

# O VALOR DAS REDES SOCIAIS PARA GESTÃO DO CONHECIMENTO: UM ESTUDO DE CASO NO PORTO DIGITAL-PE

*MONALLIZA, Aêda  
GILSON, José*

**Resumo** – Com o aumento da competitividade entre as empresas, estas têm buscado novos meios para obter vantagem competitiva. E o conhecimento tem sido um dos principais recursos para atingir essa vantagem. Dessa forma, as empresas tem buscado mecanismo para auxiliar os processos de Gestão do Conhecimento (criação, captura, refinamento, armazenamento, gerenciamento e distribuição do conhecimento). Este trabalho descreve como as Redes Sociais têm auxiliado a Gestão do Conhecimento nas empresas de TI do Porto Digital-PE.

**Palavras-Chave** – Gestão do Conhecimento, Tecnologia de Informação, Redes Sociais.

## 1 Introdução

A globalização dos mercados e o contínuo aumento da competitividade entre as empresas geram um ambiente repleto de desafios a serem superados. Por causa desta competitividade, as empresas estão buscando novas formas para melhorar sua produtividade, qualidade de seus produtos e diminuir custos.

Uma pesquisa realizada pela Deloitte (2010) mostra que o crescimento acelerado da Tecnologia da Informação e com o surgimento da Web 2.0, várias ferramentas têm sido adotadas para serem utilizadas nos processos internos das empresas, dentre estas ferramentas podendo destacar, com 81%, o uso das Redes Sociais.

Desde meados da década de 90, as redes sociais baseadas na Web vêm sendo desenvolvidas, apresentando um crescimento rápido tanto no número de redes quanto em seus escopos (COSTA et al., 2009).

A gestão do conhecimento vem ganhando um papel importante para as empresas, pois o conhecimento vem se tornando muito valioso, sendo este utilizado como ferramenta chave para o diferencial competitivo.

Em uma pesquisa de Deloitte (2010), mostrou que 40% das empresas Brasileiras têm utilizado as Redes Sociais para auxiliar a Gestão do Conhecimento.

Tendo em vista a relevância das empresas utilizarem a redes sociais na Gestão do Conhecimento, surge a seguinte problemática da pesquisa:

Como as redes sociais auxiliam a gestão do conhecimento nas empresas de TI do Porto Digital – PE?

## 2 Revisão Sistemática

Uma revisão sistemática, assim como outros tipos de estudo de revisão, é uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados à literatura sobre determinado tema (SAMPAIO E MANCINI, 2007). Atua como um meio para identificar, avaliar e interpretar toda pesquisa relevante e disponível sobre uma questão de pesquisa específica, tópico ou fenômeno de interesse, fazendo uso de uma metodologia de revisão que seja confiável, rigorosa e que permita auditoria (MAFRA e TRAVASSOS, 2006). Estabelece um processo formal para conduzir a investigação, evitando a introdução de vieses da revisão de literatura informal, dando maior credibilidade à pesquisa em andamento (SOUSA e RIBEIRO, 2009; SAMPAIO e MANCINI, 2007). A partir da pesquisa num tópico em particular, esse tipo de revisão pode induzir a identificação, seleção e produção de evidências, considerando os conhecimentos e as

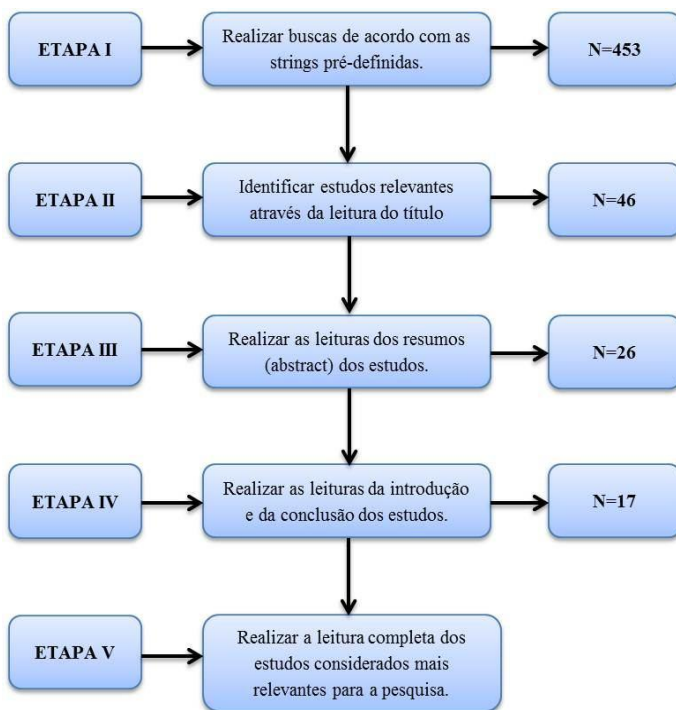
iniciativas existentes no campo de interesse (MIAN et al., 2005).

Biolchini et al. (2005) estabelecem três fases do processo de condução: planejamento da revisão, execução da revisão e análise e divulgação dos resultados.

