovação podem ser aplicados a outras configurações, onde os atores podem ser qualquer pessoa, organização ou grupo tentando resolver um problema. Uma casa que construa uma latrina ou uma comunidade organizando seu sistema de água seriam exemplos de inovação nessas configurações informais. O objetivo não é apenas a geração de renda, mas fazer com que as tarefas da vida cotidiana sejam mais eficazes, mesmo quando os benefícios (econômicos) do produto em si sejam relativamente baixos.

A identificação das atividades de inovação como atividades de resolução de problemas permite a inclusão fácil da inovação em ambientes informais. Esse passo leva a uma associação diferente entre inovação e desenvolvimento, não se centrando completamente nos resultados econômicos da inovação, mas inclui a noção de meios de subsistência sustentáveis (COZZENS; SUTZ, 2012). Cozzens e Sutz (2012) notam, também, que essa mudança de ênfase implica outra: da inovação como uma espécie de atividade remota, com eventuais efeitos de um sistema econômico, em que os mais pobres se beneficiam gradualmente com a inovação diretamente relacionada com a resolução de problemas de subsistência. Considere-se ainda que as pessoas que vivem em ambientes informais são protagonistas desses processos.

que uma rede de instituições, incluindo pesquisas e governo, criaria um ambiente que era mais ou menos propício para inovação em nível de empresa. Juntos, esse sistema poderia aprender a ser mais efetivo por meio da capacitação, acumulação de conhecimento e experimentação.

Tecnologia e desenvolvimento têm sido integrados no trabalho de vários estudiosos, alguns deles citados por Cozzens e Sutz (2012). Na segunda metade do século XX, Stewart (1977) estava preocupado com a tecnologia e o subdesenvolvimento. A incompreensibilidade entre o avanço da ciência e a tecnologia e a resiliência da desigualdade também foram apresentadas por Nelson (1997). Esse autor indica os limites das realizações científicas e tecnológicas para lidar com os problemas que estão no coração do desenvolvimento e para o qual nosso conhecimento e compreensão são particularmente fracos.

Pisani (1984) analisa o subdesenvolvimento na África do ponto de vista tecnológico, mostrando, em particular, as armadilhas das práticas de transferência de tecnologia. Esse autor refere-se à necessidade de “re-apropriação” de tecnologias por aqueles que as colocam para usar (“reinventando” é o termo que ele escolhe) como a única maneira efetiva de alcançar não o que a tecnologia pode alcançar, mas o que as pessoas querem alcançar por meio desta, sendo essa a marca do desenvolvimento independente.

Na América Latina, segundo Cozzens e Sutz (2012), a tecnologia e o desenvolvimento foram bastante integrados no reflexo de economistas da Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL). As lições decorrentes dessas abordagens são diversas. Mas, de um modo geral, a CEPAL, pertencente à tradição estruturalista, coloca tecnologia e inovação no centro do processo de desenvolvimento por meio da sua capacidade de promover processos de industrialização e modernização.

De modo geral, entretanto, a maior parte dos estudos de inovação evoluiu desde a década de 1980 em domínios completamente distintos do trabalho acadêmico. Além disso, os estudos de tecnologia e inovação concentraram-se em questões de mensuração das atividades de Ciência e Tecnologia e na dinâmica inovadora dos setores produtivos (COZZENS; SUTZ, 2012).

2.3.3 Informação e Inovação Inclusiva em Ambientes de Negócios Informais

Mantendo a tradição dos estudos sobre inovação, as análises da relação entre informação e inovação também se concentra nos contextos organizacionais formais. Esse tem sido, inclusive, um ponto central nos debates da Gestão da Informação, campo no qual a inovação é considerada quase sempre como diferencial competitivo para as empresas (PORTER, 1999; CALANTONE; CAVUSGIL; ZHAO, 2002; MONTANHA JUNIOR *et al.*, 2009).

Para Tanev (2007, apud ARAÚJO; SILVA; RADOS, 2017, p. 108), “o sucesso no desenvolvimento de inovação em uma empresa está diretamente relacionado a sua capacidade de adquirir, gerenciar e usar informações internas e externas”. Estas informações seriam

responsáveis por auxiliar o processo de tomada de decisão das organizações e as consequências de não possuir essa capacidade de adquirir, gerenciar e usar informações seria a redução da competitividade e a perda de espaço no mercado.

Essa compreensão pode ser transposta para os ambientes de negócios informais onde as organizações dão lugar a empreendedores individuais, negócios familiares e estruturas mais simples? Em parte, sim, em parte, não.

A forma como Tanev (2007, apud ARAÚJO; SILVA; RADOS, 2017, p. 108) se refere à capacidade reflete que, no contexto organizacional, o modo como a informação é usada se deve às decisões tomadas, às políticas e modelos de gestão adotados e aos recursos informacionais pelos quais a organização opta em um processo decisório complexo, mas racional – ao menos em teoria. No caso dos indivíduos, o cenário de incapacidade, a que convencionamos chamar de pobreza informacional (CHATMAN, 1996) é fruto de um processo multidimensional de exclusão sobre o qual esse indivíduo tem pouca ou nenhuma governabilidade, como afirmado anteriormente. De modo que, ainda que se reconheça que mesmo nos ambientes de negócios informais a incapacidade de adquirir, gerenciar e usar informações também reduza as possibilidades de sucesso no desenvolvimento da inovação, as formas de superar esse contexto são estruturalmente distintas em ambientes formais e informais.

Por outro lado, os itens IV e V da seção anterior – conteúdo de conhecimento e aprendizagem, respectivamente – podem nos ajudar a compreender melhor esta relação. Ambos apontam para o intercâmbio de conhecimento que, se analisado desde a perspectiva do conceito de informação apontado nesta pesquisa (conhecimento em estado de compartilhamento) nada mais é que o próprio uso da informação. Sem acesso a recursos informacionais e sem condições de utilizá-los mesmo que tenham acesso, as pessoas envolvidas nos negócios informais já iniciariam processos de inovação distantes de duas características principais desse processo.

Isto posto, iniciativas de promoção da inclusão social de trabalhadores do comércio informal devem considerar a dimensão informacional da exclusão e a importância da informação para ampliação da capacidade de inovação. Nesse sentido, vale retomar o fato de que esta pesquisa nasce de um projeto maior, que se propõe a potencializar a capacidade de inovação das/os tapioqueiras/os, contribuindo para sua inclusão social, desde a dimensão informacional desse fenômeno, de modo que a inovação de base seria o meio para promover tal inclusão, essa sim um fim, e a compreensão das práticas informacionais desses indivíduos despontaria, portanto, como etapa inicial da oferta de recursos diversos, inclusive informacionais, que possam viabilizar a estratégia de potencialização da capacidade de inovar.

2.4 ESTUDOS DE SUJEITOS INFORMACIONAIS: BREVE HISTÓRICO

O aumento da compreensão da forma como as pessoas usam a informação é particularmente relevante para os intermediários que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, embora seja preciso reconhecer que é provável que as/os tapioqueiras/os tenham comunidades estabelecidas de seus próprios grupos linguísticos e aspectos culturais mais ou menos homogêneos.

Os empreendedores do setor informal podem ter práticas e necessidades de informação diferentes em sua rotina de trabalho cotidiana daquelas que necessitam desenvolver para navegar em um ambiente de informações em suas novas comunidades de inovação inclusiva, e isso pode afetar sua participação em um programa como esse a que por ora se propõe. Todavia, é preciso ser cauteloso. A sobrecarga de informação também pode resultar em um sentimento de exclusão social. Hancock (2009) observou que os imigrantes africanos receberam uma “[...] ‘saturação’ esmagadora de informações na chegada, mas depois de seis meses muitas dessas informações foram esquecidas” (HANCOCK, 2009, p. 14).

De modo geral, o interesse pelos aspectos relacionados ao uso da informação costuma ser associado à própria evolução e razão de ser da CI, cuja institucionalização se deu na segunda metade do século XX (LE COADIC, 1996). Tal interesse, no entanto, antecede a CI e remonta aos estudos de uso de revistas em diferentes disciplinas, durante os anos de 1920, aos estudos de usuários em bibliotecas, da Escola de Chicago na década de 30, nos Estados Unidos, e aos estudos de uso da informação científica e tecnológica realizados no final da década de 40, na Inglaterra e posteriormente em outros países (ARAÚJO, 2010), sendo esses movimentos reconhecidos como marcos fundadores dos chamados estudos de usuários ou de sujeitos informacionais. Para Wilson (1994 apud DUARTE; ARAÚJO; PAULA, 2017), o termo estudos de usuários, e, posteriormente, de sujeitos informacionais (enfocando o papel ativo dos seres humanos nos processos informacionais) compreende um vasto espectro de pesquisa que envolve tanto a CI quanto a Ciência da Computação, a Comunicação, entre outras áreas.

Especificamente no âmbito da CI, diversas tradições e correntes teóricas desenvolveram-se em torno da temática desde então, e estiveram presentes em diversos estudos e programas de graduação e pós-graduação no Brasil e no mundo (ARAÚJO, 2016), constituindo o campo dos estudos de sujeitos informacionais, que envolve, entre outros, os conceitos de comportamento informacional, práticas informacionais e horizontes de informação. Seguindo a linha de elaborar uma contextualização inicial a cada seção, apresenta-se aqui uma breve abordagem cronológica desse campo; a ordem em que as tendências serão

tratadas, contudo, não representa uma hierarquização ou uma perspectiva evolucionista, mas uma opção didática pela linearidade temporal que facilita a compreensão de seu desenvolvimento.

2.4.1 Abordagem Tradicional e os Estudos de Uso

Para Araújo (2010), até a década de 70, nos países estrangeiros, e até a década de 1990, no Brasil, os chamados estudos de usuários possuíam forte influência empirista, priorizando métodos quantitativos na busca de padrões de comportamento de usuários para a elaboração de leis “científicas” acerca o uso da informação, sendo um campo composto por “estudos de uso de informação, de perfil de comunidades de usuários e de avaliação de sistemas e serviços de informação” (ARAÚJO, 2010, p. 25).

Essa primeira tendência, conhecida como abordagem tradicional, possuía fundamentação notadamente positivista, com influência direta da Teoria Behaviorista, da Psicologia, e do Funcionalismo de Durkheim, da Sociologia, que atendiam bem à demanda de uma aplicação prática imediata, utilitarista, que aqueles primeiros estudos exigiam. Sobremaneira, pode-se afirmar que os estudos de sujeitos informacionais tradicionais estavam mais interessados em avaliar os sistemas e serviços informacionais que em compreender o seu uso e seus usuários, com o chamado *system-centered focus*.

A abordagem tradicional carecia de fundamentação teórica específica, não se dedicando à produção de modelos, mas de leis gerais de uso da informação, como o princípio do menor esforço (ZIPF, 1949). O menor esforço pressupõe que quanto menos esforço se gasta, menor probabilidade de se decepcionar ou arrepender com a escolha feita, e, por outro lado, com maior esforço também vem maior responsabilidade por escolhas e maior responsabilidade pelos erros (SCHWARTZ, 2004 apud JOHNSON, 2009). Nesses estudos, o usuário era visto como um ser passivo, que deveria adaptar suas necessidades ao sistema, e como um mero processador de informações.

A abordagem tradicional passa a sofrer críticas de pesquisadores que reconheciam suas limitações e principalmente seu caráter generalista. Suas contribuições, ainda que significativas na análise das comunidades de usuários, não explicavam satisfatoriamente os processos de uso da informação.

2.4.2 Abordagem Alternativa e os Estudos de Comportamento

De acordo com Araújo (2010), uma segunda tendência nos estudos de sujeitos informacionais surge a partir do final da década de 70, influenciada por uma abordagem cognitivista que buscava compreender o “comportamento informacional” dos sujeitos, ou seja, “o processo pelo qual os usuários sentem necessidade e se engajam na busca e uso de informação” (ARAÚJO, 2010, p. 25). Denominada por Dervin e Nilan (1986) como “abordagem alternativa”, essa tendência analisava o fenômeno informacional desde a perspectiva de seus usuários, contrapondo-se à noção anterior de que a informação possui um caráter objetivo e é dotada de sentido em si, como se observa na abordagem tradicional.

Wilson (2000, p. 49) definiu o comportamento em informação como “[...] a totalidade do comportamento humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo a procura de informação ativa e passiva e o uso da informação”. A busca da informação pode ser definida simplesmente como a aquisição intencional de informações de suportes de informações selecionados (JOHNSON, 1997, 2009).

Mesmo se colocando como abordagem alternativa, mantinha-se o pressuposto de que o comportamento em informação é altamente racional e dirigido a objetivos, como observam Case (2002) e Spink e Cole (2006). Nas análises de Johnson (2009), a racionalidade pode estar no cerne de alguns dos pressupostos incorporados na literatura articulada por Dervin (1976), tais como: há informações relevantes para cada necessidade; sempre é possível disponibilizar ou acessar a informação; e as pessoas fazem conexões fáceis e sem conflitos entre informações externas, "objetivas" e sua própria realidade interna. Johnson (2009) sustenta que a racionalidade reflete motivos, causas e explicações aceitáveis e muitas vezes está enraizada em nossas tecnologias. O racional implica pensar, pesar, refletir, enquanto a irracionalidade reflete intuições, emoção e subjetividade.

Grande parte da literatura relativa à busca de informação na CI foi desenvolvida por pesquisadores fundamentados no paradigma cognitivo, entre eles a teoria baseada na redução da incerteza (KUHLETHAU, 2004), que é aceita como fundamentalmente racional. Esta é a força subjacente das lacunas de informação de Dervin (1976) e Belkin, Oddy e Brooks (1982), frequentemente chamados de abordagem do estado anômalo de conhecimento. Como Kuhlthau (2004) sugeriu, trata-se de movimentos breves, que ultrapassam apenas a redução da incerteza e muitas vezes englobam ansiedade considerável evocada no indivíduo quando ele enfrenta incógnitas. Portanto, na visão desses autores, aquisição de informações é desejável devido ao seu valor instrumental, como, por exemplo, reduzir a incerteza.

A abordagem alternativa compreende ainda teorias como o *sense-making* de Dervin, a abordagem dos valores do usuário de Taylor, o modelo de comportamento informacional de Ellis (1989) e a abordagem baseada em processo de Kuhlthau (1991) (ARAÚJO, 2010); todas reconhecendo o papel de sujeito cognoscente do usuário, cujas estruturas mentais são alteradas durante o processo de uso da informação (CAPURRO, 2003).

Como características principais dessa abordagem, apontam-se a noção de informação como construto subjetivo, a compreensão do usuário como sujeito ativo, a análise de contextos específicos em detrimento da tentativa de elaborar leis gerais e a incorporação de categorias de análise como valores, sensações e pensamento dos usuários. A seção “Uso da Informação” da obra “A Ciência da Informação” (LE COADIC, 1996) é um exemplo representativo dessas características. No Brasil, Ferreira (1996) desponta como o autor que introduziu a abordagem alternativa nos estudos de sujeitos informacionais (ARAÚJO, 2010) e, ainda hoje, possui forte influência no campo.

2.4.3 Abordagem Social e os Estudos de Práticas

Segundo Johnson (2009), um número limitado de teorias desafia a racionalidade convencional ou pelo menos sugere a necessidade de uma compreensão mais ampla desta. Por isso, tentativas foram feitas para articular motivos subjacentes menos racionais para a busca de informação, como o Princípio do Menor Esforço de Zipf (1949) e a Teoria dos Jogos (CASE, 2002). Na década de 1990, no entanto, uma terceira e mais recente abordagem surge, influenciada pelo interesse na chamada Sociedade da Informação, de modo que se amplia a visão do processo de uso da informação por meio de uma perspectiva social e interacionista.

Para Araújo (2010), a redemocratização do Estado e a eclosão dos movimentos sociais na América Latina, a ênfase dada aos processos informacionais nas organizações e as possibilidades trazidas pelas tecnologias digitais são também fatores fundamentais para que as abordagens anteriores passassem a ser questionadas, especialmente a partir da década de 1990. Busca-se, nessa abordagem, conciliar as tradições anteriores, superando suas limitações. O modelo geral de uso da informação, proposto por Choo (2003), e o modelo *Everyday Life Information Seeking* (ELIS), de Savolainen (2008), são representantes fundamentais dessa abordagem.

O usuário passa a ser compreendido numa teia de relações sociais, que constituem e são constituídas também pelos processos informativos, carregados de uma dimensão histórica. Entre as teorias que fundamentam esta abordagem estão a Fenomenologia, o Interacionismo

Simbólico e sua ideia de que a “ação individual é construção e não um dado” (HAGUETTE, 1992, p. 28) e a Etnometodologia, compreendida como “a pesquisa empírica dos métodos que os indivíduos utilizam para dar sentido e ao mesmo tempo realizar as suas ações de todos os dias: comunicar, tomar decisões, raciocinar” (COULON, 1995, p. 30).

Para Araújo (2013, p. 7-8), a abordagem social busca conjugar “uma perspectiva microscópica de análise, vinda da Fenomenologia, com uma aproximação compreensiva, em busca dos significados, que ganhou corpo com a Hermenêutica”. Assim, essa abordagem dialoga com o conceito de informação apresentado no início desta pesquisa, na medida em que reconhece que “acessar e usar a informação é tanto uma ação cognitiva quanto, também, uma ação emocional, cultural, contextual – o usuário não é apenas uma “mente cognitiva, mas o é também” (ARAÚJO, 2012, p. 150), de modo que está em constante ação recíproca com estas dimensões. Nestes estudos, busca-se ainda privilegiar grupos e contextos que costumam ser ignorados pelas pesquisas científicas, em detrimento dos contextos institucionalizados e formais que preponderavam na pesquisa em CI de maneira geral⁴, de modo que mulheres, LGBT, prostitutas e sindicalistas passam a ter espaço nas pesquisas. No quadro abaixo, é possível observar as pesquisas desenvolvidas no âmbito do grupo Estudos em Práticas Informacionais e Cultura, vinculado ao Programa de Pós-graduação em CI da Universidade Federal de Minas Gerais, principal aglutinador de pesquisadores do tema no Brasil, e as principais características dessas pesquisas.

Quadro 1 – Historiografia do Grupo de Pesquisa EPIC (2008-2017)

Temática	Método	Papel social do sujeito informacional	Aporte teórico
Descreve e analisa as práticas informacionais das profissionais do sexo da zona boêmia de Belo Horizonte. (SILVA, 2008).	Coleta de dados: relatos, entrevistas, com gravação em áudio. Análise de dados: análise de conteúdo	Profissionais do sexo.	Práticas Informacionais; paradigma social da CI.
Busca compreender as práticas informacionais de ouvintes assíduos de rádio (PESSOA, 2010).	Coleta de dados: relatos, entrevistas, com gravação em áudio. Análise de dados: análise de conteúdo.	Ouvintes assíduos de rádio.	Descrição densa de Geertz; Dimensão emocional de Maffesoli.

⁴ Araújo (2009b) realizou um levantamento dos estudos de usuários publicados em periódicos brasileiros da CI entre 1998 e 2007 que nos permite inferir que dos 114 trabalhos recuperados 72,79% faziam referência a usuários que desempenham seus papéis sociais em ambientes formais, dos quais 33,33% eram usuários acadêmicos.

