IX SEGeT 2012
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA
Tema: Gestão, Inovação e Tecnologia para a Sustentabilidade

Relação Entre Redes Sociais e a Gestão do Conhecimento: um Estudo Exploratório com Estudantes do Ensino Superior de Tecnologia em Informática

Paula Antonia Dos Santos Mendes
oliveirapco@hotmail.com
FATEC-ZL

Paulo Cristiano de Oliveira
oliveirapco@yahoo.com.br
FATEC-ZL/UFSC

Marcelo Rabelo Henrique
marcelo@mrhenriqueconsult.com.br
UNINOVE

José Abel de Andrade Baptista
abel_baptista@yahoo.com.br
FATEC-ZL

Paulo Ramirez
pramirez@uol.com.br
FATEC-ZL/UNINOVE

Resumo:A gestão do conhecimento busca melhorar o desempenho da localização, compartilhamento e criação de conhecimento com a utilização de ferramentas e tecnologias de informação e comunicação. Esta pesquisa tem como objetivo caracterizar a relação entre o uso de redes sociais por estudantes de tecnologia em informática com a gestão do conhecimento. Seus objetivos específicos são identificar as redes sociais utilizadas pelos estudantes; identificar os recursos das ferramentas de redes sociais utilizadas por esses estudantes e identificar as principais atividades desenvolvidas nas redes sociais com relação à gestão do conhecimento. Este é um estudo de caso único de natureza exploratória. Os procedimentos metodológicos compreenderam revisão teórica sobre redes sociais e gestão do conhecimento, definição da amostra, elaboração dos questionários, aplicação de coleta de dados piloto para validação do questionário, coleta de dados e análise dos resultados. Ao final, foi possível perceber que existe uma tendência dos estudantes em utilizar as redes sociais para disseminar o conhecimento, tanto na obtenção quanto na distribuição da informação. Foi constatado que 61% dos estudantes geram e apóiam a criação de novos conhecimentos nas redes sociais.

Palavras Chave: Gestão do conhecimento - Redes sociais - Conhecimento - Estudo de caso - Internet

1. INTRODUÇÃO

A evolução humana é medida pelos diferentes estágios da compreensão da informação como conhecimento, dessa forma, é possível diferenciar a atual sociedade das anteriores (POLIZELLI *et al.*, 2008). Por sua vez, a internet vem mostrando sua verdadeira dimensão, a partir do crescimento das redes sociais. As redes sociais compreendem em pessoas interligadas buscando adquirir informações e conhecimentos sobre os mais diversos temas (CAPOBIANCO, 2010). Essas redes podem operar em diferentes níveis, como redes de relacionamentos, redes profissionais, redes comunitárias, entre outros. Todos esses níveis possuem em comum o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços na busca de objetivos similares.

Segundo Nonaka e Takeushi (1997), a gestão do conhecimento é a geração, captação, armazenagem e distribuição de conhecimento. Inicialmente, é possível supor que o conhecimento é a combinação de várias informações, mas existe uma diferença estrutural entre conhecimentos e informações (TRISKA, 2008). A informação está ligada ao resultado obtido, já o conhecimento está relacionado ao resultado a se obter. O principal objetivo da gestão do conhecimento é a melhoria no desempenho da localização, compartilhamento e criação de conhecimento com a utilização de ferramentas e tecnologias de informação e comunicação. Podendo ser considerada um processo para identificar pessoas que sabem algo (conhecimento tácito) e pessoas que expressam ou registram o que sabem (conhecimento explícito). Também pode ser entendida como a combinação, seleção e classificação do conhecimento.