Durante a fase de planejamento foram estabelecidos os objetivos da pesquisa e foi criado um protocolo de revisão adaptado do modelo de Biolchini et al. (2005) . Contendo itens como: identificação e seleção das bases de dados, métodos de busca e palavras-chave, estratégia de busca e critérios de inclusão e exclusão dos estudos. Foram utilizadas 6 bases de dados nesta pesquisa sendo elas: ACM Digital Library, BDTD, IEEE Xplore, Scielo, ScienceDirect, Scopus. E utilizadas 8 *strings* de busca no total, 4 em português e 4 em Inglês.

Durante a fase de execução foram aplicados os critérios de inclusão e exclusão definidos no protocolo de pesquisa e os resultados registrados. Ao final desse passo, as informações foram extraídas somente dos estudos selecionados.

Na fase de execução existe 5 etapas: na etapa I de seleção, definida no protocolo de pesquisa, foram considerados os critérios de qualidade e as strings de busca, retornando um total de 453 trabalhos, conforme apresentado na Figura 1.



**Figura 1 -** Etapas para seleção dos trabalhos.

Fonte: Adaptado de Biolchini et al. (2005); Kitchenham et al. (2004); Pai et al. (2004); Littel et al. (2008).

Na etapa II foram lidos os títulos dos trabalhos e analisados quais estavam disponíveis por completo. Sendo assim, foram selecionados 46 dos 453 artigos resultantes da busca inicial. Na etapa III, foram lidos os títulos dos trabalhos a seleção foi aprimorada com base nos critérios de inclusão e exclusão e a partir da leitura do resumo (abstract), foram selecionados 26 dos 46 trabalhos relatados até então. Na etapa VI, os estudos passaram por uma leitura da introdução e conclusão e dos 46 trabalhos, 17 foram selecionados ao final. A etapa V estabelece a leitura completa dos estudos selecionados. Essa leitura final foi realizada de acordo com os propósitos estabelecidos pela pesquisa.

Por fim, na fase de análise e divulgação dos resultados foram realizados estudos primários que atendiam ao propósito da revisão sistemática foram analisados criticamente e sintetizados no formulário de aprovação dos trabalhos.

### **3 Gestão do Conhecimento**

O conhecimento tem sido um recurso importante para se obter vantagem competitiva, porque esse conhecimento visto como recurso é difícil de ser imitado e socialmente complexo (MARODIM, 2004).

Segundo Marodim (2004), estamos na era do conhecimento onde os funcionários passaram de “trabalhador braçal” para “trabalhador do conhecimento” e que a economia passou para “economia do conhecimento”. Para que haja uma transição positiva para essa nova economia tem que haver uma gestão eficiente do conhecimento organizacional. Não adianta a organização ter o conhecimento e não saber gerir de forma eficiente para obter vantagem competitiva.

Para extrair o conhecimento o que está presente em cada pessoa de forma que futuramente gere vantagem competitiva, tem sido um desafio para as empresas. Tal desafio seria o que chama Gestão do Conhecimento.

Para Horga (2011), Gestão do Conhecimento é um conjunto de ferramentas associadas com a TI, comunicação e metodologias que permitem a estruturação, valorização e disponibilidade das informações sob a forma de conhecimento.

A introdução de uma estratégia de Gestão do Conhecimento em uma empresa permite ela criar uma linguagem comum entre seus funcionários. Uma estratégia de GC pode trazer diversos benefícios para as empresas entre eles: a redução da perda do capital intelectual relativa a saída dos funcionários da empresa, redução de custo para desenvolvimento de novos produtos e aumento da produtividade (COSTA et al., 2009).

Nonaka e Takeuchi (1997) traz a distinção do conhecimento tácito e explícito, onde o tácito pode ser compreendido pelo conhecimento pessoal utilizado pelas pessoas para realizarem seus trabalhos, ele é considerado o conhecimento mais difícil de ser gerido. Já o explícito é o conhecimento formal que pode ser documentado e distribuído facilmente dentro da empresa. Relatórios, artigos, manuais, fotos, vídeos, são exemplos de conhecimento explícito.

Segundo Vahedi e Irani (2011) para que haja um resultado positivo na estratégia de Gestão do Conhecimento tem que haver uma alimentação equilibrada do fator Tecnologia da Informação e o fator Humano, ou seja, o conhecimento pessoal das pessoas. Contudo, a TI sozinha não criará uma empresa de aprendizado contínuo, nem uma empresa criadora do conhecimento. O fator humano, ou seja, o conhecimento das pessoas tem sido o fator principal.

### **4 O Papel da Tecnologia da Informação para Gestão do Conhecimento**

Acompanhar a velocidade com que as transformações vêm ocorrendo no mundo, melhorar a qualidade do produto, tornar o processo de produção mais eficiente, tem sido algumas causas que as empresas têm utilizado a TI.

Ela é usada como ferramenta de comunicação e gestão empresarial, de modo, que as pessoas e as empresas se mantenham operantes e competitivas nos mercados em que atuam (ROSSETTI e MORALES, 2007).

A TI é um dos fatores para um processo de Gestão do Conhecimento, contudo, ela sozinha não criará uma empresa de aprendizado contínuo, nem uma empresa criadora do conhecimento. O principal fator para o sucesso de uma estratégia de Gestão do Conhecimento é o fator humano, ou seja, o conhecimento das pessoas (ROSSETTI e MORALES, 2007; MOHAMED et al., 2006; VAHEDI e IRANI, 2011). Para que haja um resultado positivo na

estratégia de Gestão do Conhecimento tem que haver uma alimentação equilibrada do fator Tecnologia da Informação e o fator Humano.