<p>Busca compreender como os idosos percebem, descrevem e atribuem significado à experiência da inclusão digital e seus efeitos na vida diária, perpassando pelo campo da sociabilidade e do comportamento informacional. (GANDRA, 2012).</p>	<p>Coleta de dados: entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>) em profundidade, com gravação em áudio. Análise de dados: análise de conteúdo.</p>	<p>Idosos que tenham se incluído digitalmente.</p>	<p>Abordagem social dos estudos de usuários; Fenomenologia social de Alfred Schutz.</p>
<p>Investiga a maneira dos professores produzirem, disseminarem e apropriarem de informações para a sua organização político-sindical, considerando as suas posições como sindicalizado, não sindicalizado, militante de organização política e dirigente sindical. (PINTO, 2012).</p>	<p>Coleta de dados: entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>). Análise de dados:</p>	<p>Professores da RMBH.</p>	<p>Práticas informacionais; aporte teórico-metodológico de Pierre Bourdieu.</p>
<p>Investiga como pessoas com cegueira congênita e adquirida interagem com a Web e como percebem sua (in)acessibilidade, buscando identificar as carências e contribuições das Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web WCAG 2.0 para a construção de websites mais adequados a esse perfil de usuários. (ROCHA, 2013)</p>	<p>Coleta de dados: entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>) envolvendo ensaios de interação, com gravação de áudio e salvamento das telas. Análise de dados: análise de conteúdo.</p>	<p>Pessoas cegas (definição pedagógica: aquelas que, mesmo com baixa visão, necessitam de instrução em braille (<i>sic</i>) ou do auxílio de leitores de tela).</p>	<p>Abordagem social dos estudos de usuários; Cognição Situada.</p>
<p>Busca indícios de como a subjetividade interfere no processo decisório, ou como os aspectos subjetivos se integram às competências individuais para influenciar esse processo. Investigou o processo decisório de bibliotecários durante a atividade de indexação em bibliotecas universitárias. (ARAUJO, 2013).</p>	<p>Coleta de dados: entrevista, análise de tarefas, protocolo verbal, aplicação do AT-9. Análise de dados: análise de conteúdo, análise do AT-9, análise de símbolos.</p>	<p>Bibliotecários universitários.</p>	<p>Abordagem clínica da informação. Teste dos 9 arquétipos.</p>
<p>Investiga as práticas informacionais dos usuários do sistema SIEX da UFMG, contemplando tanto os aspectos comportamentais dos seus usuários quanto os aspectos operacionais do sistema. (TERTO, 2013).</p>	<p>Coleta de dados: entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>) envolvendo ensaios de interação, com gravação de áudio. Análise de dados: análise de conteúdo.</p>	<p>Professores e funcionários da UFMG.</p>	<p>Abordagem social dos Estudos de Usuários; Usabilidade; Fenomenologia Social.</p>

Traça um paralelo entre biblioteca escolar e a ferramenta de busca Google enquanto canais de busca de informação, visando verificar que imagem e conceito os nativos digitais têm destes ambientes e como se relacionam com a busca, seleção e o uso da informação. (ANTUNES, 2015).	Coleta de dados: observação não participante e entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>). Análise de dados: análise de conteúdo com categorias estabelecidas a posteriori.	Alunos de escola privada nativos digitais.	Práticas informacionais; Abordagem Clínica da Informação.
Investiga os elementos simbólico-afetivos envolvidos no compartilhamento do conhecimento na relação de orientação estabelecida entre docentes e discentes de um programa de pós-graduação <i>stricto sensu</i> . (COELHO DE SÁ, 2015).	Coleta de dados: entrevista, análise de tarefas, protocolo verbal, aplicação do AT-9. Análise de dados: análise de conteúdo, análise do AT-9, análise de símbolos	Professores e alunos de um programa de pós-graduação <i>stricto sensu</i> , com conceito "7" no Sistema de Acompanhamento e Avaliação da CAPES, da área de Ciências Exatas e da Terra de uma Universidade Federal.	Gestão do conhecimento científico; Teste dos 9 arquétipos; Abordagem Clínica da Informação.
Analisa como as práticas informacionais de mães de crianças com alergias alimentares influenciam no dia-a-dia (<i>sic</i>) desses indivíduos. (BARROS, 2016).	Coleta de dados: entrevista semi-estruturada (<i>sic</i>) em profundidade. Análise de dados: codificação livre e análise de conteúdo com grade de categorias mista: a priori (a partir do modelo de análise) e liberdade de criação de novas categorias.	Mães de crianças com alergia alimentar.	Práticas informacionais (Modelos de Pâmela McKenzie e Yeoman).
Análise de práticas informacionais de clientes de serviços de estética. (MOTA, 2016)	Coleta de dados: observação não participante e entrevistas semi-estruturadas (<i>sic</i>). Análise de dados: análise de conteúdo	Mulheres que se submetem a procedimentos estéticos	Práticas informacionais: modelo de Savolainen.
Práticas informacionais de pesquisadores e gestão do conhecimento científico sob a perspectiva da cognição distribuída. (ROCHA, 2017, no prelo)	Coleta de dados: etnografia cognitiva; observação guiada pelos princípios da investigação contextual em conjunto com entrevistas contextuais guiadas pelos princípios da Distributed Cognition for Teamwork (DiCoT - Em tradução livre, Cognição Distribuída para Trabalho em Equipe). Análise de dados: análise de conteúdo com	Todos os integrantes do Grupo Integrado de Pesquisas em Biomarcadores (GIPB) do Centro de Pesquisas René Rachou (CPqRR) - Fiocruz -BH	Práticas Informacionais; Abordagem clínica da Informação; Cognição Distribuída; DiCoT.

categorias e subcategorias definidas pelo modelo de grade mista.

Fonte: Duarte; Araújo; Paula (2017).

Neste contexto, em que análises microssociológicas são aliadas a compreensões mais amplas das relações sociais, o conceito de práticas informacionais tem tomado corpo, constituindo a principal categoria de análise empírica da abordagem. Este conceito surge diante das limitações do conceito de comportamento informacional das pessoas cujas explicações não davam conta de situações em que as necessidades informacionais não eram explícitas e a busca estava relacionada ao contexto específico (ARAÚJO, 2017). Para Berti e Araújo (2017, p. 395), “as Práticas informacionais representam a busca por informação pautada na relação informacional influenciada pelas interações sociais, de modo que compreendem os sujeitos e a informação em espaços diferentes, independentes, porém recíprocos” e “na teoria social a constituição das Práticas informacionais é igualmente reforçada pela reciprocidade das significações ao destacar a interação como ‘ação recíproca’”.

O conceito é defendido inicialmente por McKenzie (2003), para quem o termo melhor compreenderia as diferentes atividades envolvidas no processo de busca e uso da informação nos diferentes contextos, e posteriormente por Tajla e Hansen (2005) e Savolainen (2007). Tajla e Hansen (2005, p. 125) afirmam:

[...] a busca e recuperação de informações são dimensões das práticas sociais e que são instâncias e dimensões de nossa participação no mundo social em diversos papéis e em diversas comunidades de partilha. Receber, interpretar e indexar informações [...] fazem parte da rotina de realização das tarefas de trabalho e da vida cotidiana.

Neste mesmo sentido, Araújo (2017, p. 221) aponta:

[...] estudar as práticas informacionais constitui-se num movimento constante de capturar as disposições sociais, coletivas (os significados socialmente partilhados do que é informação, do que é sentir necessidade de informação, de quais são as fontes ou recursos adequados) e também as elaborações e perspectivas individuais de como se relacionar com a informação (a aceitação ou não das regras sociais, a negociação das necessidades de informação, o reconhecimento de uma ou outra fonte de informação como legítima, correta, atual), num permanente tensionamento entre as duas dimensões, percebendo como uma constitui a outra e vice-versa.

Assim, compreendem-se as práticas informacionais como o conjunto de atividades desenvolvidas pelos sujeitos em torno do fenômeno informacional, inseridas em um contexto sociocultural com o qual mantêm constante interação, de modo que, na medida em que são

influenciadas por ele, também o influenciam. Tais práticas envolvem a forma como os indivíduos buscam, selecionam, acessam, interpretam e usam recursos informacionais, seja de forma intencional, visando ao atendimento de suas atividades ou de forma casual, não intencional e espontânea.

Tal conceito pode ser aplicado tanto às instâncias formais – como o trabalho, as organizações e a ciência – quanto informais das vidas dos sujeitos – afazeres domésticos, lazer, relações afetivas –, de modo que o sujeito deixa de ser visto como usuário e passa a ter um papel de protagonista nas relações com a informação (ARAÚJO, 2017). Esta compreensão fica clara no modelo *Everyday Life Information Seeking* (ELIS), proposto por Savolainen (1995), que reúne também instâncias individuais e sociais, destacando tanto a ação do indivíduo quanto as determinações contextuais sobre esta ação.

Cabe citar ainda o modelo bidimensional de práticas informacionais de McKenzie (2003), que sugere quatro etapas – a busca ativa por informação, a varredura ativa, o monitoramento não dirigido e a busca por procuração. Ambos os modelos abordam a relação entre contexto, necessidade, busca e uso de informação, que é uma questão central na pesquisa das práticas informacionais na CI.

O conceito de horizonte informacional surge, então, como auxiliar ao conceito de práticas informacionais. Dentro de um contexto, segundo Sonnenwald (1999), há um horizonte de informação no qual uma pessoa age. A autora sugere que uma pessoa, ao decidir buscar uma informação, será orientada por um horizonte de informação, no qual ela age para procurar informações. Esse horizonte de informação pode ser constituído por uma variedade de recursos de informação, tais como: a) redes sociais formadas por colegas, especialistas em assuntos, professores; b) documentos, incluindo legislação, páginas da web, livros; e, ainda, c) a partir da sua própria experiência e observação no mundo. Para a autora, os horizontes de informação, com seus recursos de informação associados, são determinados social e individualmente pelas situações e contextos sociais, culturais, econômicos e tecnológicos em que a pessoa se encontra.

Quando as pessoas interagem com recursos informacionais, uma situação de interação é construída, dentro de algum contexto. Logo, um contexto é de alguma forma maior do que uma situação e pode consistir em uma variedade de situações (SONNENWALD, 1999). Contexto é o quadro mais amplo em que o usuário potencial opera e onde as informações potenciais existem. Situação é o conjunto de circunstâncias a partir das quais uma necessidade de informação surge (McCREADIE; RICE, 1999 apud COURTRIGHT, 2007).

Por vezes, o desafio é entender como esse horizonte pode ser expandido para incluir recursos de informação apropriados às demandas informacionais de uma pessoa. Opiniões que

os colegas de alguém consideram sobre o valor de um recurso particular influenciarão as próprias opiniões sobre o valor desse recurso (SONNENWALD; WILDEMUTH; HARMON, 2001). Ou seja, o horizonte de informação se refere aos recursos a que um indivíduo precisa recorrer ao se confrontar com um problema que requer o uso de informações. No caso específico desta pesquisa, a análise compreende os recursos informacionais que um/a tapioqueiro/a necessita para inovar processos, serviços ou produtos.

Entre os métodos de análise das práticas informacionais, está, portanto, o mapeamento do horizonte de informação, com representação gráfica dos recursos de informação, como o realizado por Sonnenwald, Wildemuth e Harmon (2001), que, além disso, identificou as zonas de proximidade e afastamento desses recursos e suas inter-relações para responder a uma necessidade informacional, método que será adaptado a esta pesquisa.

Cabe reforçar, no entanto, que as abordagens não possuem caráter excludente, e sim complementar, podendo, inclusive, serem utilizadas num mesmo estudo, de modo a ampliar o escopo de análise. Nesse sentido, Araújo (2010) argumenta ainda que cada abordagem está relacionada a um dos paradigmas da CI propostos por Capurro (2003) – físico, cognitivo e social –, cuja influência pode ser percebida em cada um dos campos desta ciência, em maior ou menor escala, mas que parecem se enquadrar perfeitamente na evolução dos estudos de sujeitos informacionais.

A abordagem social/interacionista, seus estudos de práticas informacionais, assim como o próprio paradigma social, estão em emergência e em discussão permanente, e é neste contexto que esta pesquisa é desenvolvida. Tal afirmação se dá menos no sentido de reivindicar uma classificação, e mais com o objetivo de tornar claro o caminho sobre o qual se constroem as opções metodológicas aqui realizadas.

3 DO MODO DE FAZER: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa, inserida no projeto “Inovação Inclusiva: projetando recursos de informação no comércio informal da tapioca”, estabelece uma aproximação com as práticas informacionais de indivíduos envolvidos no comércio informal da tapioca na cidade do Recife, descrevendo seus horizontes informacionais, e, portanto, pode ser classificada como descritiva quanto aos seus objetivos.

Para Santos (2007, p. 26), “descrever um fato/fenômeno/processo é interessante para quem já teve uma primeira aproximação, isto é, já fez uma pesquisa exploratória. Por isso, a pesquisa descritiva é um levantamento das características conhecidas que compõem o fato/fenômeno/processo escolhido”.

Quanto à abordagem do objeto, o estudo apresenta tanto dados quantitativos quanto qualitativos, mas foca nesta segunda abordagem na análise dos dados coletados.

Quanto aos meios, o estudo lançou mão de uma pesquisa de campo em que foram aplicados questionários socioeconômicos, com vistas à compreensão das características dos indivíduos que compuseram o *corpus* de pesquisa, e uma entrevista semiestruturada, com foco nos horizontes informacionais desses indivíduos e suas práticas informacionais em torno da inovação.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA

Os instrumentos de pesquisa foram aplicados com nove tapioqueiras/os de distintas regiões da cidade do Recife, que desempenham a atividade de produção e venda da tapioca no comércio informal e não possuem qualquer vínculo profissional formal. A seleção dos sujeitos deu-se por conveniência, em função da dificuldade em se chegar a um número absoluto das/os tapioqueiras/os da cidade do Recife.

A princípio, entramos em contato com a Associação das Tapioqueiras do Recife Maria de Oliveira, fundada em 2014 com o objetivo de articular tapioqueiras e tapioqueiros para atuar na Copa do Mundo que se realizaria no Brasil naquele ano. O vice-presidente da Associação nos indicou quatro tapioqueiras/os, das/os quais conseguimos aplicar a pesquisa com três.

Como forma de prosseguir com a aplicação e minimizar os problemas deste tipo de amostragem, utilizamos uma estratégia próxima da “bola de neve” (*snowball*), pedindo aos participantes que, se pudessem, indicassem algum/a amigo/a que se encaixasse no “perfil”

das/os participantes da pesquisa. A aplicação seguiu até que percebêssemos a repetição das respostas das entrevistas, sinalizando o esgotamento da amostra.

Cientes da possibilidade de que a opção adotada pudesse produzir vieses típicos de amostragem autorreferenciada, acreditamos que esta fosse a mais adequada, considerando que nossos objetivos não incluem qualquer intenção de produzir generalizações, mas elaborar um mapeamento mais geral das práticas das pessoas que participaram deste estudo, com resultados que possam inclusive subsidiar o desenvolvimento de uma amostragem mais estruturada.

3.2 COLETA DE INFORMAÇÕES E EVIDÊNCIAS

A teoria dos horizontes de informação (SONNENWALD, 1999; SONNENWALD; WILDEMUTH; HARMON, 2001) orientou a coleta e análise dos dados. A cada encontro com uma nova tapioqueira ou um novo tapioqueiro, foi aplicado inicialmente um questionário (ANEXO A) desenvolvido por Pinheiro (2018) e já pré-testado por Oliveira (2019) – ambos no âmbito do projeto “Inovação Inclusiva: projetando recursos de informação no comércio informal da tapioca”, sob orientação da professora Nadi Presser –, que consistiu num “levantamento de um rol de dados socioeconômicas sobre suas rendas, composição demográfica familiar, nível educacional e condições habitacionais, entre outras variáveis relevantes” (PINHEIRO, 2018, p. 5).

Em seguida, a interlocutora ou o interlocutor foi solicitado, por meio de entrevista semiestruturada, a descrever seu horizonte de informação a partir de situações recentes de uso da informação no contexto da produção e venda de tapioca. Ao longo do processo, os motivamos, por meio de perguntas, para que descrevessem, com detalhe e abrangência, as suas buscas de informação, incluindo todos os seus recursos (institucionais, tecnológicos ou humanos), de modo a possibilitar o real mapeamento do horizonte de informação.

Isto posto, após explicar o objetivo da pesquisa e colher assinatura do Termo de Conhecimento Livre e Esclarecido (Anexo A), as/os entrevistadas/os responderam as seguintes questões:

- a) O que você entende por inovação? Você acredita que em algum momento produz inovação na produção e venda da tapioca? Como essa inovação costuma se desenvolver?
- b) Tente se lembrar de situações nas quais você precisou de informações para orientá-lo(a) na produção ou na venda de tapioca (legislação/curso/receita/material de venda/estabelecimento de preço/mudança de seu ponto de venda/compra de um carrinho de venda/ou outra atividade); o que você fez?

- c) Que tipo de informação você precisava?
- d) Por que essa informação era necessária? Qual tipo de tapioca ou serviço você estava desenvolvendo?
- e) Você consultou pessoas para auxiliá-lo(a) na busca pela informação? (Solicitar que os entrevistados relacionem as pessoas por ordem de consulta).
- f) Quais outros recursos você utilizou para encontrar a informação necessária? (Revistas, TV (qual canal ou programa), Internet, Vigilância Sanitária, Sindicato (qual), prefeitura municipal (qual setor da prefeitura). Solicitar que os entrevistados relacionem os recursos por ordem de consulta).
- g) Você ficou satisfeito(a) com os resultados?
- h) Você seguiria o mesmo processo (se você precisasse de informações semelhantes em outro momento)?

Por fim, convidou-se a tapioqueira ou o tapioqueiro a elaborar uma representação gráfica, uma espécie de mapa, em que indicasse os recursos informacionais que utiliza e quais as relações que estabelece entre eles, a partir de uma figura que lhe representasse.

O estudo foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa no mês de outubro de 2019, registrado sob o CAAE 22301119.4.0000.5208, obtendo parecer favorável à sua realização em 25 de novembro (parecer nº 3.722.193).

As aplicações ocorreram no dia 29 de novembro de 2019 e tiveram duração média de dezesseis minutos. A princípio, ocorreriam no Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, mas a dinâmica de trabalho das/os tapioqueiras/os exigiu que as aplicações fossem realizadas no próprio local de trabalho em que elas/es atuam.

3.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DA PESQUISA

A partir das informações coletadas, como sugerem Sonnenwald, Wildemuth e Harmon (2001), foram mapeados os recursos de informação e as interações com e entre esses recursos.

Portanto, a análise fundamentou-se na teoria dos horizontes de informação (SONNENWALD, 1999; SONNENWALD; WILDEMUTH; HARMON, 2001), que sugere que certos tipos de informações são importantes para aumentar a compreensão das práticas humanas em informação, cada uma contendo características apontadas na literatura consultada e pontos para discussão e análise. Essas informações incluem:

- a. Decisões tomadas e atividades realizadas durante o processo de busca de informações;

- b. Quando e por que os recursos de informação, incluindo os indivíduos, são acessados (e não acessados);
- c. Relacionamentos ou interconexão entre recursos de informação;
- d. Preferências individuais e avaliação de recursos de informação;
- e. A natureza proativa dos recursos de informação;
- f. O impacto de contextos e situações no processo de busca de informação.

Quadro 2 – Categorias de análise pré-estabelecidas, questões orientadoras da entrevista e pontos para análise

Categoria de análise	Conceitos relacionados às categorias de análise	Questões orientadoras utilizadas na pesquisa	Pontos para análise
Características da Inovação no Setor Informal	Novidade, adaptação, interatividade, conteúdo do conhecimento, aprendizagem. (COZZENS E SUTZ, 2012).	O que você entende por inovação? Você acredita que em algum momento produz inovação na produção e venda da tapioca? Como essa inovação costuma se desenvolver?	Identificar a compreensão e a relação dos entrevistados com a inovação e quais as características dos processos de inovação.
Necessidades de informação	Percepção da falta de conhecimento sobre determinado tema e decisão de buscar informações acerca deste. (SONNENWALD, 1999).	Que tipo de informação você precisava? Por que essa informação era necessária?	Descobrir os conceitos/palavras-chave relevantes para os entrevistados. Neste particular, identificar, descrever e analisar o contexto da necessidade de informação e as situações em que se deu a busca.
Recursos de informação	Redes sociais de informação que incluem: colegas e especialistas no assunto. Recursos institucionais como ANVISA. Recursos tecnológicos como Internet; Recursos humanos; e até a experimentação e observação do mundo. (SONNENWALD, 1999)	Você consultou pessoas para auxiliá-lo(a) na busca pela informação? Solicitar que os entrevistados relacionem as pessoas por ordem de consulta)	Quais outros recursos você utilizou para encontrar a informação necessária? (Revistas, Internet, Vigilância Sanitária, Sindicato (qual), prefeitura municipal (qual setor da prefeitura). Solicitar que os entrevistados relacionem os recursos por ordem de consulta)
Percepção do Sujeito Informacional	Atitudes frente aos resultados recuperados por meio da busca de informação, tais como: satisfação, insatisfação, buscar novos recursos para encontrar a solução mais eficiente. (SONNENWALD, 1999).	Você ficou satisfeito com os resultados? Você seguiria o mesmo processo (se você precisasse de informações semelhantes em um momento posterior)? E, se não encontrou, o que faria de modo diferente?	Identificar possíveis fatores de sucessos e insucessos na busca por informação. Analisar as características do comportamento de busca de informação.

Fonte: Produzido pelo autor com base em Sonnenwald (1999), Sonnenwald; Wildemuth; Harmon (2001) e Sanchez (2017).

A partir das análises, foi possível verificar a compreensão das tapioqueiras e dos tapioqueiros sobre a inovação, os principais recursos utilizados, preferências e ordem de consulta/acesso, possíveis fatores de sucessos e insucessos na busca por informação e recursos e competências que poderiam contribuir para a ampliação de seus horizontes informacionais. O cruzamento dos esboços elaborados pelas/os interlocutoras/es permitiu a construção de uma matriz gráfica que aponta os recursos e suas relações.

Durante toda a análise os nomes das/os tapioqueiras/os foi substituído por um esquema de identificação que varia de T01 a T09, de acordo com a ordem de participação na pesquisa.

As entrevistas foram gravadas com o auxílio de aparelho celular e toda a transcrição foi realizada de forma manual.

4 DA DEGUSTAÇÃO: RESULTADOS E DISCUSSÕES

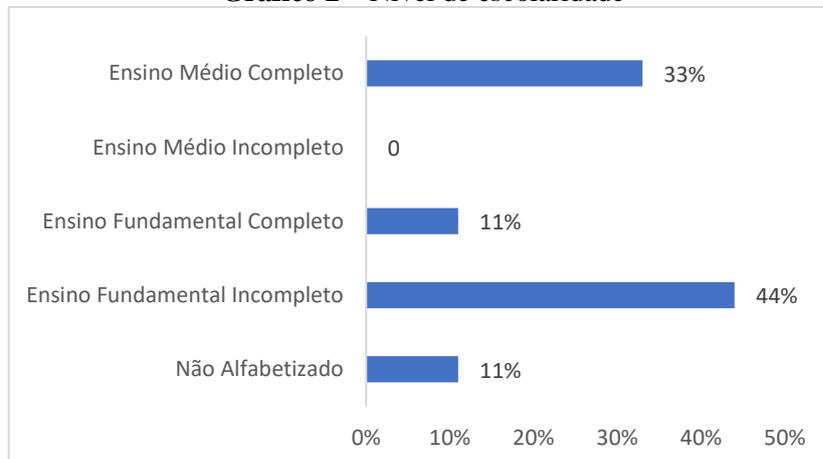
A seção de Resultados e Discussões encontra-se subdividida em quatro subseções: inicialmente apresentaremos o produto dos questionários aplicados, de modo a compreender as características socioeconômica das/dos participantes da pesquisa, sua trajetória no comércio informal de tapioca e a dinâmica do trabalho que exercem. Em seguida, apontamos a compreensão das/os entrevistadas/os acerca da inovação no seu cotidiano com base nas características da inovação em setores informais propostas por Cozzens e Sutz (2012). Procederemos, então, à análise dos horizontes de informação, identificando suas necessidades de informação, os recursos que utilizam para atendê-las e suas percepções sobre os processos de busca e uso da informação que têm operado.

4.1 QUEM SÃO AS/OS ENTREVISTADAS/OS E COMO TRABALHAM

Como afirmado na seção que trata dos procedimentos metodológicos, iniciamos a pesquisa com cada tapioqueira/o, aplicando um questionário cujas perguntas estavam agrupadas em três categorias: informações socioeconômicas, informações gerais do empreendimento e produção e venda de tapioca (Anexo B).

Os nove participantes registraram uma média de idade de 48 anos, sendo que o mais jovem possuía 29 anos e a mais idosa 62. Destes, sete eram mulheres e apenas dois homens; todos se identificaram como indivíduos cisgêneros. Quanto a cor ou raça, 56% delas/es se declararam pardas/os, 33% brancas/os e 11% negras/os. O gráfico abaixo aponta os dados acerca da escolaridade das/os entrevistadas/os.

Gráfico 2 – Nível de escolaridade



Fonte: Elaborado pelo autor.

É importante afirmar que os dois homens entrevistados possuíam ensino médio completo, enquanto apenas uma das sete mulheres havia concluído esta fase; entre elas, uma não era alfabetizada, quatro possuíam ensino fundamental incompleto, uma possuía ensino fundamental completo e uma concluiu o ensino médio. De modo geral, pode-se afirmar que a escolaridade média entre os tapioqueiros é mais elevada que entre as tapioqueiras. Nenhum/a participante chegou ao Ensino Superior.

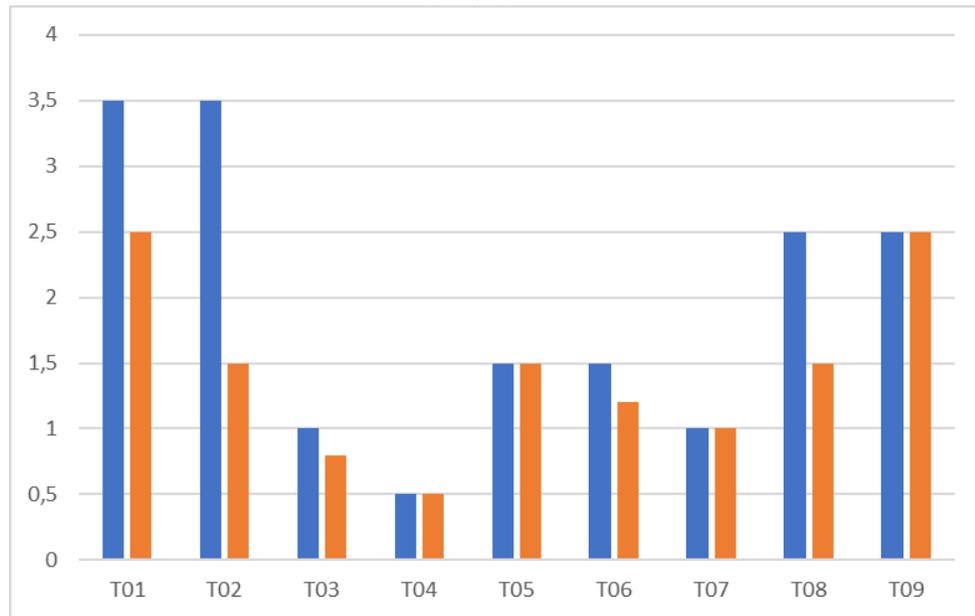
Quanto ao estado civil, quatro são casadas/os, três solteiras/os e duas/dois viúvos. Sobre os bairros de residência, cinco moram em bairros do Recife, três em bairros de Camaragibe e um de Olinda - cidades da Região Metropolitana que estabelecem fronteira com o Recife – o que reforça a noção de padrão metropolitano nuclear das metrópoles brasileiras, (MARTINHO; SILVA; AJARA, 2016). Para estes autores, as grandes metrópoles do nosso país são:

conformadas por um centro aglomerado e dotado das funções de centralidade de serviços, emprego e infraestrutura, com alta densidade populacional, enquanto os municípios vizinhos formam uma periferia, preferencialmente local de moradia, geralmente carente de serviços de infraestrutura e com baixa oferta de trabalho (MARTINHO; SILVA; AJARA, 2016, n.p.).

Seis entrevistadas/os moram em casas próprias, duas/dois em casas alugadas e um/a em imóvel cedido. Cabe ressaltar que, entre os/as que possuem casas próprias, especialmente as tapioqueiras, reforçou-se o fato de que suas residências foram conquistadas graças à tapioca. Todas/os as/os entrevistadas/os possuem filhos/as, sendo que seis possuem dois filhos/as, duas/dois possuem um/a filho/a e um/a possui três filhos/as. Duas/dois entrevistadas/os moram sozinhos; sete moram com mais alguém, variando de um coabitante (um/a entrevistado/a), dois coabitantes (quatro entrevistadas/os), um/a entrevistado/a mora com mais quatro pessoas e outra/o mora com mais cinco.

No que diz respeito à renda, três dados foram analisados: renda familiar mensal, colaboração da renda obtida com tapioca na renda familiar mensal, e renda mensal obtida com a tapioca. No Gráfico 3, representamos, aproximadamente, a relação entre a renda total mensal (azul) e a renda obtida com a tapioca (laranja) para cada um/a dos/as entrevistados/as.

Gráfico 3 – Renda familiar mensal (em azul) *versus* renda obtida com a venda da tapioca (em laranja) em SM



Fonte: Elaborado pelo autor.

A renda familiar mensal varia do seguinte modo: até meio salário mínimo (SM) – um/a entrevistado/a, até um SM – duas/dois entrevistadas/os, de um a dois SM – duas/dois entrevistadas/os, de dois a três SM – duas/dois entrevistadas/os, de três a quatro SM – duas/dois entrevistadas/os. Para quatro delas, todas mulheres, a renda familiar mensal vem toda da tapioca, as/os outras/os cinco possuem outras fontes de renda, em geral de trabalhos informais desenvolvidos pelos cônjuges.

Oito entrevistadas/os vendem outros produtos além da tapioca e um vende apenas tapioca. Cabe aqui esclarecer uma questão que não estava prevista na pesquisa, mas que influencia diretamente a dinâmica do trabalho. A venda fixa de tapioca está diretamente relacionada ao horário e ao público em que está focada a venda; um grupo possui foco no café da manhã e no lanche da tarde (três tapioqueiras/os), com atuação mais intensa no início da manhã e no final da tarde, enquanto o segundo grupo foca no horário do almoço e do jantar (seis tapioqueiras/os).

O primeiro grupo localiza seus pontos de venda em espaço de trânsito de pedestres, vende apenas as tapiocas tradicionais (coco e coco com queijo) a preços mais baixos, e como produtos complementares comercializa apenas beiju, manuê (ambos feitos com a goma da mandioca), e bebidas não alcoólicas, a renda obtida no comércio informal está nos estratos mais baixos. O segundo grupo obtém as maiores rendas com o comércio informal, possui tapiocas com recheios diversos (calabresa, frango, charque, cheddar, carne de sol, catupiri, doces), localiza seus pontos de vendas próximos a grandes pontos comerciais, *shoppings*, cursos e

faculdades e atende a clientes que consomem tapioca no almoço ou no jantar com preços que chegam a ultrapassar os sete reais. Além da tapioca, esse grupo vende bolos, salgados e cachorro-quente. Independente do grupo a que fazem parte, a maioria esmagadora, oito, tem a tapioca como produto de maior saída. Apenas um/a das/os entrevistadas/os, integrante do segundo grupo, vende mais cachorros-quentes que tapiocas.

Todas/os as/os participantes possuem pontos de venda fixo fornecidos pela Prefeitura do Recife. As sete tapioqueiras tiveram seus pontos determinados pela Prefeitura, sendo que apenas uma pode discutir com um arquiteto qual seria um ponto viável. Quanto aos tapioqueiros um herdou o ponto de sua mãe e o outro optou pelo ponto por conta da visibilidade para os clientes.

Os equipamentos e instalações foram adquiridos majoritariamente de pessoas físicas (sete), um/a obteve de grande empresa e um de pequena empresa. Cabe ressaltar que o município, em meados do ano de 2013, passou a exigir a troca dos antigos tabuleiros por carrocinhas e a substituição dos fogareiros de carvão por fogões e chapas a gás. Oito das/os entrevistadas/os conseguiram comprar seus equipamentos e instalações com recursos oriundos da própria venda da tapioca, enquanto um utilizou um valor obtido como indenização por demissão de um trabalho anterior.

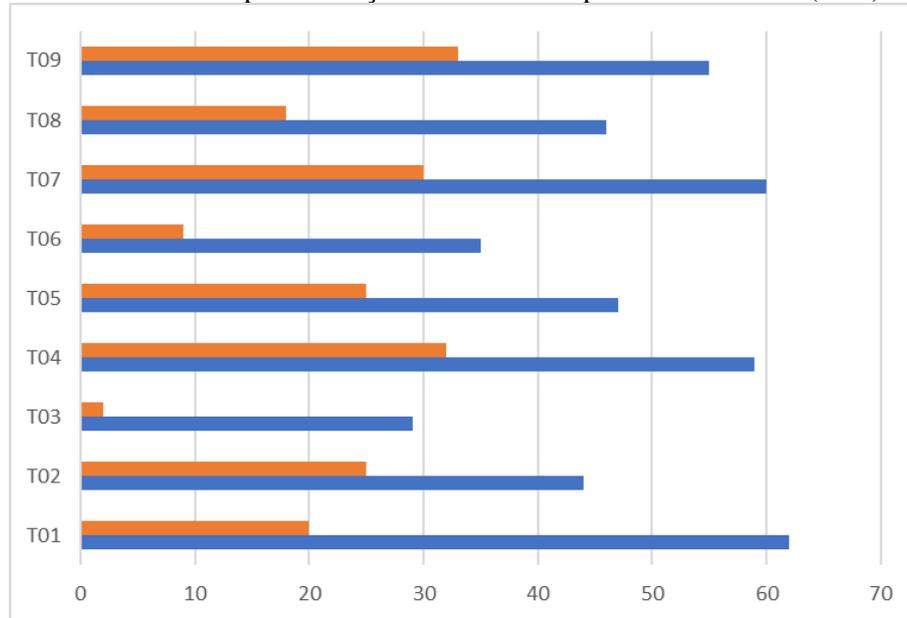
Quatro entrevistadas/os moram perto dos seus pontos de venda. As/os outras/os cinco moram em localidades distantes, havendo, inclusive, as/os que moram em outras cidades e realizam movimentos pendulares que, para Martinho, Silva e Ajara (2016, n.p.), “refletem o distanciamento entre o local de moradia e o local de trabalho, estando, portanto, condicionados pelo processo de produção e ocupação do espaço”. Duas/dois participantes utilizam carro para chegar ao ponto de venda, um/a utiliza moto, um/a vai ao trabalho de ônibus, mesmo número que utiliza metrô, um/a utiliza metrô e ônibus e três chegam ao ponto de venda a pé.

Os dois tapioqueiros saíram de algum outro trabalho antes de iniciarem a venda da tapioca, tendo sido um autônomo e o outro contratado por CLT. As sete tapioqueiras sempre exerceram a venda de tapioca como atividade econômica. Nas falas das interlocutoras fica claro que essa sempre foi a única possibilidade de garantir seu sustento, enquanto para os interlocutores a venda da tapioca só surgiu como possibilidade após outras atividades terem se encerrado.

Quanto ao atual tempo de permanência no atual ponto de venda apenas uma tapioqueiras possui mais de dez anos, trinta e um anos exatamente. Os outros estão há menos de oito anos o que reflete, sobretudo, as intenções da gestão do Prefeito Geraldo Júlio (PSB), iniciada em 2013, em reordenar o comércio informal na cidade. A mudança de ponto mais recente se deu

há três meses, na zona norte da cidade, por conta da maior visibilidade do ponto e sem a intervenção da Prefeitura. Todas/os as/os outras/os foram realocadas/os por exigência da Prefeitura. O tempo médio de atuação no comércio informal de tapioca é de 22 anos, variando de dois a 33 anos.

Gráfico 4 – Tempo de atuação na venda de tapioca *versus* idade (anos)



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

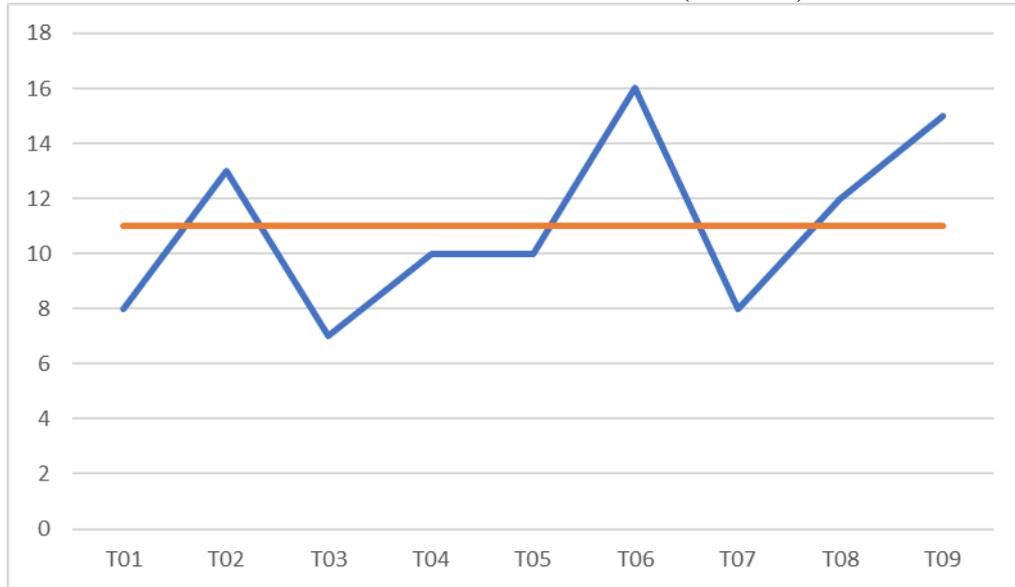
No gráfico acima, relacionamos esse dado (laranja) à idade de cada um/a dos/as entrevistados/as (azul), o que demonstra que, em média, cada um/a deles já dedicou 44% de sua vida a esta atividade. Apenas um tapioqueiro e uma tapioqueira já venderam outro tipo de produto no mercado informal.

Como motivo para ingresso no mercado informal de tapioca, cinco participantes indicaram a tradição familiar – mãe, tias e irmãs que já atuavam neste setor – um/ delas/es indicou também a falta de oportunidade no mercado formal, um/a apontou o rápido retorno do investimento, um/a apontou a necessidade de complementar a renda familiar e um/a indicou apenas a falta de oportunidade no mercado formal. Poucas vezes durante a pesquisa as/os interlocutoras/es fizeram referência ao mercado formal.

Quatro entrevistadas/os trabalham sozinhas/as, quatro possuem a ajuda de um familiar e um/a possui a ajuda de um amigo. Nenhum dos ajudantes possui remuneração explícita pelo trabalho, uma vez que em geral dividem a mesma casa e a renda serve para o pagamento de despesas coletivas.

Quando questionadas/os sobre a duração do trabalho, todas/os afirmaram trabalhar todos os meses do ano, com pausas mais longas apenas por motivos de saúde. A jornada média diária, incluindo tempo de preparo da goma e dos recheios é de onze horas.

Gráfico 5 – Jornada de trabalho diária (em horas)



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Sete delas/es atuam de segunda a sexta, uma atua de segunda a sábado e uma de domingo a domingo, sendo esta última a que exerce a maior jornada semanal (112 horas). No gráfico abaixo, detalha-se a jornada diária de cada entrevistada/o em comparação com a média (laranja). Apenas um tapioqueiro possui jornada inferior a 40 horas de trabalho semanais.

No que diz respeito à forma de pagamento, 6 vendem apenas à vista e 3 aceitam pagamentos à vista e nos cartões de crédito e débito. Quanto à contabilidade do negócio, oito afirmam fazê-la mentalmente, sem nenhum registro; apenas uma possui apoio de um contador, uma vez que é vinculada ao SEBRAE, e precisa prestar contas mensalmente à instituição. Cinco entrevistadas realizam contribuição previdenciária como microempreendedoras individuais, quatro não fazem qualquer tipo de contribuição – entre elas/es os dois tapioqueiros.

De modo geral, a heterogeneidade é a maior marca do perfil das/os tapioqueiras/os que participaram desta pesquisa. Como tendência, é possível apontar que mulheres acima dos quarenta anos são a maioria e que para elas, a tapioca se mostrou como única alternativa de sustento ao longo da vida, seguindo uma tradição familiar que ultrapassa gerações. Do mesmo modo, suas famílias nucleares (esposos e filhos/as) também estão envolvidas no negócio que, muitas vezes, é a única fonte de renda da família.

Jornadas exaustivas, ausência de férias e descanso remunerado são características que demonstram a desproteção a que a esmagadora maioria destes trabalhadores está submetida. Ainda que a renda total obtida com a venda da tapioca, por vezes, nem seja tão baixa, a renda *per capita* das famílias refletem um contexto de poucos recursos disponíveis, capazes muitas vezes de prover apenas o básico. As tapioqueiras falam com muito orgulho das conquistas que obtiveram com a venda da tapioca, quer sejam conquistas materiais, como um automóvel ou a casa própria, quer sejam imateriais, como aquelas relacionadas à educação das/os filhos, expressas em frases como “Minha filha também estudou na Federal; terminou Arquitetura. Leve um cartãozinho dela, por favor, pra nos ajudar na divulgação” (T02).

Os dados coletados por meio do questionário corroboram com aqueles apresentados por Oliveira (2019) e mais uma vez reforçam a multidimensionalidade da exclusão social. Quando questionadas/os sobre a jornada de trabalho, por exemplo, as/os entrevistadas/os demonstraram dificuldade em acessar serviços de saúde, retomar a educação formal ou buscar alternativas de qualificação profissional. As referências ao poder público são feitas, na maior parte das vezes, no sentido de seu poder regulador sobre a atividade do comércio informal, inclusive funcionando como propulsor de inovações a partir de suas exigências.

Na próxima seção, inicia-se a apresentação dos dados qualitativos obtidos a partir das entrevistas. Neste momento, especificamente, trataremos das características da inovação no setor informal de produção e venda da tapioca, a partir da percepção das/os próprias/os tapioqueiras/os e de sua relação com as contingências que lhes são impostas cotidianamente e que influenciam diretamente seu potencial inovador e sua disposição para inovar.

4.2 CARACTERÍSTICAS DA INOVAÇÃO NO SETOR INFORMAL DE PRODUÇÃO E VENDA DA TAPIOCA

O primeiro bloco de questões da entrevista semiestruturada (O que você entende por inovação? Você acredita que em algum momento produz inovação na produção e venda da tapioca? Como essa inovação costuma se desenvolver?) buscou compreender o que as/os tapioqueiras/os compreendem por inovação e como se percebem neste processo, por meio da comparação das falas das/os entrevistadas/os com as cinco características propostas por Cozzens e Sutz (2012) – novidade, adaptação, interatividade, conteúdo do conhecimento e aprendizagem.

Mesmo com alguma dificuldade em responder às questões, quase todas/os as/os interlocutoras/es fizeram referência à criação de algo novo, de se ajustar a novas demandas e exigências, como bem demonstram as falas das/dos tapioqueiras/os 01 e 09.