## **5 Redes Sociais**

Uma rede social é uma estrutura que contém um conjunto de objetos sociais (pessoas ou grupos de pessoas) e um mapeamento ou descrição das relações entre elas (JIANG e HE, 2007).

As Redes Sociais não é uma tendência ela já vem acontecendo há muitos anos. Seu objetivo sempre foi o relacionamento e compartilhamento do conhecimento entre as pessoas. Os desenhos nas cavernas, os sinais de fumaça, as cartas, os telefones e o fax, eram meios utilizados antigamente para esse compartilhamento e relacionamento (GIARDELLI, 2011).

Com o advento da Web 2.0 surge um novo tipo de Rede Social. Esta utiliza meios virtuais para o relacionamento e comunicação entre os usuários. Orkut, Facebook, Twitter, são alguns exemplos destas redes.

As Redes Sociais tem desempenhado um papel importante nas empresas, porque elas servem como ferramentas de comunicação e relacionamento entre seus funcionários. Estas redes podem reter informações relevantes sobre seus usuários, bem como produzidas por estes, provendo os primeiros passos para o gerenciamento e disseminação do conhecimento (COSTA et al., 2009).

Em uma pesquisa realizada pela Deloitte (2010), mostra que 70% das empresas Brasileiras têm utilizado as Redes Sociais nos processos internos e que estas empresas estão colhendo resultados efetivos. E que 40% das empresas têm utilizado as Redes Sociais para projetos de Gestão do Conhecimento.

## **6 Metodologia**

Para atender o objetivo central desta pesquisa foram utilizados diversos procedimentos e técnicas.

Neste artigo utilizou-se os seguintes procedimentos: revisão bibliográfica (revisão sistemática) e estudo de caso.

A revisão bibliográfica baseou-se em revisão sistemática da literatura. Esse tipo de investigação pode ser entendida como uma sintetização de resultados obtidos do estado da arte da literatura, sendo um tipo de estudo retrospectivo e secundário, isto é, a revisão é usualmente desenhada e conduzida após a publicação de muitos estudos experimentais (primários) sobre o tema (SAMPAIO e MANCINI, 2007).

O estudo de caso foi realizado com intuito de compreender como as Redes Sociais tem auxiliado a Gestão do Conhecimento nas empresas de TI do Porto Digital.

Neste artigo utilizou-se como técnica de coleta de dados um questionário. Segundo Cervo (2007) o questionário possibilita medir com mais exatidão o que se deseja. Este questionário, foi elaborado através da ferramenta online do Google Docs e o link do questionário foi enviado por e-mail as empresas de TI localizadas no Porto Digital. O mesmo pode ser respondido no período entre os dias 03/05 a 24/05.

Segundo Gil (2009), as pesquisas abrangem um universo ou população de elemento grande que fica difícil considerá-lo em sua totalidade. Com isso, é muito frequente trabalhar com amostra, ou seja, pequena parte dos elementos que compõe o universo ou população (GIL, 2009). A população ou universo desta pesquisa foi composto por empresas de Tecnologia da Informação que estão localizadas no Porto Digital-PE. Atualmente existem 155 empresas de TI no Porto Digital<sup>1</sup>. Para este estudo utilizou-se a amostragem probabilística do tipo

---

<sup>1</sup> Informação retirada de <http://www.portodigital.org/>. Acesso: 19/05/2011

estratificada proporcional (GIL, 2009). Adotou-se um nível de confiança de 95,5% (corresponde a dois desvios-padrão) e um erro máximo de 5,0% (GIL, 2009). Com base na fórmula para atender às exigências estabelecida pelo estudo, o número de elementos da amostra deveria ser 26,22 empresas de TI. Portanto o número de amostra foi arredondado para 27 empresas.

A amostra total para este estudo foi composta por 28 questionários que foram respondidos pelas empresas. Segundo a teoria da probabilidade de Gil (2009), esta amostra é estatisticamente significativa, uma vez que eram necessários no mínimo, 27 respondentes.

### **7 Estudo de Caso: Empresas de TI localizadas no Porto Digital – PE.**

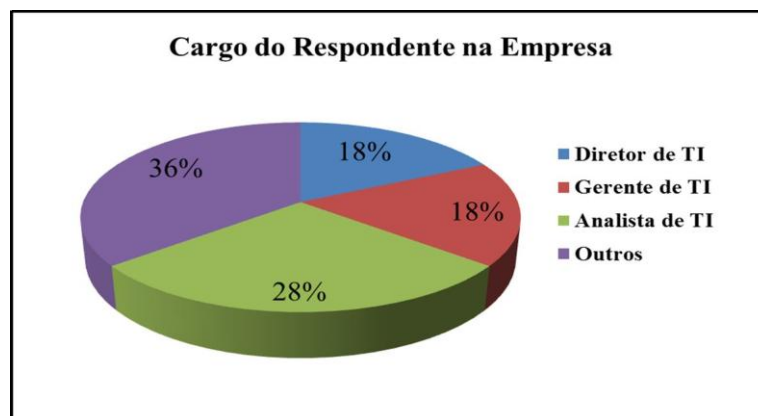
O Porto Digital é um dos principais polos de tecnologia do País que agrega investimentos públicos, iniciativa privada e universidades, compondo um sistema local de inovação que tem, atualmente, 173 instituições entre empresas de TIC, serviços especializados e órgãos de fomento.