Criatividade né? Renovar, quer dizer, não é... faz parte de uma inovação você criar, você cria para inovar né? Você tem que criar primeiro e que aí fica dentro... Essa palavra de renovação né? (T01)

Inovação é uma coisa que a gente tem que inovar, de todo jeito. Eu já tou procurando para inovar, todo ano eu procuro inovar. Preço, sabores, mudando... Mudanças de sabores, tudo a gente tem que inovar. [...] Muitas vezes, muitas vezes eu inovei, e tou inovando de novo que eu já tou com outros projetos de novos sabores. (T09)

Por outro lado, a inovação é compreendida como ações pontuais inseridas num processo histórico evolutivo, o que se alinha à argumentação de Fernandes, Novy e Singer (2013, p.384, tradução nossa⁵), para quem “as inovações sociais geralmente surgem devido a um contexto específico e a um caminho histórico perseguido pelos atores sociais”. Muitas/os tapioqueiras/os referiram-se à evolução nos recheios, nas embalagens e nas instalações como processos inovativos ao longo de sua atuação no comércio informal de tapioca:

Inovação, assim, se for em termo do alimento que eu vendo, no tempo de minha mãe só era o que? Tapioca só de queijo, só coco. E hoje em dia não, hoje tem vários sabores, tem frango, tem carne de sol, tem charque, tem elas doces. Então, assim, fez com que o mercado visse de outro modo a tapioca em si, como era só coco e queijo, então assim quase que diziam “ah tapioca eu não quero”, mas hoje em dia tem tanta inovação de tantos recheios que ela tomou conta do mercado, a tapioca. (T06)

Fiz porque quando eu comecei a vender tapioca, a gente vendia só tapioca de coco, só coco, depois começou a colocar tapioca de queijo com coco, e vendi muitos anos tapiocas assim de queijo com coco; aí depois foi que surgiu mudar de sabores, assim. Aí veio as tapiocas de charque, de frango, calabresa, essas coisas. Pronto, aí foi o que a gente inovou de tapioca, né?! Aí tem as tapiocas doces, com leite condensado. [...] Eu vendia no tabuleiro, quando eu comecei foi no tabuleiro, com fogão de carvão e trabalhei muitos anos assim. E depois que mudou, né? Fiscal... A Prefeitura não quis mais fogão de carvão na rua, não quis mais tabuleiro. Aí comprei a carroça, comecei a trabalhar no gás; tirou os tabuleiro, tirou os fogão de carvão, aí passou pra carroça... Melhor, né? Eu saí, aí fiquei na assadeira, aí da assadeira fui pra chapa, e aí a gente vai criando... Melhorou bastante. (T07)

Eu inovei o equipamento de trabalho, eu inovei tudo relacionado ao trabalho. A chapa, que quando eu comecei eu trabalhava num tabuleiro, com fogão de carvão depois passei para fogão de gás e hoje eu trabalho com chapa. Antes eu vendia só tapioca de coco e queijo, hoje eu tenho uma variedade maior. Então isso é inovação. (T08)

⁵ “social innovations often emerge due to a specific context and a unique historical path pursued by social actors.”

Recorrendo à classificação de Cozzens e Sutz (2012), em termos de novidade, pode-se afirmar que as inovações desenvolvidas pelas/os tapioqueiras/os ao longo dos anos, são inovações incrementais de base, já que se tratam de nova maneira de fazer coisas que já eram feitas (inovação de processos) – assadeira, chapa a gás, carroça – ou um artefato novo ou modificado (inovação de produto), como as tapiocas com novos recheios, coloridas e que incorporam novos ingredientes. Em ambos os casos, é possível perceber que as inovações que melhoraram as formas mais antigas de trabalho sem alterar substancialmente os processos.

Muitas das inovações desenvolvidas estão relacionadas à adaptação de mudanças realizadas em outros setores de venda de alimentos, ou em outras regiões onde há venda de tapioca. O uso de embalagens descartáveis, apontado por alguns/mas dos/as entrevistados/as, já era comum na venda de salgados e bolos, por exemplo; o saquinho branco, típico do cachorro-quente, em determinado momento passou a envolver a tapioca, garantindo a aparência de limpeza e segurança, questão central da venda de alimentos nas ruas. Do mercado de comida saudável, em ampla expansão nos últimos anos, foram incorporados ingredientes vegetais como salada de beterraba e cenoura e sementes de linhaça e chia. Das pizzarias e redes de *fast food* chegaram os queijos *cheddar* e *catupiry* e até o molho *barbecue*. De outras regiões, observa-se a intenção de trazer a tapioca ensopada, comum nas ruas de Fortaleza, no Ceará.

A experiência de vida que acho que eu já tenho bastante, como eu falei pra você tenho 20 anos de tapioca, e você vê a necessidade de embalagem, como não tinha antigamente. Hoje em dia eu trabalho com o que? Trabalho com pratos descartáveis trabalho com papel alumínio, e uma bolsazinha branca que é o símbolo da limpeza né? O branco é o símbolo da limpeza... E você com o tempo, no dia a dia, você vai vendo as necessidades que procura, tanto nos sabores como na embalagem que é importante né? Para se transportar a mercadoria. (T01)

O cliente fala; o cliente chega e fala: "Olha, irmã, eu viajei pra tal lugar, aí lá eu vi assim e assim, filmei e trago pra senhora". Eu gosto. eu digo "Eu adoro quando vocês fazem isso". Então, eu entro muito na internet, e no "Face". Aí eu tou com outros sabores agora para botar de novo na tapioca. [...] Agora vem uma doce, que é com coco, leite condensado, que a turma tão pedindo a mim também, a "tapioca ensopada"... É... Já vou fazer assim também. Vou fazer tudinho para botar. A gente tem que inovar. Quanto mais a gente inovando, a gente vende, a gente lucra, a gente ganha. (T09)

Do mesmo modo observa-se que as inovações são desenvolvidas a partir do contato com clientes, fiscais da Prefeitura, familiares, amigos e fornecedores, promovendo uma construção coletiva capaz de fortalecer a comunidade das/os tapioqueiras/os.

Tipo sabores, a gente tentou mudar os sabores... Até a goma da tapioca, mudar um pouco as cores da goma da tapioca; é branca, a gente colocava couve, beterraba, cenoura na goma para mudar um pouco, mas como eu falei, não foi

para frente porque nossos clientes são assalariados e fica meio pesado para eles; ai tem que ser tradicional. (T02)

Agora se você montar um tipo de tapioca que ninguém tem, um tipo de recheio que só você tem, um negócio exclusivo ai você vai ter que botar pra degustação e ver se as clientes aceita aquele produto né? (T03)

Assim às vezes eu digo só a opinião, mas quando eu digo “vou fazer” é eu mesma. É mais assim de um recheio novo, aí eu pergunto “E aí, o que tu acha de eu fazer isso?” Aí é bom e pra inovar... (T06)

Ah sim, com minha irmã, minha mãe, com as amigas próximas que eu trabalho, em casa com minha filha, os fornecedores... Mais ou menos isso. (T08)

[..] para inovar, eu converso com as meninas "vamo fazer assim, vamo botar mais recheio". Pronto, eu tenho uma tapioca de suco de beterraba, suco de cenoura... Faz o suco, joga na massa, aí ela fica colorida, mais nutriente... Eu tenho elas também. (T09)

As/os tapioqueiras/os valorizam profundamente a experiência de pessoas mais velhas e que já atuaram ou atuam há mais tempo no comércio de tapioca. Mesmo recorrendo também recursos de informação formais, o desenvolvimento de inovações sempre passa pela busca de conhecimento intergeracional.

Eu procuro assim, conselho de pessoas mais velhas que já trabalhou, "E aí, mãe, que tu acha de eu fazer isso, e tal?"; alguma coisa assim vou no Youtube e tal, dou uma olhada de cara mais experiente. [...] Irmão, pro meu trabalho sair bem, o tipo de informação já vem da minha mãe, né? Porque minha mãe faz muito tempo que trabalhou na rua, já me ensinou como fazer também, já veio da minha avó que trabalhava num interior e fazia. Aí o que?! Minha mãe já trabalhou vendendo as coisa na rua, aí querendo ou não já tem uma experiência na rua e ela passa pra mim, tá entendendo?! Como que é pra eu fazer. Mas só que a gente nem sabe tudo, é bom sempre a gente se informar. (T03)

É justamente, com pessoas que já comprou, que teve experiência, que deu sucesso na experiência... Tem que haver uma pesquisa antes pra não entrar num barco furado, numa roubada. Então a gente sempre tem que pesquisar, tem que saber, tem que buscar orientação de pessoas que viveram aquela situação. A gente não pode simplesmente meter a cara sem planejamento. (T08)

Inovar, nesse contexto, significa estar em constante aprendizagem, difundindo as experiências que deram certo para si e incorporando as experiências que funcionaram para os outros. Para tanto, o contato pessoal, no dia a dia, e a existência da Associação das Tapioqueiras do Recife, com seu grupo de *Whatsapp*, são utilizadas como ferramenta de aprendizagem coletiva.

Tem, o pessoal da Associação, a gente entra muito em contato com a turma da Associação. A gente tem até um grupo, de *Whatsapp*, da Associação todinha,

a gente entra em contato, em comunicação, se tá assim. As meninas encontra frango mais barato, aí "tal canto tá mais barato", é assim. Tem que trabalhar unido, se a gente tem uma Associação, tem que ser unido. (T09)

As pessoas são os fornecedores, as minhas colegas que vende tapioca que são mais informadas que eu, porque elas participaram do projeto [Qualicopa⁶] aí vou me informar com elas. (T07)

A inovação é vista como vantagem competitiva e como estratégia de sobrevivência no mercado, garantindo um diferencial com vistas à fidelização da clientela. No entanto, é possível perceber que as/os tapioqueiras/os que vendem tapioca como almoço/jantar, como apontado na seção anterior, possuem uma compreensão mais ampla e uma preocupação mais profunda com a necessidade de inovar, de compartilhar conhecimentos e de se manter em constante atualização.

No quadro a seguir, resumimos a compreensão de cada um/a dos/as entrevistados/as acerca da inovação e sua participação nesse processo.

Quadro 3 – Características da inovação no setor informal

T01	Criatividade, Novidade, Dificuldade por conta da crise financeira.
T02	Criatividade. Dificuldade por conta da crise financeira e diante da concorrência e do baixo poder aquisitivo dos clientes.
T03	Diferenciação da concorrência, destaque no mercado, qualidade.
T04	Vantagem competitiva, Atendimento ao turista, Dificuldade diante do baixo poder aquisitivo dos clientes.
T05	Vantagem competitiva.
T06	Evolução histórica por demanda do mercado, Diferencial competitivo.
T07	Evolução histórica por demanda do mercado e exigência do poder público, Melhoria.
T08	Novidade, Novos Horizontes, Outros Caminhos, Evolução Histórica.
T09	Imposição contínua do mercado para atender à demanda dos clientes, diferenciação e qualidade.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Em síntese, podemos afirmar que para as/os tapioqueiras/os entrevistadas/os a inovação consiste num processo historicamente situado, movido pelo criatividade, e que consiste na criação de novidades para atender à demanda dos clientes e dos órgãos reguladores,

⁶ Curso de qualificação profissional ofertado às/aos tapioqueiras/os do Recife, no ano de 2014, com o objetivo de prepará-las/os para atuar na Arena Pernambuco durante os jogos da Copa do Mundo FIFA, realizada naquele ano. O curso, ofertado pela Secretaria de Trabalho, Qualificação e Empreendedorismo, do Governo do Estado em parceria com a Prefeitura do Recife, teve quatro meses de duração e contou com módulos de empreendedorismo, manipulação de alimentos e língua estrangeira. Das/os participantes no projeto, quatro foram selecionadas/os para atuar nos jogos, vendendo tapiocas ao preço de R\$ 8,00, com expectativa de venda de 5.000 unidades de tapioca por jogo.

contribuindo para sua diferenciação no mercado, para a qualidade dos produtos comercializados e para a sobrevivência do seu negócio; os processos de inovação estariam, no entanto, limitados por questões financeiras.

4.3 NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO DAS/OS TAPIOQUEIRAS/OS

Cunha e Cavalcanti (2008, p. 257-258) definem necessidade de informação como:

informação necessária ao desempenho adequado das atividades de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos. Essas atividades podem ser relacionadas com a resolução de problemas, tomada de decisão, pesquisa científica, produção agrícola e industrial, educação e cultura.

Le Coadic (1996) afirma que conhecer as necessidades de informação permite compreender por que um indivíduo se envolve num processo de busca de informação. Nesse sentido, segundo a classificação desse autor, a informação necessária à inovação inclusiva pelas/os tapioqueiras/os seria uma necessidade derivada em função da ação, produzida por exigências materiais para realização de uma atividade profissional específica e “condição necessária à eficácia dessa ação” (LE COADIC, 1996, p. 42).

Devadason e Lingam (1996) propõem a existência de três tipos de necessidades de informação: as expressas ou articuladas, as necessidades não expressas das quais o sujeito está ciente, mas não gosta de expressar e as necessidades latentes ou inativas que o sujeito desconhece. Trataremos aqui apenas da primeira categoria, uma vez que abordaremos apenas as necessidades expressas pelas/os tapioqueiras/os durante as entrevistas.

Nesse sentido, questionamos às/aos entrevistadas/os: “Que tipo de informação você precisava? Por que essa informação era necessária?”. O quadro abaixo resume as respostas obtidas em cada entrevista.

Quadro 4 – Necessidades de informação

T01	Informações Financeiras, informações sobre saúde e segurança na manipulação de alimentos, informações sobre gestão de negócios.
T02	Informações sobre sabores, sobre matérias-primas.
T03	Informações sobre gestão de negócios, informações financeiras, informações sobre equipamentos e instalações.
T04	Informação sobre articulação política e atendimento ao turista.
T05	Informações sobre matérias-primas, embalagens, equipamentos e instalação.
T06	Informações sobre equipamentos e instalações, informações sobre novos recheios, informações sobre matérias-primas e embalagens, dinâmica dos estabelecimentos do entorno.

T07	Informações sobre recheios, matérias-primas, gestão de negócios.
T08	Informações sobre equipamentos e instalações, informação sobre manipulação de alimentos, informação sobre novos sabores, empreendedorismo, informação sobre incidência política.
T09	Informações sobre tapioca em outros lugares, Informação sobre manipulação e empreendedorismo, Informações sobre matérias-primas.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Desse modo, as necessidades de informação foram agrupadas em quatro categorias, detalhadas a seguir.

- a) **Informação sobre produtos:** preços, qualidade, rendimento, validade, variedade, goma, recheios, embalagens, equipamentos e instalações.

Informações em relação a preço, em relação no geral, custo de tapioca, custo daquele produto, por quanto ficaria, que é o custo daquele produto... Para a gente trabalhar na rua e se sentir seguro do que tá fazendo, né? [...] (T01)

Esse ano mesmo, se Deus quiser, eu vou tá querendo trocar essa carroça, botar um forno embutido bem topado mesmo, show de bola. Daqui pra lá, daqui pra metade desse ano ou antes disso, se tu passar por aqui tu ver eu não vou tá com isso aqui mais não. [...] Preço, tudo tá entendendo?! Olho, se sair mais barato, o cara mandar fazer, se eu compro já numa empresa que fornece isso aí e empresa que fornece sai muito caro, sai uns seis mil, sete mil conto uma bicicleta dessa tá ligado? Aí eu tou vendo em conta mandar fazer ela. (T03)

É sobre isso, a chapa, sobre o carrinho... porque quando um canto tá mais barato a gente vai lá né? Sim, pra minha renda ser mais né? (T05)

Pesquise sim, sempre tenho que ter os preços para poder saber... Sim, tudo eu pesquiso. De embalagem a recheio, tudo sempre pesquiso. (T06)

Eu precisava de que, de mudar né? De mudar de tapioca. [Essas informações] Eram necessárias para melhorar, né? (T07)

Eu preciso assim de que seja mais barato, que seja melhor para trabalhar, que o produto seja bom porque não adianta você ir atrás de um produto barato e não ser bom e que não rende, aí não adianta. Vai correr atrás de uma coisa mais barato que vai sair mais caro pra você, aí não adianta. [...] Na época que nós fizemos um curso de QUALICOPA, na Copa do Mundo de 2014, eles tiveram bastante atenção com respeito a tudo. Foi um curso que nós fizemos que ele abriu nossos olhos, para tudo, tanto para embalagem como o dia a dia como manusear a tapioca, como deixar sempre aquele ponto limpo para o público ver que a coisa está... Embora seja um comercio informal de rua, mas que eles nos orientaram para trabalhar dentro do padrão que é para funcionar esse tipo de trabalho feito na rua. (T09)

- b) **Informação sobre processos:** armazenamento de matérias-primas, modos de produzir, saúde e segurança alimentar, armazenamento e exposição do produto acabado, venda, atendimento ao turista, divulgação.

Na época que nós fizemos um curso de QUALICOPA, na Copa do Mundo de 2014, eles tiveram bastante atenção com respeito a tudo. Foi um curso que nós fizemos que ele abriu nossos olhos, para tudo, tanto para embalagem como o dia a dia como manusear a tapioca, como deixar sempre aquele ponto limpo para o público ver que a coisa está... Embora seja um comércio informal de rua, mas que eles nos orientaram para trabalhar dentro do padrão que é para funcionar esse tipo de trabalho feito na rua. (T01).

Tipo sabores, a gente tentou mudar os sabores... Até a goma da tapioca, mudar um pouco as cores da goma da tapioca. [...] Porque minha filha viu no colégio que ela estuda e me falou e a gente foi procurar, ir atrás. Ela fez: "Mãe, por que a senhora não muda?"; aí a gente tentou mudar para ver. É bonitinha as cores, mas o pessoal não gostou. (T02)

É, e se diferencia no mercado. Porque as meninas sempre diz "eu ando aqui por todo canto, mas tapioca diferente só aqui que é a sua, tanto é diferente como é boa, e o atendimento também", entendeu? O atendimento é a coisa mais importante no comércio da pessoa, do ser humano é o atendimento. Se não tiver... [...] Em 2014, quando o Governador Eduardo Campos, a Copa veio pra cá, né? Aí ele propôs pra gente para fazer um curso durante 6 meses, para atender a turma que viesse de fora, aí ali teve professor de Empreendedorismo, teve professores de Manipulação, a gente entendeu um pouco, o básico do inglês tudinho para a gente atender e eu gostei muito do Empreendedorismo e da Manipulação. Ali eu aprendi 50%... eu já trabalhava, mas aprendi 50%, você acredita? Com as meninas, as professoras. (T09)

- c) **Informação sobre o ambiente:** normas, regulamentos, exigências legais, dinâmica das instituições do entorno, calendário de eventos, articulação e incidência política, políticas públicas, previdência.

As tapioqueira de Olinda têm direito a festa, tem uma praça para as tapioqueira... A gente tem não sei quantos anos aqui na rua e não tem isso aí. Eu desejo ter... Elas não são melhores que a gente né? Todas tapioqueira são iguais, tudo são comerciantes, então, eu desejo isso. Festa pra gente trabalhar, um lugar para a gente trabalhar junto com todas as tapioqueiras... Turismo, porque isso aqui é uma comida típica. É isso que a gente deseja. (T04)

Na realidade, eu dependo dele né? Que essa rua aqui sem cursos, sem escola, sem o pré-Enem, é uma rua deserta sem eles. Assim, eu venho porque tenho clientes do shopping, tem as meninas do salão, mas a minha clientela maior são os do curso, então assim eu tenho que saber o dia, a hora que vai começar, se vai ter, se não vai ter... Tanto que é pra eu poder trazer todos meus produtos do dia, a quantidade certa, pra não sobrar, pra não faltar... Então eu tou sempre por dentro de tudo. (T06)

Agora uma coisa que inovou muito para mim e para associação das tapioqueiras foi um curso que a gente fez em 2014 direcionado a trabalhar na Copa, que foi curso de manipulação de alimento, empreendedorismo e inglês, oferecido pelo Governo do Estado e pela Prefeitura do Recife, que abriu novos

horizontes assim para nós tapioqueiras, que até então existia umas que não trabalhava com tapioca recheada. A gente começou a trabalhar, a ir para eventos; teve uma turma que foi para Arena Pernambuco, outras foram trabalhar no Marco Zero. Todo carnaval a gente se reúne no Marco Zero e trabalha lá, inclusive estamos tentando um espaço melhor no Marco Zero, pro ano todo e não só pro carnaval, entendeu? E esse curso aí para quem faz parte da associação de tapioqueiras abriu novos horizontes. (T09)

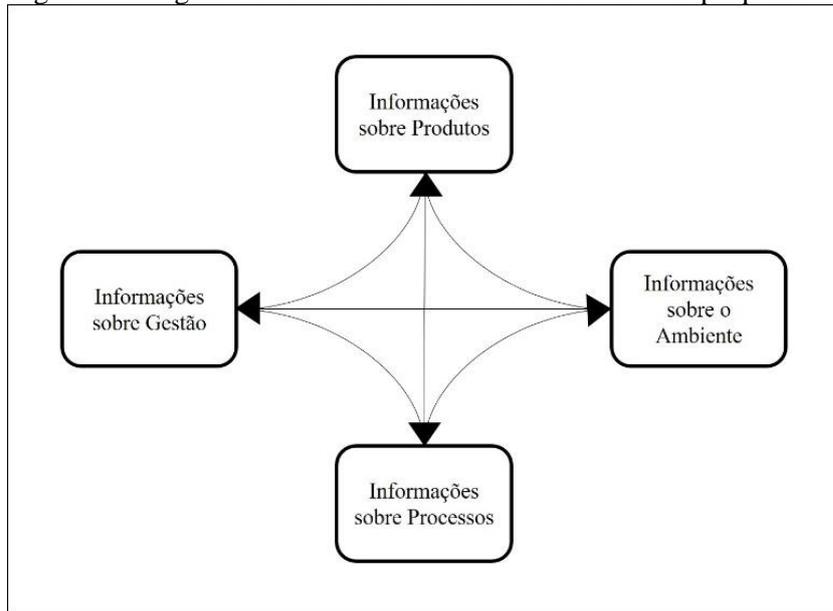
- d) **Informação sobre gestão:** controle de finanças, receitas e despesas, custos fixos e variáveis, empreendedorismo.