Segundo o site do Porto Digital (2011), ele é administrado atualmente pelo NGPD (Núcleo de Gestão do Porto Digital). A maioria de seus empreendimentos nasceu de projetos saídos das Universidades Pernambucanas.

O Porto Digital não se restringe às empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação. O projeto cria oportunidades de negócios no setor cultural, turismo, serviços de lazer e entretenimento.

### **8 Resultados**

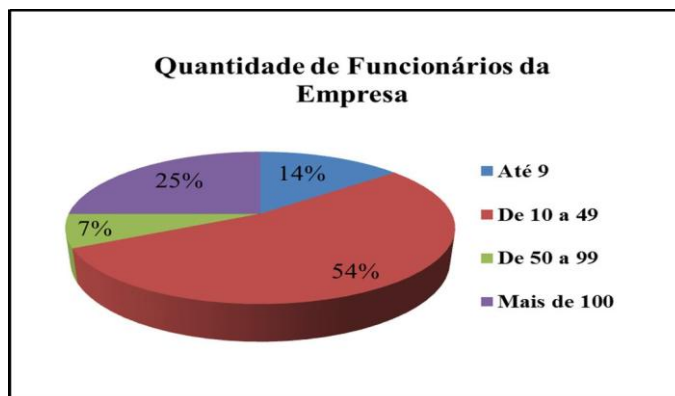
A primeira parte do questionário se propôs a identificar as características da empresa e a identificação dos respondentes. Quando questionado sobre o cargo dos respondentes, observou-se que a maioria era analista de TI (28%) (Figura 2).



*Figura 2 - Cargo dos Respondentes*

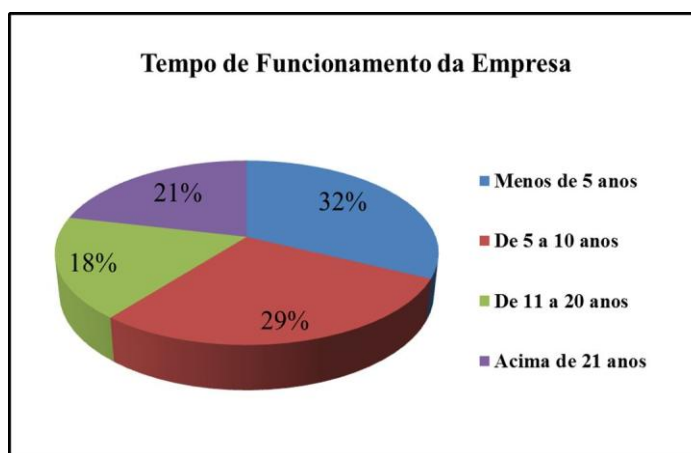
Com relação a quantidade de funcionários da empresa, 54% afirmaram que a empresa contém entre 10 a 49 funcionários (Figura 3). Dessa maneira, percebe-se que a maioria das empresas desta pesquisa é considerada empresas de médio porte, segundo o SEBRAE<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Informações retiradas de <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>. Acesso em 26/05/2011



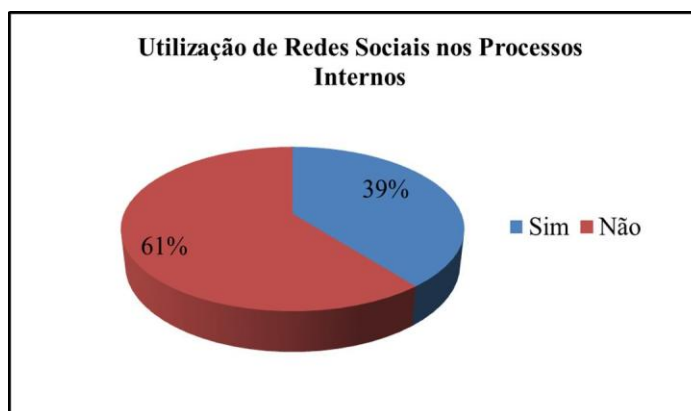
**Figura 3 -** Quantidade de Funcionários da Empresa

Com relação ao tempo de funcionamento da empresa, 32% afirmaram estar em funcionamento a menos de 5 anos, e 68% estão em funcionamento acima de 5 anos (Figura 4).