É necessário, devido o mercado, a desigualdade com relação a preço, tem muita gente que trabalha na rua e não tem ideia de nada, não sabe... Quer dizer, ela compra, vê o preço, mas não sabe chegar a um preço final pra se trabalhar; aí às vezes ou vende barato demais ou vende caro demais. É isso estraga o mercado né? (T01)

É... Como a quantidade de recheio, porque se você for abrir um ponto assim fixo, no caso, você não vai saber quanto você vai cobrar porque vai vir conta de luz, conta de água, tá entendendo?! Aí você tem que saber quantas gramas bota de recheio e tal, quanto de goma vai ser peneirado... Igual a uma McDonalds da vida que ali é tudo balanceado. É ver o custo que vai sair, pra você ter uma base pra querer assinar a carteira de um trabalhador, aí você tem que saber uma base de preço pra você ganhar dinheiro, pagar seu aluguel, pagar sua conta de luz e sobrar um dinheirinho pra você. Ai isso aí que eu vejo só, assim uma informação legal que poderia ser pro cara era isso aí, tá entendendo?! [...] Eu acho porque se você chegar, abrir um ponto sem saber como vai começar, sem saber... Porque tudo hoje a turma quer carteira assinada, tudo direitinho, você poderia montar uma cafeteria pra pessoa, e poderia hoje tá bem, né, velho? (T03)

De todo modo, as quatro categorias estão intimamente relacionadas no dia a dia das/os tapioqueiras/os, como demonstra o esquema abaixo. Informações sobre preço das matérias-primas influenciam a quantidade de produtos vendidos no dia, que também é influenciada por informações ambientais. Assim, não se pode afirmar que exista um ordenamento pré-estabelecido entre estas necessidades e elas surgem na medida em que distintas atividades são realizadas.

Figura 6 – Categorias das Necessidades Informacionais das/os Tapioqueiras/os



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Na análise, chama a atenção a ausência de registros sobre as vendas; todo o controle é feito de forma mental. Apenas a tapioqueira 09 produz um registro contábil mensal por exigência do SEBRAE, que também exige os comprovantes de pagamento da contribuição previdenciária, mesmo se essa não produz um registro diário por tipo ou recheio. Ainda que boa parte delas/es reconheça a importância de usar informações sobre a gestão do negócio, quase nenhum/a produz informações a este respeito de modo que possam ser usadas posteriormente.

Por outro lado, como já afirmado, nem toda necessidade é explícita e consciente. Muitas vezes, as/os entrevistadas/os fazem uso de informação que sequer perceberam que necessitavam, uma vez que esta informação surge de forma proativa, por meio dos clientes, fornecedores, fiscais e colegas de profissão. Nesses casos, o uso da informação se dá de maneira tão naturalizada que se perceber como um sujeito informacional é um desafio.

Para Devadason e Lingam (1996, n.p., tradução nossa⁷), as necessidades de informação são influenciadas por fatores como

a variedade de fontes de informação disponíveis; os usos para os quais as informações serão destinadas; background, motivação, orientação profissional e outras características individuais do usuário; sistemas sociais, políticos, econômicos, legais e regulatórios que cercam o usuário; e as consequências do uso da informação.

⁷ The range of information sources available; The uses to which the information will be put; The background, motivation, professional orientation and other individual characteristics of the user; The social, political, economic, legal and regulatory systems surrounding the user; and The consequences of information use

Desse modo, cada tapioqueira/o possui e percebe necessidades de informação muito particulares, o que nos fez buscar identificar tendências e padrões sem, no entanto, supor que esse grupo corresponda a um aglomerado monolítico e homogêneo de sujeitos.

4.4 RECURSOS INFORMACIONAIS

Identificadas e categorizadas as necessidades de informação, partiremos para a análise dos recursos informacionais utilizados no atendimento dessas necessidades, primeiro fator apontado por Devadason e Lingam (1996). Moscoso (1998, p. 329) define recursos de informação como “meios e bens que permitem adquirir, expandir ampliar ou comunicar conhecimento a fim de resolver uma necessidade ou executar uma atividade”⁸.

Na tentativa de estabelecer limites entre as ideias de recursos e fontes de informação, termo bastante recorrente na CI, a autora aponta que ao primeiro está relacionada a ideia de que a informação é um bem cuja gestão é a base para os processos de tomada de decisão; e acrescenta ainda que o conceito de recurso está intimamente, mas não intrinsecamente, ligado à noção de aparato tecnológico. Por outro lado, no estabelecimento dessa diferença, a autora aponta que os recursos não podem ser analisados isoladamente, mas como parte de um sistema, enquanto as fontes podem ter valor em si mesmas; um recurso de informação pode incluir fontes primárias e secundárias, já as fontes ou são primárias ou secundárias; e o que é mais importante para nós, a fonte de informação não gerencia informação por si só, enquanto os recursos sim, um catálogo não gera pontos de acesso, uma base de dados, por sua vez, o faz baseada em um desenho pré-estabelecido por um *software*.

Desse modo, o conceito de recurso de informação parece expressar com maior proximidade aquilo que buscamos analisar nesta seção, uma vez que incluem produtos, serviços de informação e até mesmo indivíduos: os meios utilizados pelas/os tapioqueira/os para atender suas necessidades de informação ao longo do(s) processo(s) de inovação. Para tanto, durante a aplicação dos instrumentos de pesquisa, solicitamos que as/os entrevistadas/os respondessem às questões “Você consultou pessoas para auxiliá-lo(a) na busca pela informação? Quais outros recursos você utilizou para encontrar a informação necessária?”, pedindo para que eles relacionassem esses recursos por ordem de consulta, além de solicitar que eles esboçassem seu horizonte de informação com o auxílio de lápis, prancheta e papel.

⁸ medios y bienes que permiten adquirir, ampliar, precisar o comunicar conocimientos, con el fin de resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.

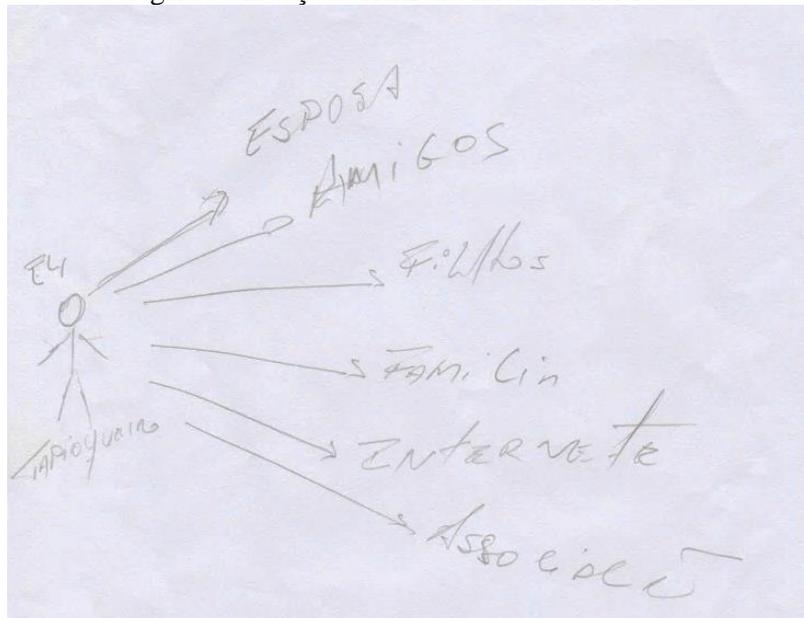
O tapioqueiro 01 demonstrou certa dificuldade em relacionar os recursos utilizados. Isso não significa que não utilize nenhum recurso, mas costuma fazê-lo de forma naturalizada. Quando questionado sobre as pessoas a quem recorre, afirma:

Não tô procurando ninguém [...] das vezes que eu fiz foi sempre tudo do curso que nós fizemos e eu que ainda tenho certa experiência [...] O pessoal da associação, estamos parados, devido a um apoio que nós não temos que deveria ter um apoio; a Prefeitura deveria dar um apoio e isso. [...] Família nos ajuda, a gente conversa. [...] Os amigos conversam, quem dá mais apoio a gente são as pessoas que estão do nosso lado. [...] [Sobre as/os outras/os tapioqueiras/os] faz tempo que a gente não se reúne, só por zap, só conversando e tal, mas não é... Agora mesmo a gente está tentando pegar um fornecedor para fornecer com um preço mais acessível, quer dizer, juntando, nós trabalhando juntos, consegue até um preço melhor, tem um poder de barganha maior, né? (T01)

Acerca de outros recursos de que faz uso, o tapioqueiro 01 só relaciona a internet, por meio do motor de buscas do *Google*. “No momento, eu tou só na internet. Uma coisa que eu quero saber, eu geralmente procuro na internet. [...] Coloco lá no Google e vou direto pra ele, ele já cai, ele mostra diversos exemplos. Aí por aí a gente tem certa base das coisas, né?” (T01).

Apesar de o entrevistado ter citado a necessidade de apoio da Prefeitura, esta foi a única citada durante a entrevista que não esteve em seu esboço, como é possível visualizar na Fig. 7.

Figura 7 – Esboço do Horizonte Informacional T – 01



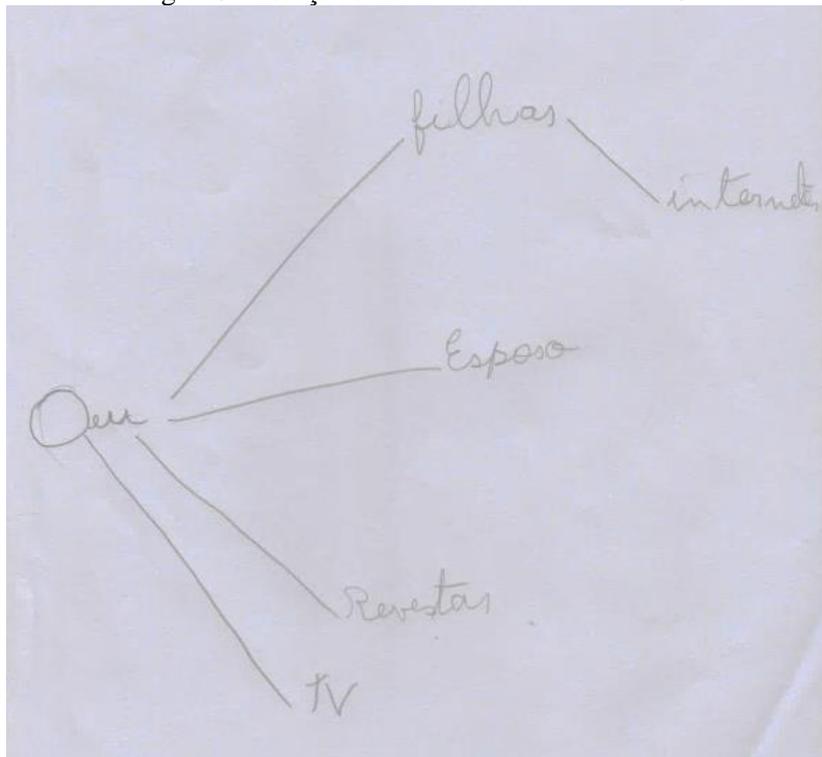
Fonte: T01 (2019)

A tapioqueira 02 apresentou a família, e especialmente os filhos, como principal recurso de informação utilizado. É por meio dos filhos, inclusive, que ela acessa recursos como revistas e internet.

Eu fui atrás, eu e meus filhos, a gente foi na Internet saiu procurando e foi atrás. [...] Só a gente de casa mesmo. A gente inventou, disse: 'Vou fazer assim', inventei e fiz. [...] minha filha olhou na revista e na internet. A gente olha sempre. [Sobre as/os outras/os tapioqueiras/os] ninguém tira dúvida não, cada um que se vire (T02).

Quanto aos outros recursos, além das revistas e da internet, em seu esboço, a tapioqueira incluiu a televisão como recurso utilizado.

Figura 8 – Esboço do Horizonte Informacional – T02



Fonte: T02 (2019)

O tapioqueiro 03, recorre a familiares e fornecedores para obter informação e ainda aponta o SEBRAE como um recurso em potencial uma vez que pretende ampliar sua compreensão sobre a gestão de seu negócio, como é possível observar em sua fala:

Um tipo de informação novo, eu não procurei ainda não, tá entendendo?! Assim questão de administrar, tenho esse meu ponto que é informal a questão é que eu até tava conversando que esse ano eu tava pretendendo fazer um curso no SEBRAE, que a turma disse ele indica você muito bem para administrar bem seu ponto. Aí eu to vendo se esse ano vai dar tempo de eu ir lá no SEBRAE para fazer esse curso, para se formalizar melhor né? [...] Quando eu procuro informação nova eu coloco a cara dura, é na rua. Vejo um cara arriando goma, vou lá e pergunto. Vou pra CEASA, tá entendendo?! Eu faço isso aí, vou pra um canto e pra outro, onde tá mais caro eu não compro, corro para outro fornecedor, eu faço isso aí. [...] Eu procuro assim conselho de pessoas mais velhas que já trabalhou, "E aí, mãe, que tu acha de eu fazer isso, e tal?". (T03)

Sobre outros recursos utilizados, inclui a internet, onde acessa o *Youtube* e as redes sociais, livros e pouco uso da televisão.

Alguma coisa assim, vou no Youtube, e tal; dou uma olhada de cara mais experiente. [...] Televisão muito pouco. Eu gosto só de Youtube e sigo aqueles cara que fala de Empreendedorismo, tá entendendo?! Que já são bem sucedidos. [...] Instagram e Facebook, tá entendendo?! Eu sigo os cara, os cara tem umas ideias boa. Leio livro também, tá entendendo?! (T03)

Em seu esboço, no entanto, relacionou apenas amigos, familiares e o *Youtube*.

Figura 9 – Esboço do Horizonte Informacional – T03



Fonte: T03 (2019)

A T04 afirmou trabalhar sozinha e não recorrer a ninguém quando precisa de informação. “Eu não procuro de ninguém, procuro eu mesmo. Eu oro e Jesus mostra. As tapioqueiras não dão entrevista de nada não, elas não têm comunidade com a gente não, cada qual que viva pra si.” Sobre outros recursos, afirmou ver algumas coisas na televisão e utilizar internet na casa do filho, com seu apoio, de modo que o filho também se torna um recurso intermediário. “A gente às vezes aprende naquele negócio que passa no Globo Rural, né? [...] [Sobre internet] É meu filho tem, eu uso na casa dele” (T04). Esta tapioqueira também fez referência ao Curso Qualicopa, realizado no ano de 2014 pela Prefeitura do Recife e pelo Governo do Estado. “A gente fez curso, com Eduardo Campos [ex-governador de Pernambuco], a gente foi apresentada a tudo. Agora, ele morreu, aí pararam a entrevista com a gente, mas a gente era a gente. Ainda fez curso, todas as tapioqueiras aqui do Recife fez curso” (T04). Uma

vez que não era alfabetizada, a tapioqueira preferiu não desenhar seu esboço de horizonte informacional.

Quando questionada sobre as pessoas a quem recorre, a tapioqueira 05 afirmou conversar com familiares que também atuam no comércio informal de tapioca. “Sim, com minha família, porque quase toda minha família é tapioqueira” (T05). Por outro lado, afirmou não fazer uso de nenhum outro recurso informacional, o que foi fielmente expresso em seu esboço.

Figura 10 – Esboço do Horizonte Informacional – T05



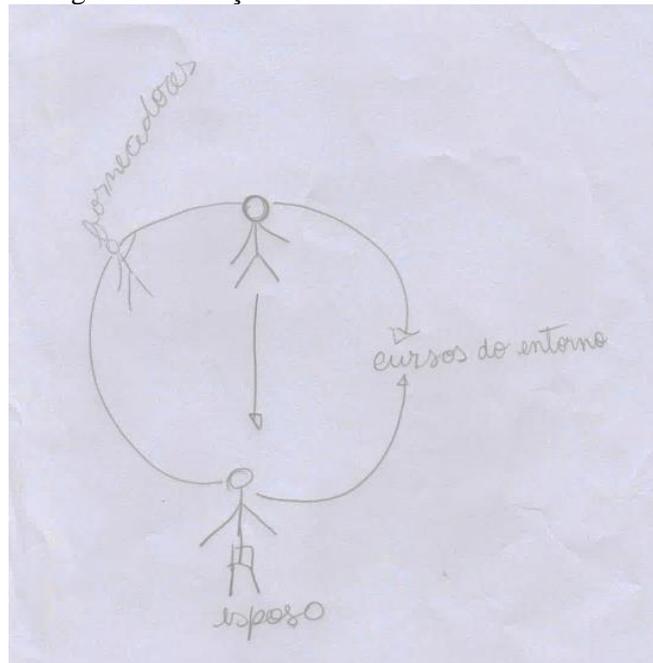
Fonte: T05 (2019)

A tapioqueira 06 afirma contar com o apoio do esposo e de fornecedores na busca por informação, além das pessoas dos cursos do entorno de seu ponto de venda e seus clientes.

[Sobre o esposo] Assim às vezes eu digo só a opinião, mas quando eu digo “Vou fazer”, é eu mesma”. Sempre as pessoas do curso, graças a Deus o local que eu trabalho são pessoas maravilhosas. Então, assim, às vezes não precisa nem perguntar, elas mesmas vem dar a informação e meus clientes também. (T06)

Apesar de não haver citado diretamente os fornecedores durante a entrevista, a tapioqueira 06 os incluiu no seu esboço.

Figura 11 – Esboço do Horizonte Informacional – T06



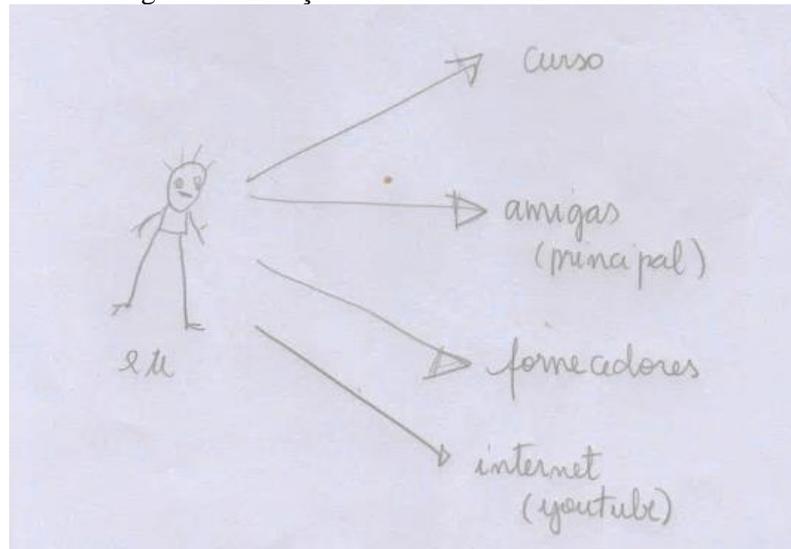
Fonte: T06 (2019)

A tapioqueira 07 também fez referência ao curso do Qualicopa e valorizou a experiência das companheiras que concluíram o curso, com quem costuma buscar informação. Afirmou ainda que procura informação com os fornecedores e que faz uso da internet para encontrar novos sabores no *Youtube*, mas que as informações encontradas não representam novidade.

Teve um projeto que era lá na, ali perto da Dantas Barreto. Eu ainda participei, fiquei no projeto das tapioqueiras, um bocado de... Passou uns dois meses ainda e não quis mais ficar. Mas lá o projeto foi bom, lá mostrou um bocado de coisa, de novidade, tapioca de sabor e essas coisas...Uns projetos. [...] As pessoas são os fornecedores, as minhas colegas que vende tapioca que são mais informadas que eu, porque elas participaram do projeto. Aí vou me informar com elas. [...] [Sobre a internet] De vez em quando eu dou uma olhadinha; vou pro Youtube, aí peço uma informação "novos recheios de tapioca", mas os recheio que eles dão é os mesmos que eu já tenho, eu já faço. Aí não adianta. (T09)

Na elaboração de seu esboço, teve dificuldade para escrever e pediu que transcrevêssemos o que ela falava após ter desenhado a si mesma. Todos os recursos apontados nas entrevistas foram incluídos no desenho.

Figura 12 – Esboço do Horizonte Informacional – T07



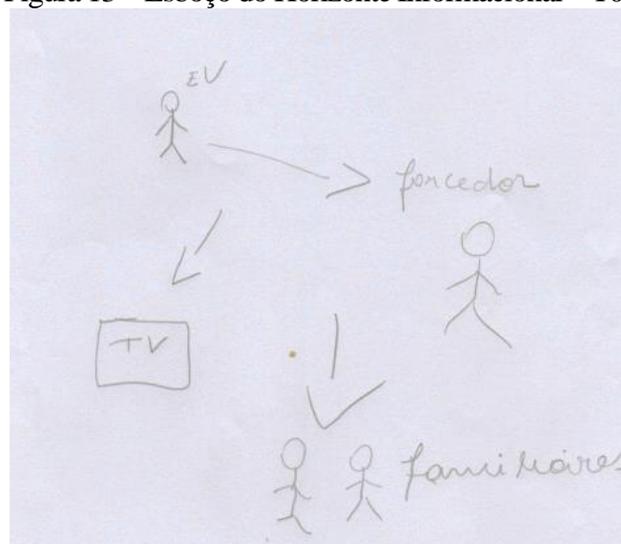
Fonte: T07 (2019)

A tapioqueira 08 aponta familiares, fornecedores e outras tapioqueiras como principais recursos humanos utilizados e afirma ficar atenta às promoções que passam na televisão, além de também tratar do curso Qualicopa como importante recurso de informação.

[Converso] com minha irmã, minha mãe, com as amigas próximas que eu trabalho, em casa com minha filha, os fornecedores. Mais ou menos isso. Assim, eu recorro aos meios de comunicação né? Que passa na TV, as promoções sobre frango e essas coisas. [...] (T08)

Seu esboço incluiu todos os recursos apontados na entrevista.

Figura 13 – Esboço do Horizonte Informacional – T08



Fonte: T08 (2019)

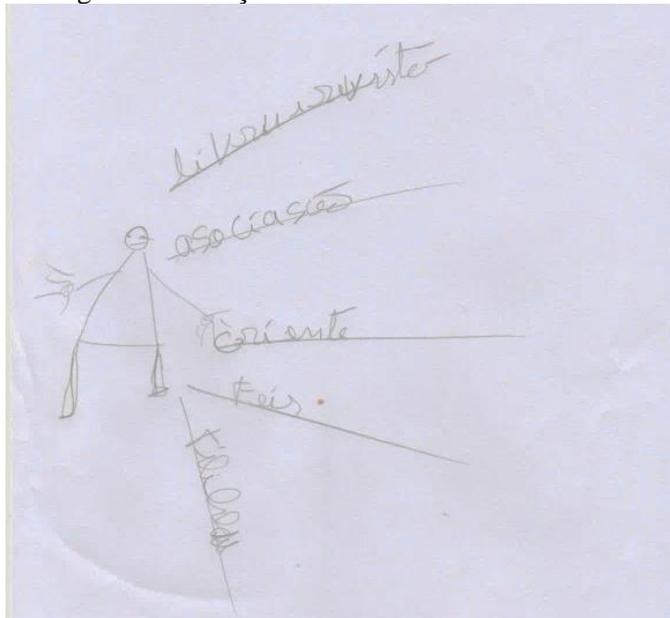
A tapioqueira 09 é aquela que acessa o maior número de recursos informacionais, seja institucionais (Prefeitura e Governo – Qualicopa, Associação, SEBRAE), seja humanos

(clientes, outras tapioqueiras), seja tecnologias da informação e comunicação analógicas ou digitais (livros, revistas, internet, redes sociais).

É, os clientes... "Oh, irmã, eu vou viajar, o que eu ver lá eu trago de informação pra senhora". Aí eu: "traga, pode trazer". E os meus já viajou né? Porque chegou essa semana mesmo, uma turma do Belém do Pará e eles filmaram tudo. Comeram tapioca, filmaram e levaram pra lá. Perguntaram "Eu posso filmar?", aí eu "Pode filmar" e disseram "Eu vou levar pra lá irmã, que suas tapiocas..." [...] Tem, o pessoal da Associação; a gente entra muito em contato com a turma da Associação. A gente tem até um grupo de Whatsapp, da Associação todinha. A gente entra em contato, em comunicação. Se tá, assim, as meninas encontra frango mais barato, aí "Tal canto tá mais barato", é assim. Tem que trabalhar unido, se a gente tem uma Associação, tem que ser unido. [...] É, eu uso tudo. redes sociais toda eu saio entrando. São Paulo... onde tiver negócio de tapioca, eu saio entrando no Face e saio encontrando tudo. [...] Livro, revista... Eu tenho revista sobre tapiocas, inclusive tem até uma na Prefeitura que as meninas ficaram com ela lá. Revista de tapioca, eu tenho, aonde eu vejo uma eu compro na banca de revista, aí compro e fico olhando, observando... Os livros que a gente estudou, de manipulação de alimento em 2014 [No curso Qualicopa] que tem as tapioca todinha, eu tenho tudinho em casa. [Busca informação na Prefeitura?] É... na Prefeitura. (T09)

É ela também a tapioqueira que se mostra mais preocupada com a necessidade de inovar e que possui o maior número de recheios e sabores, além do maior movimento observado durante as entrevistas. Em seu esboço, todos os recursos citados foram incluídos.

Figura 14 – Esboço do Horizonte Informacional – T09



Fonte: T09 (2019)

A partir da análise dos dados das entrevistas e dos esboços foi elaborado o quadro abaixo que indica a quantidade de entrevistadas/os que citaram um recurso e quantas recursos cada

tapioqueira/o acessa. Os recursos foram agrupados como Pessoas, Tecnologias da Informação e Comunicação, o que inclui produtos analógicos e digitais, Instituições e Outros Recursos.

Familiares e amigos são os recursos mais acessados, reforçando o caráter familiar do comércio informal de tapioca; outras tapioqueiras também são importante recurso informacional, exceto para aquelas que atuam de modo mais isolado. A internet desponta como principal tecnologia utilizada, permitindo acesso a distintas páginas e redes sociais, às vezes de modo direto, às vezes com o auxílio de familiares; TIC analógicas receberam menos menções. Prefeitura e Governo do Estado são as instituições mais acessadas, especialmente de modo indireto por meio do Qualicopa, seguidas da Associação e do SEBRAE. A associação aparece muitas vezes como recurso intermediário entre as tapioqueiras e as outras instituições. Apenas uma tapioqueira afirmou que busca informações com Jesus por meio da oração. Nos pareceu pertinente registrar tal afirmação, ainda que o recurso não se enquadrasse em nenhuma das categorias até então estabelecidas, de modo que a categoria Outros Recursos foi criada para acolhê-lo.

Quadro 5 – Recursos informacionais utilizados

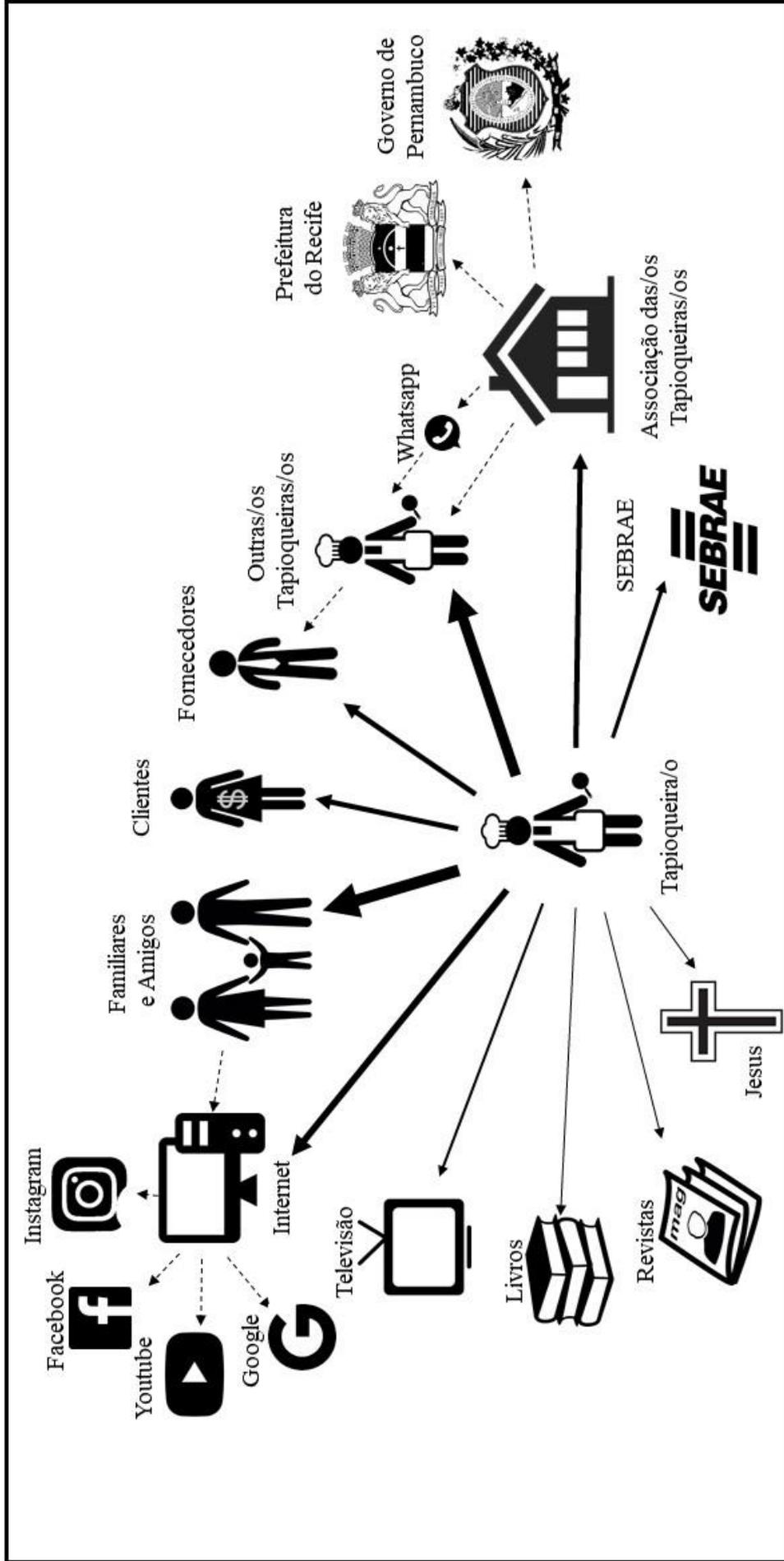
		Entrevistada/o	T01	T02	T03	T04	T05	T06	T07	T08	T09	Ocorrências
Pessoas	Familiares e Amigos	x	x	x	x	x	x	x		x		7
	Clientes							x			x	2
	Fornecedores			x				x	x	x		4
	Outras/os Tapioqueiras/os	x		x		x		x	x	x	x	6
TIC	Internet	x	x	x	x				x		x	6
	Livros			x							x	2
	Revistas		x								x	2
	Televisão		x		x					x		3
	Whatsapp	x									x	2
	Google	x										1
	Youtube			x					x			2
	Facebook			x							x	2
Instagram			x								2	
Instituições	Associação	x							x	x	x	4
	Prefeitura do Recife	x			x				x	x	x	5
	Governo do Estado	x			x				x	x	x	5
	Sebrae			x							x	2
Outros Recursos	Jesus				x							1
Total de recursos:		8	4	9	6	2	3	7	7	7	11	

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Em comparação com os resultados do questionário, é possível observar que a média de recursos acessados pelos tapioqueiros (8,5) é maior que a de recursos acessadas pelas tapioqueiras (5,7). Renda e escolaridade, por sua vez, não parecem influenciar a amplitude do horizonte informacional. Os horizontes mais restritos são aqueles das tapioqueiras que atuam no grupo que foca a venda nos horários do café da manhã e do lanche tarde e cujas características já foram apresentadas.

Os resultados apontados no Quadro 5 nos permitiram elaborar uma matriz gráfica em que é possível identificar os recursos de informação utilizados pelas/os tapioqueiras/os e a relação que esses recursos estabelecem entre si, de modo que a espessura da seta indica a ocorrência do recurso e as setas pontilhadas indicam relações indiretas, mediadas por outros recursos, a exemplo da Associação das Tapioqueiras, seu principal intermediário institucional.

Figura 15 – Matriz Gráfica dos Horizontes Informacionais das/os Entrevistadas/os



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

4.5 PERCEPÇÃO DOS SUJEITOS INFORMACIONAIS

Em nossa tentativa de compreender as práticas informacionais no contexto do comércio informal de tapioca da cidade, além do perfil socioeconômico, das necessidades de informação e dos recursos informacionais utilizados pelas/os tapioqueiras/os, buscamos identificar a percepção desses sujeitos acerca do seus próprios processos de uso da informação, sobretudo no sentido de compreender se elas/es acreditam que suas necessidades estão sendo atendidas por estes processos, desde a perspectiva de sua autonomia e protagonismo.

Para Silva (2012), necessidades e satisfação fazem parte de um mesmo processo em momentos distintos. De certo, ambas estão intimamente relacionadas, mas a satisfação é um elemento de algo maior, da percepção desses sujeitos acerca do uso, dos recursos e das necessidades de informação.

No âmbito da CI, os chamados estudos de satisfação dos usuários, subgrupo dos estudos de usuários ou de sujeitos informacionais, surgiram na década de 40, mas ganharam destaque a partir das décadas de 70 e 80 na Europa e nos Estados Unidos, influenciados pela cultura da qualidade e pela teoria das necessidades humanas de Maslow, com o objetivo de avaliar a qualidade dos serviços e produtos informacionais (SILVA, 2012). Com o advento do paradigma social e das abordagens interacionistas, esses estudos passam a seguir a tendência que adotamos aqui, de buscar compreender a percepção dos sujeitos sobre os processos que operam em seu cotidiano.

Para tanto, realizamos os seguintes questionamentos: “Você ficou satisfeito com os resultados? Você seguiria o mesmo processo (se você precisasse de informações semelhantes em um momento posterior)? E, se não encontrou, o que faria de modo diferente?”.

De modo geral, as/os entrevistadas/os demonstraram estar satisfeitas/os com a forma como utilizam informação e relacionaram a eficácia desse processo, inúmeras vezes, ao fato de que continuam vendendo bem, que a clientela parece aprovar os produtos, e que conseguem continuar tirando seu sustento desta atividade mesmo diante de um amplo contexto de crise econômica nacional. Tal associação reforça o caráter utilitário da informação nesse contexto, revelando que o uso desse recurso tem fins muito claro: contribuir para o sucesso do negócio, para manutenção da clientela e para a obtenção de renda, como indicam as falas abaixo:

Tá... O povo não vem comer?! Não gostam, né?! [...] Com certeza, é bom trabalhar né? (T04)

Tá, com certeza! (T05)

Tem funcionado esses anos todos né? Eu creio que... Tou sobrevivendo, né?! (T08)
Tá, tá funcionando, é muito bom. Eu gosto. (T09)

Desta categoria de análise, chama atenção a satisfação das/os tapioqueiros com a interação com companheiras/os de trabalho como forma de buscar e usar informação. Ainda que algumas tenham demonstrado certo isolamento, a maior parte se refere exatamente a este tipo de interação quando questionada sobre sua percepção.

Dar, dar, pelo seguinte, que são diversas opiniões que a gente pega, a gente junta e vê... Chegamos a um denominador né? Claro, a gente tem que pesquisar, tem que ir atrás, tem que pesquisar, tem que juntar a diversas opiniões para chegar a um denominador né? (T01)

Funciona, ajuda né? Porque quando eu não sei alguma coisa, aí eu vou nas minhas amigas, aí pergunto a elas, aí elas me passam a informação tudinho. Ajuda. Com certeza, porque elas ajudam. (T07)

É o suficiente assim, né?! É, uma coisa é você ter uma aula, é, uma coisa o cara dar uma base a você. O cara vai dar uma base a tu, fazer "Olha aí, jogador, isso aqui é a base; tu vai lá agora e começa a assentar o tijolo". Isso é a base que você tem, aí você vai colocar na sua cabeça se você vai querer seguir aquilo que ele tá dizendo ou não. Uma vez eu li um livro "Segredo dos Milionários", o cara solta a base todinha pro cara. [...] É um bom caminho, a pessoa pergunta às pessoas sim, porque você vai tá fornecendo sabores novos ao cliente, tá entendendo?! (T03)

Para a tapioqueira 02, a internet, enquanto recurso informacional, também contribui para uma percepção positiva dos processos de uso da informação. “Quando a gente procura na internet, a gente encontra tudo da tapioca. Faria novamente e mudava. Eu mesma ia inventar. (T02)”.

Por outro lado, a realização do curso Qualicopa também desponta como objeto de satisfação, o que gera nas/os interlocutores a expectativa pela continuidade da iniciativa, como apontam os seguintes trechos:

Faria de novo, óbvio, desde que a gente... Eles dão apoio à gente que depois continue. Não é chegar, fazer como se botar um filho no mundo e deixar ele a boléu... Você tem que fazer o filho e dar continuidade ao filho. (T01)

A gente pode também trabalhar fora do país. Ele [Eduardo Campos, ex-Governador] ia fazer isso com a gente, ia levar a gente pra outro lugar para trabalhar fora do país para reconhecer as tapioqueiras do Recife. Eu espero que pode ser melhor né? (T02)

A dinâmica de aplicação dos instrumentos de pesquisa, o movimento nos pontos de venda, e até a extensão da aplicação não nos permitiu dialogar de forma mais aprofundada

acerca desta questão, uma vez que as/os tapioqueiras/os já aparentavam estar querendo retornar ao trabalho.

De todo modo, foi possível perceber que diante das contingências impostas às suas atividades informacionais cotidianas a percepção acerca delas é majoritariamente positiva. Como demonstra o quadro abaixo, em que foram resumidas as respostas das/os entrevistados.

Quadro 6 – Percepção dos sujeitos informacionais

T01	Satisfação e reconhecimento da construção coletiva como fator importante para a tomada de decisão.
T02	Satisfação.
T03	Satisfação, referência geracional.
T04	Satisfação, venda constante.
T05	Satisfação.
T06	Satisfação, compromisso com atualização e manutenção da clientela.
T07	Satisfação, compartilhamento de conhecimento.
T08	Satisfação, valorização da experiência alheia, pró-atividade.
T09	Satisfação e constante atualização.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar da sensação generalizada de satisfação, é preciso atentar para o fato de que os próprios processos de inovação inclusiva são contingenciados por fatores ambientais como o baixo poder aquisitivo da maior parte dos clientes rotineiros e a valorização da tradição no mercado de tapioca. Por outro lado, a satisfação consiste na comparação, operada pelas/os próprias/os tapioqueiras/os, das necessidades explícitas e urgentes com os recursos acessados. Uma análise mais aprofundada dessas duas categorias (necessidades e recursos) aponta para a necessidade de ampliação dos horizontes informacionais dos/as entrevistados como ação imprescindível para o atendimento de suas necessidades.

5 DA ÚLTIMA MORDIDA: CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo mapear os recursos de informação e as interações com e entre estes recursos utilizados pelas pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, na perspectiva de entender como essa comunidade desenvolve suas práticas de informação para inovar ou criar novos produtos ou serviços. A resposta a este objetivo foi alcançada de forma satisfatória, na medida em que pudemos, além de identificar estes recursos, caracterizar o perfil dos sujeitos, suas necessidades informacionais, e a percepção dos sujeitos acerca de seus processos de acesso e uso da informação.

O consistente referencial teórico elaborado, contribuiu diretamente para a operacionalização do estudo, constituindo o fio central da pesquisa e conferindo sentido a cada aplicação dos instrumentos de coleta de dados. As relações informais de trabalho a que tapioqueiras/os estão submetidas/os impõem um processo complexo de exclusão social que possui uma intrínseca dimensão informacional e que exige a elaboração de estratégias de enfrentamento que considerem esta dimensão, entre as quais desponta a inovação inclusiva, motivo pelo qual buscamos compreender as práticas informacionais das/os tapioqueiras/os visando à inovação inclusiva como forma de apoiar a ação de intermediários de informação.

Em primeira instância, elaborou-se um perfil socioeconômico das/os participantes da pesquisa que confirma esse processo de exclusão: baixa escolaridade, jornadas exaustivas, ausência de férias e descanso remunerado, desproteção da seguridade social, renda *per capita* baixa e dificuldade de acesso a direitos e incidência política. O marcador social relacionado ao gênero das/os profissionais, por sua vez, exerce forte influência no contexto, deixando claro que para as mulheres entrevistadas, a venda de tapioca desponta como única possibilidade de sustento ao longo de sua trajetória e da trajetória de suas irmãs, mães, tias; para os homens, a produção e venda de tapioca surgem como alternativa ao desemprego e aparentam ser atividades com prazo de validade, pelo menos no campo do desejo.

Nesse contexto, as necessidades informacionais identificadas foram agrupadas em quatro categorias interrelacionadas, que facilitam sua compreensão: informação sobre produtos (preços, qualidade, rendimento, validade, variedade, goma, recheios, embalagens, equipamentos e instalações), informação sobre processos (armazenamento de matérias-primas, modos de produzir, saúde e segurança alimentar, armazenamento e exposição do produto acabado, venda, atendimento ao turista, divulgação), informação sobre o ambiente (normas, regulamentos, exigências legais, dinâmica das instituições do entorno, calendário de eventos,

articulação e incidência política, políticas públicas, previdência) e informação sobre gestão (controle de finanças, receitas e despesas, custos fixos e variáveis, empreendedorismo).

Com vistas ao atendimento dessas necessidades, as tapioqueiras/os acessam recursos informacionais humanos (familiares, amigos, clientes, fornecedores, outras/os tapioqueiras/os), tecnológicos digitais e analógicos (internet, livros, revistas, televisão, *Whatsapp*, *Google*, *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*), e institucionais (Prefeitura, Governo do Estado, Associação, SEBRAE), de modo que os humanos são os mais acessados, enquanto os institucionais parecem ter pouca relevância no cotidiano, com exceção da Associação. Uma entrevistada afirmou que busca informação por meio da oração e da fé. Nesse sentido, foi elaborada uma matriz gráfica que permite identificar esses recursos e as relações que estabelecem entre si.

Apesar da ampla satisfação das/os tapioqueiras/os com a forma como têm utilizado informação visando à inovação, é possível afirmar que seus horizontes informacionais são significativamente restritos e que os recursos institucionais têm pouca participação na oferta de informação de que elas/es necessitam.

Considerando o papel do Estado no fomento à inovação e o potencial de outras instituições neste cenário, sugeriremos aqui, com base no referencial teórico e nos resultados obtidos a partir da aplicação dos instrumentos de coletas de dados, algumas estratégias que podem ser aplicadas por essas entidades e que contribuirão para ampliar o compartilhamento de conhecimento entre as/os tapioqueiras/os e entre todos os envolvidos na cadeia produtiva de tapioca.

Tais estratégias consideram o papel decisivo da informação, enquanto conhecimento em estado de compartilhamento, na possibilidade de construção de inovação inclusiva em um contexto marcado pela informalidade e pela exclusão social, e convocam distintos agentes a contribuírem com o desenvolvimento humano e social deste grupo.