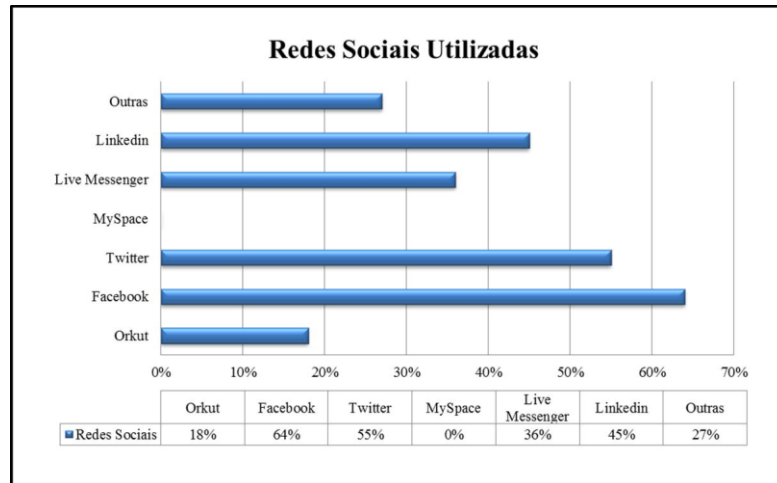
**Figura 4 -** Tempo de Funcionamento da Empresa

A segunda parte do questionário se propôs identificar a utilização das Redes Sociais nas empresas. Quando questionado se as empresas utilizam as Redes Sociais nos processos internos. Constatou-se que 61% não utilizavam, enquanto que 39% afirmaram que utilizavam. Dessa forma, percebe-se que o número de empresas que utilizam as Redes Sociais nos processos internos no Porto Digital-PE é um número baixo (39%) (Figura 5).



**Figura 5 -** Utilização das Redes Sociais nos Processos Internos

Em seguida foi questionado as empresas que utilizavam, quais as Redes Sociais utilizadas, podendo ser listada mais de uma opção, 64% responderam o Facebook, 55% Twitter, 45% LinkedIn, 36% Live Messenger, 18% Orkut e Outras com 27% (Figura 6). Outras Redes Sociais citadas foram redes próprias das empresas. Um exemplo dessas redes seria a A.M.I.G.O.S, Rede Social interna do C.E.S.A.R, que tem como objetivo principal o apoio a Gestão do Conhecimento (COSTA, 2009).



**Figura 6 - Redes Sociais Utilizadas**

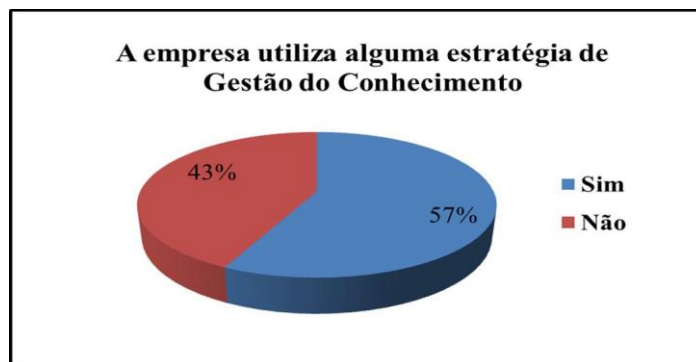
A terceira parte do questionário se propôs identificar se as empresas tinham conhecimento sobre Gestão do Conhecimento e se a mesma utilizava alguma estratégia de GC. Quando questionado se as empresas tinham conhecimento em GC ou se já tinham ouvido falar. 96% responderam que sim, enquanto que somente 4% responderam que não (Figura 7). Isto mostra que a maioria dos entrevistados tem conhecimento sobre o assunto.



**Figura 7 - Conhece ou já ouviu falar em GC**

Na questão seguinte foi questionado se a empresa utilizava alguma estratégia de Gestão do Conhecimento. Constatou-se que 57% das empresas utilizam alguma estratégia de GC, enquanto que 43% responderam que não utilizam (Figura 8).





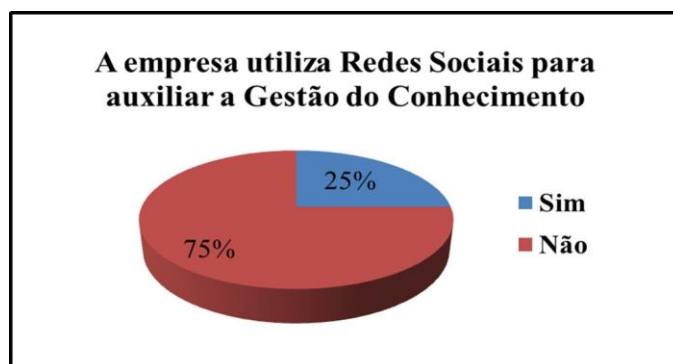
**Figura 8 - Utilização de Alguma Estratégia de GC**

Com isto verifica-se que de 96% das empresas que conhece ou já ouviu falar em GC, como mostrado na questão anterior, mas da metade utilizam alguma estratégia de Gestão do Conhecimento na empresa, e alguns estratégias citadas foram:

- Compartilhamento de informações através de reuniões, processos, seminários e processos de internalização e socialização;
- Disseminar e armazenar o conhecimento tácito do colaborador;
- Formulação e a aplicação de sistemática para desenvolvimento de programas de capacitação dos empregados nas principais áreas de atuação dos clientes e nos processos de gestão interna da empresa;
- Os conhecimentos dos membros da empresa são sempre compartilhados na própria empresa. É Organizado workshops sistemáticos para ensinar tecnologia novas, conceitos novos, debate de negócios e pesquisa;
- Publicações internas e externas, uso internet (incluindo redes sociais), sistemas de gestão internos.

A quarta e última parte do questionário se propôs identificar se as empresas utilizavam as Redes Sociais para auxiliar a Gestão do Conhecimento, verificando se houve melhorias na empresa, e as que não utilizavam quais os motivos da não utilização.