Do ponto de vista da garantia de acesso a recursos informacionais, os intermediários envolvidos no comércio informal de tapioca devem agir no sentido de ampliar o número e a qualidade dos recursos potencialmente acessíveis para tapioqueiras/os. O uso da internet, por exemplo, já é uma realidade e pode ser potencializado, na medida em que permita acesso a conteúdos de interesse deste grupo, dialogando sobre a produção e a venda da tapioca em linguagem adequada e em formatos que despertem o interesse das/os tapioqueiras/os, como vídeos hospedados no *Youtube*, por exemplo.

Por outro lado, a internet pode ser utilizada como espaço de interação entre as/os próprias/os tapioqueiras/os e entre estas/es e seus intermediários, seus clientes e fornecedores, por meio das redes sociais e aplicativos de troca de mensagens. Nesse sentido, cabe recordar

que o acesso ao mundo digital ainda não é uma realidade para todas/os as/os entrevistadas/os, e o acesso a computadores, *tablets*, celulares e redes de internet, precisa estar incluído nessas estratégias.

A produção e distribuição de material impresso, como cartilhas, livros e revistas com conteúdo relacionado às principais necessidades informacionais apontadas (produtos, processos, ambiente e gestão) também constitui importante trajetória de intervenção, na mesma medida em que o conhecimento produzido pelo grupo pode ser compartilhado, tanto por meio da internet quanto de materiais impressos, que circulam sem a dependência de um aparato tecnológico, contribuindo para a socialização do conhecimento e para a preservação da memória produzida pelos profissionais em torno desta atividade.

Os espaços de formação e qualificação profissional, a exemplo do Qualicopa, já demonstraram ser uma ação valorizada pelas/os tapioqueiras/os e devem servir de inspiração sobretudo para ações continuadas da Prefeitura do Recife, do Governo do Estado, das universidades e instituições parceiras, contribuindo para a produção de materiais impressos e digitais, permitindo a interação face a face, fortalecendo os vínculos entre os indivíduos, potencializando a ação coletiva e se configurando como uma oportunidade de desenvolvimento de competências informacionais de modo transversal ao longo destas iniciativas.

A educação formal, por sua vez, também precisa ser estimulada e ofertada às/aos tapioqueiras/os, respeitando sua disponibilidade de tempo e energia, sua dinâmica de trabalho e seus desejos pessoais, uma vez que inevitavelmente contribui tanto para o acesso a recursos quanto para o desenvolvimento de competências de modo geral, e também informacionais.

Profissionais e cientistas da informação devem estar fundamentalmente envolvidos no desenvolvimento dessas estratégias, mediando o uso da informação, o acesso à cultura em seu sentido amplo e o compartilhamento dos acervos sociais do conhecimento. Nesse sentido, esta pesquisa representa uma ínfima contribuição diante das possibilidades de questões a serem abordadas por pesquisadores neste contexto: Como a informação e o conhecimento circulam na cadeia produtiva de tapioca na cidade do Recife? Como o conceito de Sistema Territorial de Inovação se relaciona com as atividades das tapioqueiras? Que iniciativas de organização do conhecimento, curadoria digital, e gestão da informação podem ser implementadas com o objetivo de auxiliar tapioqueiras/os? Quais e como outros campos do conhecimento podem contribuir com a superação deste cenário de exclusão? E tantas outras.

É fundamental que a ciência esteja atenta às demandas da sociedade e que se comprometa em contribuir com o desenvolvimento social, com a superação das desigualdades e da pobreza. Pesquisas que auxiliem as atividades de produção e venda da tapioca com o apoio

do conhecimento produzido nas mais diversas áreas, das Engenharias à Administração, da Física à Sociologia, certamente contribuirão para a conquista da cidadania plena e da dignidade por parte dessas/es profissionais. Em muitos dos diálogos mantidos com as/os tapioqueiras/os, foi possível perceber que há um sentimento generalizado de desvalorização e invisibilidade materializado na falta de prestígio que lhes é dado pelo poder público, ainda que todas/os elas/es, mesmo aquelas/es com os horizontes informacionais mais restritos, reconheçam seu papel cultural e identitário.

Cabe ainda, potencializar a ação da Associação das Tapioqueiras do Recife, importante força aglutinadora e representativa das/os profissionais, uma vez que mesmo quem não integra a Associação a conhece, de modo que sua atuação possa representar avanços efetivos na vida dessas pessoas.

Para tanto, o poder público precisa renunciar à sua atuação exclusivamente reguladora e fiscalizadora, para agir sob a ótica do desenvolvimento social e econômico da população como política pública e direito positivo, estimulando sua autonomia produtiva, especialmente quando ela dialoga com a memória afetiva e a disseminação cultural de uma cidade por meio da gastronomia. A inovação inclusiva no comércio informal de tapioca exige a construção de uma sólida base financeira por parte do Estado, em parceria com a iniciativa privada, mas sobretudo exige investimentos no empoderamento de tapioqueiras e tapioqueiros de modo que a inovação inclusiva não se desenvolva apenas na perspectiva de garantir renda, mas de emancipar e contribuir para sua sustentabilidade, como tão bem discorrem Fernandes, Novy e Singer (2013).

A ausência de um amplo levantamento, em termos censitários, das/os tapioqueiras/os que atuam no Recife e a dispersão dessas/es profissionais limitaram a composição do *corpus* de pesquisa. De todo modo, a conduzimos cientes desta limitação e não pretendemos elaborar generalizações ou análises monolíticas. Por outro lado, o universo de produção e venda da tapioca mostrou-se bem mais amplo do que o inicialmente imaginado, de modo que para além das/os próprias/os tapioqueiras/os, outros indivíduos possuem forte influência nos processos de inovação deste setor, como clientes e fornecedores, e é imperioso incluir suas percepções em estudos futuros.

Potencializar o horizonte informacional e a capacidade de inovar das/os tapioqueiras/os exige, neste contexto, uma ampliação de horizontes coletiva.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, M.; MATTHEW, S.; BOLAND, M. J. Working with immigrant and refugee populations: Issues and Hmong case study. **Library Trends**, Baltimore, v. 53, n. 2, p. 301-328, 2004.
- ALVINO-BORBA, A.; MATA-LIMA, H. Exclusão e inclusão social nas sociedades modernas: um olhar sobre a situação em Portugal e na União Européia. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 106, p. 219-240, abr./jun. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ssoc/n106/n106a03.pdf> . Acesso em: 12 abr. 2019.
- AMORIM, D. País tem recorde de 38,683 milhões trabalhando na informalidade, mostra IBGE. **UOL**, 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2019/08/30/pais-tem-recorde-de-38683-milhoes-trabalhando-na-informalidade-mostra-ibge.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 21. set. 2019.
- ARAÚJO, C. A. A. A ciência da informação como ciência social. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 21-27, 2003.
- ARAÚJO, C. A. A. Correntes teóricas da ciência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 38, n. 3, p. 192-204, 2009a. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v38n3/v38n3a13>. Acesso em: 16 abr. 2019.
- ARAÚJO, C. A. A. Um mapa dos estudos de usuários da informação no Brasil. **Em Questão**, v. 15, n. 1, p. 11-26, 2009b.
- ARAÚJO, C. A. A. Abordagem Interacionista de Estudos de Usuários da Informação. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 4, n. 2, p.2-32, 24 set. 2010. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/3856>. Acesso em: 01 mai. 2019.
- ARAÚJO, C. A. A. Paradigma social nos estudos de usuários da informação: abordagem interacionista. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v.22, n.1, p.145-159, jan./abr. 2012. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/9896>. Acesso em: 1 maio 2019.
- ARAÚJO, C. A. A. O sujeito informacional no cruzamento da ciência da informação com as ciências humanas e sociais. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 14., 2013, Florianópolis. **Anais[...]**. Florianópolis: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2013.
- ARAÚJO, C. A. A. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 61-78, jun. 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/2970>. Acesso em: 27 mar. 2019.
- ARAÚJO, C. A. A. O que são “Práticas Informacionais”? **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 217-236, out. 2017.
- ARAÚJO, C. A. A. **O que é Ciência da Informação**. Belo Horizonte: KMA, 2018. 132p.

ARAÚJO, W. C. O.; SILVA, E. L.; RADOS, G. J. V. Inovação, Competitividade e Informação: Breves Reflexões. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 7, n. 2, p. 98-121, 2017.

ATAÍDE, M. E. M. O lado perverso da globalização na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 3, set./dez. 1997. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651997000300006 . Acesso em: 12 abr. 2019. n.p.

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS. **Adult literacy and life skills survey, summary results**. Canberra, ACT: Australian Bureau of Statistics, 2006.

BARRETO, A. de A. A transferência da informação para o conhecimento. *In*: AQUINO, Mirian de Albuquerque. **O campo da Ciência da Informação: gênese, conexões e especificidades**. João Pessoa: Ed. Universitária, 2002. p. 49-57.

BELKIN, N. J.; ODDY, R. N.; BROOKS, H. M. ASK for information retrieval. Parts 1 and 2. **Journal of Documentation**, [S.l.], v. 38, p. 61-71; p.145-164, 1982.

BERTI, I. C. L. W.; ARAÚJO, C. A. Á. Estudos de Usuários e Práticas Informacionais: do que estamos falando? **Informação & Informação**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 389-401, out. 2017. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/31462/22020>. Acesso em: 18 abr. 2019.

BIGELOW, M. Researching and educating Somali immigrant and refugee youth language learning. **A Journal of Research in Language Studies**, [S.l.], v. 60, p. 147-156, 2010.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 8 abr. 2019.

BRUCE, C.; EDWARDS, S.; LUPTON, M. Six frames for information literacy education: a conceptual framework for interpreting the relationships between theory and practice. *In*: ANDRETTA, S. (ed.). **Change and Challenge: Information literacy for the 21st Century**. Blackwood: Auslib Press Pty Ltd, 2007.

BRITTO, L.P.L. **No lugar da leitura: a biblioteca**. Rio de Janeiro: MBL, 2016.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, [S.l.], v.45, n.5, p.351-360, 1991.

CAIDI, N.; ALLARD, D. Social inclusion of newcomers to Canada: No information problem? **Library & Information Science Research**, [S.l.], v. 27, n. 3, p. 302-324, 2005.

CAIDI, N.; ALLARD, D.; QUIRKE, L. Information practices of immigrants. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 44, p. 493-531, 2010.

CALANTONE, R. J.; CAVUSGIL, S. T.; ZHAO, Y. Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. **Industrial Marketing Management**, [S.l.], v. 31, n. 6, p.515-524, Sept. 2002.

CAPURRO, R. Epistemologia e ciência da informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 5., 2003. Belo Horizonte. **Anais[...]**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

CAPURRO, R.; HJØRLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.12, n.1, p. 148 – 207, 2007.

CASCUDO, L. C. **Antologia da alimentação no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Global, 2014. n.p. Disponível em: <https://asdfs.com/1qigb>. Acesso em: 20 set. 2019.

CASE, D. O. **Looking for information**: a survey of research on information seeking, needs, and behavior. 2.ed. Amsterdam: Academic Press, 2002.

CECEZ-KECMANOVIC, D. *et al.* Youth Online Participation in Government Decision Making – Challenges for E-Democracy. *In*: Australasian Conference on Information Systems, 20., 2009. **Proceedings [...]** Melbourne: Association of Information Systems, 2009.

CHATMAN, E. A. The impoverished life-world of outsiders. **Journal of the American Society for Information Science**, New York, v. 47, n. 3, p. 193-206, 1996.

CHATAWAY, J.; HANLIN, R.; KAPLINSKY, R. **Inclusive innovation**: an architecture for policy development. IKD Working Paper 65, The Open University, 2013. Disponível em: <http://www.open.ac.uk/ikd/documents/working-papers/ikd-working-paper-65.pdf> Acesso em: 10 jan. 2019.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2003.

CODAGNONE, C. **Vienna Study on Inclusive Innovation for Growth and Cohesion**. Bruxelas: European Commission, 2009.

COLLAÇO, J. H. L. Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora. **Campos - Revista de Antropologia Social**, Curitiba, v. 4, p.171-193, 31 dez. 2003. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/campos/article/view/1615>. Acesso em: 1 set. 2019.

COOL, C. The concept of situation in information science. **Annual Review of Information Science and Technology**, [s.l.], v.35, p.5-42, 2001.

COSTA, M.S. Trabalho informal: um problema estrutural básico no entendimento das desigualdades na sociedade brasileira. **Cad. CRH [on-line]**, v. 23, n. 58, p. 171-190, 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01039792010000100011&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 out. 2019.

COULON, A. **Etnometodologia**. Petrópolis: Vozes, 1995.

COURTRIGHT, C. Context in Information Behavior Research. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 41, p. 273-306, 2007.

COZZENS, S. *et al.* **Problems of inequality in science, technology, and innovation policy**. Working Paper 5, James Martin Institute, University of Oxford: Oxford (UK), 2007.

COZZENS, S.; SUTZ, J. Innovation in informal settings: Reflections and proposals for a research agenda. **Innovation and Development**, [s.l.], v. 4, n. 1, p. 5-31, 2012.

CRUZ, E. B. O direito à informação governamental: questões acerca da positividade e legitimação de um direito fundamental. **Liinc em Revista**, [s.l.], v. 9, p. 370-382, 2013.

CULLEN, B.; TUCKER, J.; SNYDER, K.; LEMA, Z.; DUNCAN, A. An analysis of power dynamics within innovation platforms for natural resource management. **Innovation and Development**, [s.l.] v. 4, n. 2, p. 259-275, 2014.

CUNHA, J. Meio milhão de brasileiros vendem comida na rua. Mercado. **Folha de São Paulo** [on-line]. 7 jan. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/01/1948561-meio-milhao-de-brasileiros-vende-comida-na-rua.shtml>. Acesso em: 16 de out. de 2019.

CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2008.

DERVIN, B.; NILAN, M. Information needs and uses. In: WILLIAMS, M. (ed.). **Annual Review of Information Science and Technology**. Chicago: Knowledge Industry Publications, 1986. v.21. p. 3-33.

DEVADASON, F. J.; LINGAM, P. P. A Methodology for Identification of Information Needs of Users. In: IFLA GENERAL CONFERENCE, 62., 1996, Beijing. **Proceedings** [...] Beijing, [s.n.], 1996. Disponível em: <http://origin-archive.ifla.org/IV/ifla62/62-devf.htm>. Acesso em: 06 dez. 2019.

DUARTE, A. B. S; ARAÚJO, Carlos A. A.; PAULA, C. P. A. Práticas Informacionais: desafios teóricos e empíricos de pesquisa. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 111-135, out. 2017.

DERVIN, B. Strategies for dealing with human information needs: Information or communication? **Journal of Broadcasting**, [s.l.], v. 20, p. 324-351, 1976.

DERVIN, B.; NILAN, M. Information needs and uses. In: WILLIAMS, M. E. (ed.). **Annual Review of Information Science and Technology**. Chicago: Knowledge Industry Publications, 1986. v. 21, p. 3-33.

ELLIS, David. A behavioural approach to information retrieval design. **Journal of Documentation**, [S.l.], v. 45, n. 3, p. 171-212, 1989.

ETCO. **Índice de Economia Subterrânea**. Disponível em: <https://www.etco.org.br/economia-subterranea/?sub=resumo>. Acesso em: 28 abr. 2019.

FALEIROS, V. P. Inclusão Social e Cidadania. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL WELFARE*, 32., 2006, Brasília. **Anais[...]**. Brasília: [s.n.], 2006. Disponível em: https://www.icsw.org/images/docs/Events/2006_Brazil/17_07_PDF/vicente_faleiros.pdf. Acesso em: 12 abr. 2019.

FAO. **El sector informal alimentario**: Políticas municipales de apoyo a los operadores. FAO: Roma, 2003. Serie Alimentos en las ciudades, n. 4.

FERNANDES, A. C.; MELO, L. C. P (coord.). **Estratégia de ciência, tecnologia e inovação para Pernambuco 2017 - 2022**: uma política localmente inspirada, globalmente conectada. Recife: Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de Pernambuco, 2017.

FERNANDES, A. C.; NOVY, A.; SINGER, P., The linkages between popular education and solidarity economy in Brazil: an historical perspective. *In: The International Handbook On Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013, p. 384–396.

FERREIRA, S. Novos paradigmas e novos usuários da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 2, p. 217-223, maio/ago. 1996. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/660>. Acesso em: 1 maio 2019.

FLORIDI, L. “Is Semantic Information Meaningful Data”. **Philosophy and Phenomenological Research**, [S.l.], v. 70, n. 2, p. 351-370, 2005.

FOSTER, C.; HEEKS, R. Nurturing user-producer interaction: inclusive innovation flows in a low-income mobile phone market. **Innovation and Development**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 221-237, 2014.

FREEMAN, C. **Technology and Economic Performance**: Lessons from Japan. London: Pinter, 1987.

FRESSOLI, M.; AROND, E.; ABROL, D.; SMITH, A.; ELY, A.; DIAS, R. When grassroots innovation movements encounter mainstream institutions: Implications for models of inclusive innovation. **Innovation and Development**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 277-292, 2014.

FREYRE, G. **Casa-grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 48 ed. São Paulo: Global, 2003.

FROHMANN, B. O caráter social, material e público da informação. *In: FUJITA, M.S.; MARTELETO, R.M.; LARA, M.G. (org.). A dimensão epistemológica da Ciência da Informação e suas interfaces técnicas, políticas e institucionais nos processos de produção, acesso e disseminação da informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica; Marília: Fundepe, 2008, p. 19-34.

GEORGE, U.; CHAZE, F. Tell me what I need to know: South Asian Women, social capital and settlement. **International Migration and Integration**, [S.l.], v. 10, p. 265-282, 2009.

GOMES H. F. Mediação da Informação e Protagonismo Social: relações com vida ativa e ação comunicativa a 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.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Metodologia de pesquisa no campo da Ciência da Informação. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 1, n. 6, dez. 2000.

GRAHAM, R. **Alimentar a cidade**: das vendedoras de rua à reforma liberal (Salvador, 1780 - 1860). Tradução Berilo Vargas. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

LANDES, R. **A cidade das mulheres**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A, 1967.

HANCOCK, P. Recent African refugees to Australia: Analysis of current refugee services, a case study from Western Australia. **International Journal of Psychological Studies**, [s.l.], v. 1, n. 2, p. 10-17, 2009.

HAGUETTE, T. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1992.

HEEKS, R.; FOSTER, C.; NUGROHO, Y. New models of inclusive innovation for development. **Innovation and Development**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 175–185, 2014.

HIRSCHMAN, A. **Essays in trespassing**. Economics to Politics and Beyond. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

HART, K. Informal income opportunities and urban employment in Ghana. **Journal of Modern African Studies**, London, v.11, n. 1,p. 61-89, mar. 1973.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2018. IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA E APLICADA (IPEA). **PNAD 2006**: Primeiras Análises – Demografia, educação, trabalho, previdência, desigualdade de renda e pobreza. Brasília; Rio de Janeiro: IPEA, set. 2007. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/pdf_release/18Pnad_Primeiras_Analises_2006.pdf. Acesso em: 18 set. 2019.

JOHNSON, J. D. **Cancer-related information seeking**. Cresskill, NJ: Hampton Press, 1997.

JOHNSON, J. D. An impressionistic mapping of information behavior with special attention to contexts, rationality, and ignorance. **Information Processing and Management**, [s.l.], v.45, p. 593-604, 2009.

KENNAN, M.A.; LLOYD, A.; QAYYUM, A.; THOMPSON, K. Settling in: the relationship between information and social inclusion. **Australian Academic & Research Libraries**, [s.l.], v. 42, n. 3, p. 191-210, 2011.

KOSTER, H. **Viagens aos Nordeste do Brasil**. Rio; São Paulo; Fortaleza: ABC Editora, 2003.

KRAIG, B.; SEN, C. T. (ed.). **Street food around the world**: an encyclopedia of food and culture. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2013.

KUHLTHAU, C. C. Inside the search process: information seeking from the users perspective. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 42, n. 5, p. 361-371, 1991.

KUHLTHAU, C. C. **Seeking meaning**: A process approach to library and information services. 2. ed. Westport, CT: Libraries Unlimited, 2004.

LAZONICK, W.; MAZZUCATO, M. The risk-reward nexus in the innovation-inequality relationship. **Industrial and Corporate Change**, [s.l.], v. 22, n. 4, p. 1093-1128, 2013.

LE COADIC, Y. F. **A Ciência da Informação**. Tradução: Maria Yêda F. S. de Filgueiras Gomes. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

LLOYD, A. Information literacy landscapes: an emerging picture. **Journal of Documentation**, [s.l.], v. 62, n. 5, p. 570-583, 2006.

LLOYD, A., LIPU, S.; KENNAN, M. A. On becoming citizens: Examining social inclusion from an information perspective. **Australian Academic and Research Libraries**, [s.l.], v. 41, n. 1, p. 42-53, 2010.

LUNDVALL, B. A.; JOHNSON, B. The Learning Economy. **Journal of Industry Studies**, [s.l.], v. 1, n. 2, p. 23-42, 1994.

MASUDA, Y. **A sociedade da informação como sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: Embratel, 1980.

MARTINHO, C. A.; SILVA, M. G.; AJARA, C. Movimento pendular e ocupação na Região Metropolitana de Recife – PE, **Espaço e Economia** [on-line], Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 1 – 26, 2016, Disponível em: <http://journals.openedition.org/espacoeconomia/2461>. Acesso em: 1 dez. 2019.

MARTINS, P.L. Acesso à Informação: um direito fundamental e instrumental. **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 233-244, jan./jun. 2011.

MARX, K. **O Capital**. Coleção Os Economistas. Tradução: Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Nova Cultural, 1985. v. I, Tomo I.

MARX, K. **Manuscritos Econômicos-filosóficos**. Tradução: Jesus Raniere. São Paulo: Boitempo, 2004.

MASUDA, Y. **A sociedade da informação como sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: Rio/Embratel, 1980.

MEDEIROS, F. G. G. **O Papel Social da Informação sob a Perspectiva dos Direitos Humanos**: por uma cultura de acesso e participação popular. 2015. 52 f. TCC (Bacharelado em Gestão da Informação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

MEHRA, B. *et al.* Aquí y allá (here and there) information-based learning corridors between Tennessee and Puerto Rico: The five Golden Rules in intercultural education. **Education for Information**, v. 26, n. 3, p. 151-168, 2008.

MIQUILIN, I. O. C. *et al.* Desigualdades no acesso e uso dos serviços de saúde entre trabalhadores informais e desempregados: análise da PNAD 2008, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 7, p. 1392-1406, jul. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2013000700013&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 14 set. 2019.

McGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 1999.

McKENZIE, P. A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. **Journal of Documentation**, [s.l.], v. 59, n. 1, p. 19-40, 2003. Disponível em: http://publish.uwo.ca/~pmckenzi/McKenzie_J.Doc_2003.pdf. Acesso em: 18 maio 2019.

MOKYR, J. **The gifts of athena**: historical origins of the knowledge economy. Princeton: Princeton University Press, 2002.

MONTANHA JUNIOR, I. R. *et al.* Importância, definições e modelos de inovação. In: CORAL, Eliza *et al.* **Gestão integrada da inovação**: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-13.

MOSCO, V. Repensando e renovando a economia política da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 3, n. 2, 1998. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/34722>. Acesso em: 19 set. 2019.

MOSCOSO, P. Reflexiones en torno al concepto de "recurso de información". **Revista General de Información y Documentación**, Madrid, v. 8, n. 1, p. 327 – 342, 1998. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/download/RGID9898120327A/10861>. Acesso em: 4 dez. 2019.

MÜLLER, H. P. Trabalho, profissão e "vocação"; o conceito de trabalho em Max Weber. In: MERCURE, Daniel; SPURK, Jan (org.). **O trabalho na história do pensamento ocidental**. Tradução: Patrícia Chittoni Ramos e S nia Guimarães Taborda. Petrópolis: Vozes, 2005.

NELSON, R. **The moon and the ghetto**. New York: Norton, 1997.

NELSON, R. R.; WINTER, S. G. **An Evolutionary Theory of Economic Change**. Cambridge: Belknap Press, 1982.

NOBLE, D. **Forces of production**. A social history of industrial automation. [s.l.]: Transaction Publishers, 2011.

NUSDEO, F. **Curso de Economia**: introdução ao direito econômico. 4. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

OCDE. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Innovation and inclusive development conference**. Discussion report. Cape Town, South Africa, 21 nov. 2012. Ed revisada em fev. 2013. 67 p. Disponível em: <http://www.oecd.org/sti/inno/oecd-inclusive-innovation.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2019.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Employment, incomes and equality: a strategy for increasing productive employment in Kenya**. Genebra: OIT, 1972.

OLIVEIRA, D. A. **Práticas informacionais dos dirigentes do Sindicato dos Bancários de BH e região**. 2005. 138 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

OLIVEIRA, F. **Elegia para uma re(li)gião**: Sudene, Nordeste. Planejamento e conflito de classes. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

OLIVEIRA, T. Considerações sobre o Trabalho na Idade Média: Intelectuais Medievais e Historiografia. **Revista de História**, São Paulo, n. 166, p. 109-128, jan./jun. 2012.

OLIVEIRA, C. P. **Relatório Final de Atividades do Aluno de Iniciação Científica (Ic) Pibic/Ufpe/Cnpq**. Recife: UFPE, 2019. 16 p.

PAPAIOANNOU, T. How inclusive can innovation and development be in the twenty-first century? **Innovation and Development**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 187-202, 2014.

PERROTTI, E. Sobre informação e protagonismo cultural. *In*: GOMES, H.F.; NOVO, H. F. (org.). **Informação e Protagonismo Social**. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 11-26.

PERROTTI, E.; PIERUCCINI, I. Infoeducação: saberes e fazeres da contemporaneidade. *In*: LARA, Marilda L. Ginez de; FUJINO, Asa; NORONHA, Daisy P. (org.). **Informação e contemporaneidade: perspectivas**. Recife: Néctar, 2007. p. 47-96.

PERTILE, K. Comida de Rua: Relações Históricas e Conceituais. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 5, n. 2, p. 301-310, abr./jun. 2013. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1896>. Acesso em: 20 set. 2019.

PINHEIRO, N.F. **O Perfil Socioeconômico das Pessoas que Atuam no Setor Informal de Produção e Venda de Tapioca na Cidade do Recife**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Gestão da Informação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018.

PINTO, E.M. **Informação e transgeneridade**: o comportamento informacional de mulheres transgêneras e as percepções da identidade de gênero. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

PISANI, E. **La main et l'outil**: le développement du Tiers Monde et l'Europe. [S.l.]: R. Laffont, 1984.

POPINIGIS, F. "Aos pés dos pretos e pretas quitandeiras": Experiências de trabalho e estratégias de vida em torno do primeiro Mercado Público de Desterro (Florianópolis) e seus arredores 1840-1890. **Afro-Ásia**, Salvador, n. 46, p. 193-226, 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0002-05912012000200006&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 13 set. 2019.

PORTER, M. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTES, A.; CASTELLS, M. World underneath: the origins, dynamics, and effects of the informal economy. *In*: PORTES, A.; CASTELLS, M.; BENTON, L. (org.). **The informal economy**. Baltimore and London: The John Hopkins University Press, 1989. p. 11-34.

REIS, J.J. A presença negra: encontros e conflitos. *In*: IBGE. **Brasil**: 500 anos de povoamento. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

RENDÓN-ROJAS, M. Á. **Bases teóricas y filosóficas de la bibliotecología**. México: CUIBUNAM, 2005.

RODRIGUES, S. B. *et al.* Tecnologia de informação nos serviços: o impacto na configuração do trabalho. **Rev. Adm. Empres.**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 43-56, mar. 1986. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901986000100004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 28 abr. 2019.

ROGERS, E. **Diffusion of innovations**. 5. ed. Free Press, 2003.

SANCHEZ, C. S. **Comportamento de busca de informação dos agentes sociais das entidades da Sociedade Civil Organizada brasileira**: a abordagem do “horizonte de informação” no contexto da participação em iniciativas de Governo Aberto. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

SANSON, C. Trabalho em Max Weber. **Café com Sociologia**, 8 set. 2014. Disponível em: <https://cafecomsociologia.com/o-conceito-de-trabalho-em-max-weber/>. Acesso em: 14 set. 2019.

SANTOS, R. R.; DUARTE, E. N.; LIMA, I. F. O papel do bibliotecário como mediador da informação no processo de inclusão social e digital. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, [s.l.], v. 9, n. 2, p. 36 – 56, 2014.

SANTOS, R.A. **Metodologia Científica**: a construção do conhecimento. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2007.

SARACEVIC, T.; WOOD, J. B. **Consolidation de l’information**: guide pour l’évaluation, la reorganization et le reconditionnement de l’information scientifique et technique: version provisoire. Paris: Organisation des Nations Unies pour l’Education, la Science et la Culture, 1986.

SAVOLAINEN, R. Everyday life information seeking: approaching information seeing in the context of way of life. **Library and Information Science Research**, [s.l.], n. 17, p. 259-294, 1995.

SAVOLAINEN, R. Information behavior and information practice: reviewing the Dzumbrella conceptsdz of information-seeking studies. **Library Quarterly**, [s.l.], v. 77, n. 2, p. 109-132, 2007.

SAVOLAINEN, R. **Everyday information practices**: a social phenomenological perspective. Lanham: Scarecrow, 2008.

SCHNEIDER, M. Ética, Política e Epistemologia: Interfaces da Informação. *In*: ALBAGLI, S. (org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. 1. ed. Brasília: IBICT, 2013.

SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SEN, A. Social exclusion: concept, application, and scrutiny. **Social Development Papers**. Manila: Office of Environment and Social Development Asian Development Bank, 2000. Disponível em: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/29778/social-exclusion.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2019.

SENA, E. Tapioca: o branco amálgama da cozinha no brasil. **Revista Continente** [on-line]. Recife, v. 228, n.1, [n.p], 1 fev. 2014. Disponível em: <https://www.revistacontinente.com.br/edicoes/158/tapioca--o-branco-amalgama-da-cozinha-no-brasil>. Acesso em: 1 set. 2019.

SILVA, A. M.; RIBEIRO, F. **Das “ciências” documentais à ciência da informação**: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular. Porto: Edições Afrontamento, 2002.

SILVA, J. L. C. Necessidades de informação e satisfação: algumas considerações no âmbito dos usuários da informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 8, n. 1, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/28270>. Acesso em: 29 ago. 2019.

SILVA, J. L. C. **Fundamentos da informação I**: perspectivas em Ciência da Informação. São Paulo: ABECIN Editora, 2017. v. 1.

SILVA, L. H. O. A escravidão dos povos africanos e afro-brasileiros: A luta das mulheres escravizadas. **Revista Org & Demo**. Marília, v. 16, Edição Especial, p. 85-100, 2015. Disponível em: <http://200.145.171.5/revistas/index.php/orgdemo/article/view/5138>. Acesso em: 13 set. 2019.

SILVA, R. A. da. **As práticas informacionais das profissionais do sexo da zona boêmia de Belo Horizonte**. 2008. 169 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

SILVEIRA, H. F. R. da. Um estudo do poder na sociedade da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 3, p. 79-90, set./dez. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a08v29n3>. Acesso em: 13 abr. 2018.

SONNENWALD, D. H. Evolving Perspectives of Human Information Behavior: Contexts, Situations, Social Networks and Information Horizons. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE IN INFORMATION, 2., 1999. **Proceedings** [...]. London: Taylor Graham, 1999. p. 176-190. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/7971/1/isis98%2Bpaper.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2018.

SONNENWALD, D. H.; WILDEMUTH, B. M.; HARMON, G. L. A research method to investigate information seeking using the concept of information horizons: An example from a study of lower socio-economic students' information seeking behavior. **The New Review of Information Behavior Research**, [s.l.], v. 2, p.65-85, 2001.

SOUZA, J. **Subcidadania Brasileira**: para entender o país para além do jeitinho brasileiro. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

SOUZA, P.R.C. **Sector informal**: evolución crítica después de 10 años. Campinas, UNICAMP: IFCH, 1985.

SPINK, A.; COLE, C. Human information behaviour: integrating diverse approaches and information use. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [s.l.], v. 57, n. 1, p. 25-35, 2006.

SRINIVASAN, R.; PYATI, A. Diasporic information environments: Reframing. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [s.l.], v. 58, n. 12, p. 1734-1744, 2007.

STEWART, F. Technology and underdevelopment. **Development Policy Review**, [s.l.], v. 10, n. 1, p. 92-105, 1977.

SWAANS, K. *et al.* Operationalising inclusive innovation: lessons from innovation platforms in livestock value chains in India and Mozambique. **Innovation and Development**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 239-257, 2014.

TAJLA, S.; HANSEN, P. Information Sharing.: SPINK, A.; COLE, C. (ed.). **New Directions in Human Information Behavior**. Berlin: Springer, 2005. p. 113-134.

TARAPANOFF, K.; SUAIDEN, E.; OLIVEIRA C. L. Funções Sociais e Oportunidades para Profissionais da Informação. **DataGramZero**, [s.l.], v. 3, n. 5, 2002.

TOMAZINI, S. Emprego informal e trabalho por conta própria: um estudo da diversidade de manifestação do problema da falta de emprego no Brasil. 108 f. Dissertação (Mestrado em Economia). UNICAMP. Campinas, 1995.

TOSCANO, F. O. **À francesa**: sociabilidades e práticas alimentares no Recife (1900 - 1930). 2013. 211 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

VINSON, T. **Social Inclusion**: The origins, meaning, definitions and economic implications of the concept of inclusion/exclusion. Canberra: Australian Department of Education, Employment and Workplace Relations (DEEWR), 2009.

VOETEN, J.; NAUDÉ, W. Regulating the negative externalities of enterprise cluster innovations: Lessons from Vietnam. **Innovation and Development**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 203-219, 2014.

VON HIPPEL, E. **Democratizing innovation**. Cambridge, MA: MIT Press, 2005.

WARSCHAUER, M. **Technology and social inclusion**: Rethinking the digital divide. Cambridge Massachusetts: MIT Press, 2004.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WERSIG, G. Information science: the study of postmodern knowledge usage. **Information Processing & Management**, [s.l.], v. 29, n. 2, p. 229-239, 1993.

WILSON, T. Human Information Behavior. **Informing Science**, [s.l.], v. 3. p. 49-55, 2000.

ZIPF, G. K. **Human behavior and the principle of least effort**: an introduction to human ecology. Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1949.

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS)

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa **PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DO COMÉRCIO INFORMAL DE TAPIOCA DA CIDADE DO RECIFE – PE: um diagnóstico visando à inovação inclusiva**, que está sob a responsabilidade do (a) pesquisador (a) Felipe Gabriel Gomes de Medeiros, residente à rua Dom Diamantino Costa, 436, Pau Amarelo, Paulista – PE, CEP 53433-500 – Telefone: 81 99388.8654 (inclusive ligações a cobrar) e e-mail felipemedeiros@gmail.com.

Esta pesquisa está sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Nadi Helena Presser, do Departamento de Ciência da Informação da UFPE. Telefone: (81) 98248.1963, e-mail: nadi.helena@uol.com.br.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde com a realização do estudo, pedimos que rubriche as folhas e assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

Você estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

Essa pesquisa busca mapear os recursos de informação e as interações com e entre estes recursos utilizados pelas pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, na perspectiva de entender como essa comunidade desenvolve suas práticas de informação para inovar ou criar novos produtos ou serviços, para compreender as experiências de informação das pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca na sua realidade de trabalho cotidiano; identificar recursos de informação utilizados e fornecer insights e compreensão para o trabalho dos intermediários de informação junto às pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, visando à inovação inclusiva. A entrevista terá duração aproximada de 90 minutos e será realizada com um total de oito pessoas.

Diante do risco do voluntário se sentir constrangido ao responder a pesquisa, a entrevista será realizada em espaço reservado e a qualquer momento a aplicação poderá ser interrompida e suspensa, de modo que os dados já coletados serão inutilizados. Quanto aos riscos físicos, serão observados critérios ergonômicos e de segurança. De modo indireto, a pesquisa contribuirá para a implementação de políticas de fomento à inovação inclusiva neste setor. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta por meio das entrevistas, ficarão armazenados em computador pessoal, sob a responsabilidade da orientadora, no Departamento de Ciência da Informação da UFPE, pelo período de mínimo 5 anos.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: (**Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: cepeccs@ufpe.br**).

(assinatura do pesquisador)

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo **PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DO COMÉRCIO INFORMAL DE TAPIOCA DA CIDADE DO RECIFE – PE**, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Local e data _____

Assinatura do participante: _____

Impressão digital (opcional)
--

Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. (02 testemunhas não ligadas à equipe de pesquisadores):

Nome:	Nome:
Assinatura:	Assinatura:

ANEXO B - QUESTIONÁRIO

Nome do entrevistador: _____ Data: _____

1) Identificador: _____

2) Idade: _____

3) Qual a identidade de gênero que você se identifica (autodeclarada)?

- Feminino
- Masculino
- Transgênero
- Cisgênero
- Não-binário
- Outro: _____
- Prefiro não dizer

4) Qual a cor ou raça que você se considera (autodeclarada)?

- Branca
- Preta
- Amarela
- Parda
- Indígena

5) Qual o seu nível de escolaridade:

- Não alfabetizado
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Especialização incompleta
- Especialização completa
- Mestrado incompleto
- Mestrado completo
- Doutorado incompleto
- Doutorado completo

6) Estado civil:

- Solteiro(a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)
- Relacionamento estável

7) Bairro onde mora: _____

8) Situação da residência:

- Própria

- Alugada
- Cedida
- Financiada
- Outro: _____

- 9) Tem filhos?
- Sim. Quantos? _____
 - Não

- 10) Quantas pessoas moram com você? (incluindo filhos, irmãos, parentes e amigos)
- Moro sozinho (a)
 - 1 6 Mais de 10
 - 2 7
 - 3 8
 - 4 9
 - 5 10

- 11) Somando a sua renda com a renda das pessoas que moram com você, quanto é, aproximadamente, a renda familiar total mensal?
- Até 1/2 salário mínimo (R\$ 525,00)
 - Até 1 salário mínimo (R\$ 1.050,00)
 - De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 1.050,00 a R\$ 2.100,00)
 - De 2 a 3 salários mínimos (R\$ 2.100,00 a R\$ 3.150,00)
 - De 3 a 4 salários mínimos (R\$ 3.150,00 a R\$ 4.200,00)
 - De 4 a 5 salários mínimos (R\$ 4.200,00 a R\$ 5.250,00)
- R\$ _____

- 12) Em relação ao lucro do seu empreendimento, qual a sua colaboração na renda familiar?
- Total (minha renda é a única da família)
 - Parcial (parte da renda)
 - Nenhuma (a renda familiar é advinda de outra pessoa da sua residência)

- 13) Qual é, aproximadamente, a sua renda mensal apenas com a venda de tapioca?
- Até 1/2 salário mínimo (R\$ 525,00)
 - Até 1 salário mínimo (R\$ 1.050,00)
 - De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 1.050,00 a R\$ 2.100,00)
 - De 2 a 3 salários mínimos (R\$ 2.100,00 a R\$ 3.150,00)
 - De 3 a 4 salários mínimos (R\$ 3.150,00 a R\$ 4.200,00)
 - De 4 a 5 salários mínimos (R\$ 4.200,00 a R\$ 5.250,00)
- R\$ _____

- 14) Você vende outro tipo de produto além da tapioca?
- Sim, qual? _____
 - Não

- 15) A tapioca é o seu produto mais vendido?
- Sim
 - Não
 - Não sei

16) Qual o motivo da escolha da localidade do ponto de venda?

- Facilidade de acesso
- Visibilidade para os clientes
- Clientes fidelizados
- Não possui motivo específico
- Outro _____

17) Possui um ponto de venda fixo ou móvel?

- Fixo
- Móvel
- Ambos

18) O(s) ponto(s) de venda é (são):

- Alugado(s)
- Próprio(s)
- Cedido(s)
- Fornecido(s) pela Prefeitura
- Outro _____

19) Como obteve ou comprou a maioria dos equipamentos e/ou instalações?

- Comprou de pequena empresa
- Comprou de empresa grande
- Comprou de particular
- Importou
- Construiu/adaptou
- Doação
- Outra condição (especifique)

20) Estes investimentos e/ou aquisições foram realizados com recursos provenientes principalmente de:

- Lucros de exercícios anteriores
- Empréstimos bancários
- Outro tipo de empréstimo (empresas ou pessoas)
- Outros (heranças, poupança, venda de bens, etc.)

21) O(s) ponto(s) de venda está(estão) localizada(s) próximo à sua residência?

- Sim
- É na minha própria residência
- Não

22) Saiu de algum trabalho antes de entrar nesse negócio?

- Sim Não

23) Tinha carteira de trabalho assinada neste último trabalho?

- Sim Não

24) Há quanto tempo atua no local principal de venda? _____

25) Já atuou em outros pontos de venda ou em outro ponto de venda principal?

- Sim. Qual o motivo da mudança no ponto de venda? _____
 Não

26) Há quanto tempo atua no mercado informal de venda de tapioca? _____

- 27) Já comercializou outros tipos de produtos no mercado informal?
 Sim
 Não

- 28) Você trabalha sozinho (a) ou conta com a ajuda de outras pessoas?
 Trabalho sozinho (a)
 Possuo ajuda de familiares. Quantos? ____
 Possuo ajuda de pessoa sem vínculo familiar. Quantos? ____
 Possuo ajuda de familiares e pessoas sem vínculo familiar. Quantos? F: ____
PSV: ____

- 29) Caso conte com a ajuda de outras pessoas, elas são remuneradas pelo trabalho?
 Sim. Quanto recebem, em média? ____
 Não

- 30) Por que escolheu ingressar no comércio informal de venda de tapioca?
 Falta de oportunidade no mercado formal
 Liberdade comercial
 Retorno rápido do investimento
 Tradição familiar
 Achava o negócio vantajoso
 Para complementar a renda familiar
 Outro: _____

31) Quantos dias na semana você trabalha? _____

32) Quantas horas por dia você trabalha? _____

- 33) Qual meio de transporte você utiliza para chegar ao trabalho?
 Carro
 Moto
 Ônibus (Integração)
 Metrô
 Mais de um. Quais? _____
 Outro: _____

- 34) O negócio funciona todos os meses do ano?
 Sim
 Não, só determinados meses do ano
 Não, só de vez em quando

- 35) Normalmente suas vendas são feitas
 Só à vista
 Só a prazo

- À vista e a prazo
- Outra forma

36) Como controla as contas do seu negócio? (usa de contabilidade)

- Não registra nada
- Registra sozinho
- Tem contador que faz o controle
- Outra forma (especifique)

36) Possui alguma contribuição como autônomo ou paga alguma taxa específica?

- a) Sim. Qual? _____
- b) Não