De início, foi questionado se as empresas têm utilizado as Redes Sociais como mecanismo de apoio para proporcionar melhoria na Gestão do Conhecimento. Constatou-se que 75% não utilizam, enquanto que 25% responderam que utilizam (Figura 9).



**Figura 9 - A utilização das Redes Sociais para auxiliar a GC**

Diante disso, podemos perceber que há um número pequeno de empresas do Porto Digital (25%) que utilizam as Redes Sociais como mecanismo de apoio para a Gestão do Conhecimento. Este resultado coincide com a pesquisa de Deloitte (2010), conforme falado

anteriormente, que em uma pesquisa realizada com empresas Brasileira, somente 40% tem utilizado as Redes Sociais como mecanismo de apoio para a Gestão do Conhecimento.

As próximas análises foram divididas em duas partes:

- Análise das empresas que responderam Sim (25%) e;
- Análise das empresas que responderam Não (75%).

Na primeira análise buscou-se identificar se as Redes Sociais tem auxiliado a Gestão do Conhecimento nestas empresas. Quando foi questionado quais os motivos da adoção de utilização das Redes Sociais como mecanismo de apoio para proporcionar melhorias na Gestão do Conhecimento. Constatou-se que 71% das empresas responderam que tem utilizado pela facilidade do uso, 57% melhoria na estratégia de Gestão do Conhecimento, 29% diferencial competitivo e 14% diminuição de custo em processos internos e externos (Figura 10).



**Figura 10 -** Motivos da Utilização das Redes Sociais para GC

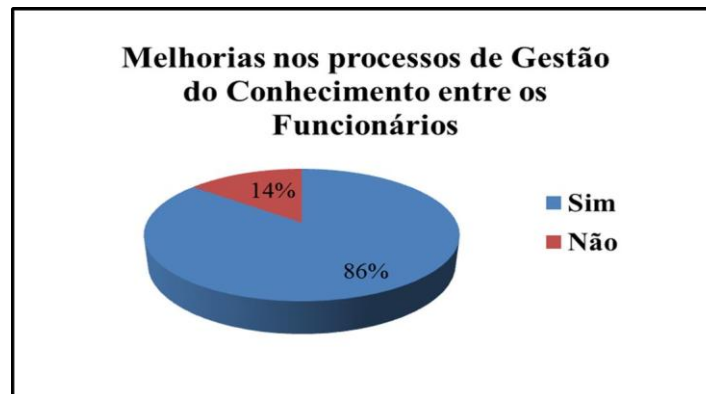
Diante disto, percebe-se que os dois principais fatores que têm levado as empresas do Porto Digital a utilizar as Redes Sociais como mecanismo de apoio para a Gestão do Conhecimento foi: a facilidade do uso que esta tecnologia proporciona (71%) e melhoria na estratégia de Gestão do Conhecimento (57%).

Em um ambiente de Rede Social os funcionários têm uma maior facilidade de compartilhar seus conhecimentos e por ser considerado um ambiente interativo e informal os funcionários se sentem mais livres para expressar seu conhecimento. Este resultado mostra o que foi falado por Staab (apud Costa, 2009), que as Redes Sociais têm sido adotadas por muitas empresas por sua grande facilidade de compartilhamento de conhecimento entre os funcionários e por ser um ambiente interativo e informal.

Outro fator desta questão, que tem levado as empresas do Porto Digital a adotar as Redes Sociais como apoio a Gestão do Conhecimento, foi melhoria na estratégia de GC. Este resultado mostra o que foi citado por Costa (2009), que muitas empresas têm utilizado as Redes Sociais como mecanismo de apoio para Gestão do Conhecimento para melhorar as estratégias de GC. A exemplo disto, temos o C.E.S.A.R que em busca de melhores resultados na sua estratégia de Gestão do Conhecimento, desenvolveu e incorporou o uso de uma rede social chamada A.M.I.G.O.S (COSTA et al., 2009).

Em seguida foi questionado se as empresas têm visto melhorias nos processos de Gestão do Conhecimento (criação, captura, refinamento, armazenamento, gerenciamento e distribuição

do conhecimento) entre os funcionários. Constatou-se que 86% das empresas têm visto melhorias, enquanto que apenas 14% responderam que não (Figura 11).



*Figura 11 - Melhorias nos Processos de GC*

Com isto, percebe-se que as Redes Sociais tem facilitado todo o processo de Gestão do Conhecimento entre os funcionários, que vai desde a criação até a distribuição desse conhecimento. Como as empresas tem buscado melhorar sua competitividade, através do compartilhamento do conhecimento produzido por seus funcionários, esta questão mostra que as Redes Sociais têm sido uma ferramenta eficiente para que esse compartilhamento ocorra nas empresas do Porto Digital.

Em seguida foi questionado se houve melhorias nos processos internos da empresa depois da utilização das Redes Sociais para GC. 71% responderam que Sim, enquanto 29% responderam que Não (Figura 12).

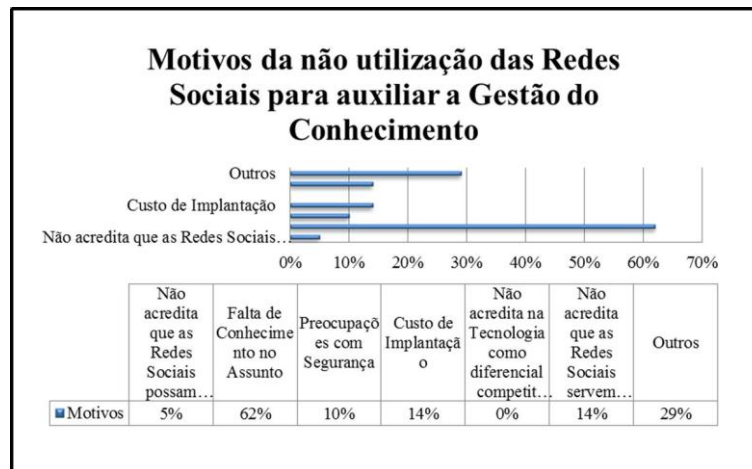


*Figura 12 - Melhorias nos Processos Internos da Empresa*

No entanto, percebe-se que houve melhorias nos processo internos das empresas. As Redes Sociais são um ambiente dinâmico, com isso os funcionários se sentem mais livres para compartilhar seus conhecimentos e interagir com os usuários da rede. Isto traz maior interação entre os funcionários, tornando assim um ambiente de trabalho mais produtivo, redução de perda do capital intelectual e redução de custo no desenvolvimento de novos produtos (COSTA, 2008).

Na segunda análise, buscou-se identificar quais os motivos das empresas não utilizar as Redes Sociais como mecanismo de apoio para a Gestão do Conhecimento.

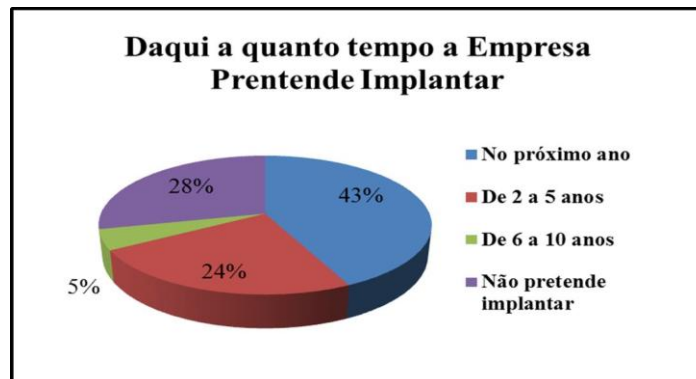
Na primeira questão foi questionado os motivos da empresa não utilizar as Redes Sociais como mecanismo de apoio para proporcionar melhoria na Gestão do Conhecimento. Constatou-se que 62% responderam falta de conhecimento no assunto, 14% custo de implantação e não acredita que as Redes Sociais servem como a Gestão do Conhecimento, 10% preocupação com segurança, 5% não acredita que as Redes Sociais possam ser um mecanismo para facilitar os processos de Gestão do Conhecimento entre os funcionários, 29% outros e 0% não acredita na tecnologia como diferencial competitivo (Figura 13).



**Figura 13 -** Motivos da não Utilização das Redes Sociais na GC

Analisando-se os motivos da não utilização das Redes Sociais na GC, observou-se que a totalidade das empresas acredita nessa ferramenta como diferencial competitivo. Uma parcela das empresas não implantou por falta de conhecimento no assunto (62%). E os outros motivos, da não utilização das Redes Sociais na Gestão do Conhecimento, interessantes citados durante a pesquisa foram: falta de tempo; não pensou no assunto; falta de dedicação para ver se esse assunto é de interesse da empresa; não foi implantado ainda, mas já estar na fase de planejamento; não quer da liberdade para os funcionários acessar as Redes Sociais.

Em seguida foi questionado daqui a quanto tempo as empresas pretendem implantar Redes Sociais como mecanismo de apoio para auxiliar a Gestão do Conhecimento. Constatou-se que 43% pretendem implantar no próximo ano, 28% não pretende implantar, 24% de 2 a 5 anos e 5% de 6 a 10 anos (Figura 14).



**Figura 14 -** Tempo que Desejam implantar as Redes Sociais no apoio a GC

Com isto, esta informação vem para confirmar a questão anterior mostrando que as empresas estão interessadas na implantação das Redes Sociais no apoio a Gestão do Conhecimento, e que já pretende implantar no próximo ano (43%).

## 9 Conclusões

Existem muitas ferramentas de TI que hoje dão suporte a Gestão do Conhecimento, logo as alternativas de implantação de Gestão do Conhecimento também são muitas. E uma das alternativas que tem chamado atenção ultimamente é o uso das Redes Sociais como apoio a Gestão do Conhecimento.

Um grande número de organizações está optando pela utilização de Redes Sociais em suas estratégias de gestão do conhecimento (COSTA, 2009). Este trabalho apresentou como as Redes Sociais têm auxiliado a Gestão do Conhecimento nas empresas de TI do Porto Digital. E as empresas que ainda não utilizam quais os motivos.

De acordo com os dados coletados durante a fase deste estudo de caso, mostrou que 57% das empresas estudadas utilizam alguma estratégia de Gestão do Conhecimento.

Mas apenas, 25% utilizam as Redes Sociais como mecanismo de apoio para a Gestão do Conhecimento.

Contudo, 86% das empresas que utilizam essa tecnologia têm visto melhorias nos processos de Gestão do Conhecimento e 71% melhorias nos processos internos das empresas. Como citado por Costa (2008) estes processos internos são: o relacionamento entre os funcionários, os processos produtivos, diminuição da perda do capital intelectual, redução dos custos na fabricação dos produtos.

As empresas que não utilizam as Redes Sociais como auxílio a Gestão do Conhecimento, 69% é por falta de conhecimento no assunto.

A totalidade das empresas que não utilizam as Redes Sociais no auxílio a GC, acreditam nessa ferramenta como diferencial competitivo e 43% pretende implantar no próximo ano. Isto mostra que, as Redes Sociais no auxílio a Gestão do Conhecimento é de interesse de muitas empresas pesquisadas.

## 10 Referências

BIOLCHINI, Jorge; MIAN, Paula Gomes; NATALI, Ana Candida Cruz; TRAVASSOS, Guilherme Horta. **Systematic Review in Software Engineering**. Technical Report. PESC – COPPE/UFRJ, 2005.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COSTA, R., OLIVEIRA, R., SILVA, E., MEIRA, S. **A.M.I.G.O.S: Knowledge Management and Social Networks**. ACM International Conference on Design of Communication (SIGDOC), 2008.

COSTA, R., OLIVEIRA, R., SILVA, E., MEIRA, S. **A.M.I.G.O.S: Uma plataforma para Gestão de Conhecimento através de Redes Sociais**. Simpósio Brasileiro de Sistemas Colaborativos, 2009.

COSTA, R., SILVIO, R. L. Meira, EDEILSON, M. Silva, RAFAEL, A. Ribeiro. **A Knowledge Management Process Using Social Networks**. SBSC, Fortaleza, Brasil: IEEE Computer Society, pp. 154-160, 2009.

DELOITTE. **Mídias sociais nas empresas**: O relacionamento online com o mercado. 2010.

DYBA, T.; KITCHENHAM, B. A.; JORGENSEN, M. **Evidence-Based Software Engineering For Practitioners**. Ieee Transactions On Software Engineering, V. 22, N. 1, P. 58-65, 2005.

GIARDELLI, Gil. **Redes Sociais e Inovação Digital**. Gaia Creative, 2011. Disponível em: < [http://issuu.com/gaiacreative/docs/inovadoresespm\\_redes\\_sociais\\_inovacao\\_digital\\_vl](http://issuu.com/gaiacreative/docs/inovadoresespm_redes_sociais_inovacao_digital_vl) >. Acesso em 09.mar.2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HORGA, V., HORGA, M., HORGA, M. G. **Information Technology In Supporting Knowledge Management**. International conference of AIKED, 2011.

JIANG, T., HE, D. **Redefining Social Network Services: A Solution to Personal Information and Knowledge Management**. International Conferences on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology, 2007.

LITTEL, Julia H.; CORCORAN, Jacqueline; PILLAI, Vijayan. **Systematic Reviews and Meta-Analyses**. New York: Oxford University Press, 2008.

MAFRA, S. N.; TRAVASSOS, G. H. **Estudos Primários E Secundários Apoiando A Busca Por Evidências Em Engenharia De Software**. Relatório Técnico Rt-Es-687/06, Programa De Engenharia De Sistemas E Computação (Pesc), Coppe/Ufrj, 2006.

MARODIM, F. A. **Estratégias de Gestão do Conhecimento e o uso da Tecnologia da Informação: Um Estudo de Caso**. UFRGS, 2004. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

MIAN, P.; CONTE, T.; NATALI, A.; BIOLCHINI, J.; MENDES, E.; TRAVASSOS, G. H. **Lessons Learned On Applying Systematic Reviews To Software Engineering**. 3rd International Workshop "Guidelines For Empirical Work" In the Workshop Series On Empirical Software Engineering (Wsease), 2005.

MOHAMED, M., STANKOSKY, M., MURRAY, A. **Knowledge management and information technology: can they work in perfect harmony?** Journal of Knowledge Management, v. 10, n. 3, p. 103-116, 2006.

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

PAI, M; MCCULLOCH, M.; GORMAN, J.; PAI, N.; ENANORIA, W.; KENNEDY, G.; THARYAN, P.; COLFORD Jr., J. **Systematic reviews and meta-analyses: An illustrated step-by-step guide**. *The National Medical Journal of India*. 2004, Vol. 17(2): 86-95.

Porto Digital. **História e Reconhecimento**. Disponível em: < <http://www.portodigital.org/> > Acesso em 19.mar.2011.

ROSSETTI, A. G., MORALES, A. T. **O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento**. Ci. Inf., v. 36, n. 1, p. 124-135, Brasília, 2007.

SAMPAIO, RF; MANCINI, MC. **Estudos de Revisão Sistemática:** Um Guia para Síntese Criteriosa da Evidência Científica. *Rev. bras. fisio.*, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SOUSA, M. R.; RIBEIRO, A. L. P. **Systematic Review And Meta-Analysis Of Diagnostic And Prognostic Studies:** A Tutorial. *Arquivo Brasileiro de Cardiologia*, V. 92, N. 3, P. 241-251, 2009.

VAHEDI, M., IRANI, F. N. H. A. **Information technology (IT) for knowledge management.** *World Conference on Information Technology*, V. 3, P. 444-448, 2011.