De acordo com Rosetti Júnior (2011), o ensino superior na modalidade tecnológica vem crescendo a cada dia. Desde 2001, os cursos superiores de tecnologia vêm conquistando espaço em um contexto antes dominado pelos cursos de bacharelados e licenciaturas. Nesse período de tempo, o número de estudantes matriculados nesse nível de ensino passou de 69 mil para os atuais 680 mil. Isto representa um aumento de 985%. Observando o dinamismo das relações entre os indivíduos e do ambiente em que estão inseridas nas redes sociais, juntamente com a necessidade de aprimorar o compartilhamento de informação e o crescimento do ensino tecnológico no Brasil, destaca-se o interesse à seguinte questão: É possível relacionar o uso de redes sociais por estudantes de tecnologia em informática com a gestão do conhecimento?

O objetivo geral da pesquisa é caracterizar a relação entre o uso de redes sociais por estudantes de tecnologia em informática com a gestão do conhecimento. Os objetivos específicos compreendem em identificar as redes sociais utilizadas pelos estudantes de tecnologia em informática; identificar os recursos das ferramentas de redes sociais utilizadas por esses estudantes e identificar as principais atividades desenvolvidas nas redes sociais com relação à gestão do conhecimento. A seguir será apresentada a fundamentação teórica, a metodologia, os resultados e as considerações finais deste estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção será dedicada à revisão da teoria existente na literatura com relação conceitos referentes às redes sociais, incluindo-se o Facebook, Twitter, Linkedin, Myspace e Orkut, à gestão do conhecimento e à gestão do conhecimento nas redes sociais.

2.1. REDES SOCIAIS

Uma rede social pode ser entendida como pessoas, organizações ou entidades sociais conectadas através de ligações que são construídas motivadas por relacionamentos sociais, relações de trabalho e compartilhamento de informações, reconstruindo a estrutura social. (TOMÁEL, MARTELETO e CHIARA, 2005). A rede social não se forma somente com a

conexão de terminais. Na realidade, é um processo existente graças ao processo de interação entre duas ou mais pessoas via recursos computacionais. Por rede social pode-se entender uma interligação por dois elementos: os atores sociais, cada pessoa que participa da rede, e as conexões, interações e laços sociais (ZAGO e BATISTA, 2008). Graças à internet, várias redes sociais foram criadas, permitindo a formação de tribos e comunidades que possuem gostos e opiniões semelhantes. Isso mostra que qualquer pessoa pode se relacionar facilmente com outras pessoas onde quer que estejam (CARVALHO, 2010). O grande diferencial da rede social virtual é a possibilidade do compartilhamento de interesses sociais, culturais e informações que pessoas de qualquer parte do mundo, desde que elas queiram ter acesso a essas informações.

O número de redes sociais existentes na internet vem crescendo a cada ano. As redes sociais já fazem parte da vida de toda a sociedade, que as utilizam para contatos pessoais e profissionais (ZAGO e BATISTA, 2008). De acordo com Aguiar e Silva (2010), o Facebook, o Orkut, o MySpace, entre outros sites, são ferramentas e suportes das interações que constituem a rede social, esses recursos não são propriamente redes sociais. Os sites de redes sociais conectam as pessoas, mas são as pessoas que constroem a rede social. As ferramentas descritas, no entanto, influenciam o modo de como as pessoas interagem nas redes sociais. Essas plataformas permitem a criação de perfis e identificação de comunidades específicas e o acréscimo de aplicativos como jogos, ferramentas, etc. Para este estudo, serão apresentadas algumas das redes sociais com mais usuários no Brasil, de acordo com o Ibope Netratings (2010): Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace e Orkut.

2.1.1. FACEBOOK

O Facebook foi Fundado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes ex-alunos da universidade de Harvard. Essa rede social foi lançada em 4 de fevereiro de 2004. Inicialmente o Facebook era utilizado apenas pelos estudantes de Harvard, posteriormente passou a ser utilizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). Em 2006, o Facebook passou a aderir estudantes secundaristas e algumas empresas. Neste mesmo ano, usuários com idade acima de 13 anos, começaram a ser aceitos na rede (AGUIAR e SILVA, 2010). Segundo o site do Facebook, a rede social possui inúmeros recursos, os mais utilizados são:

• Mural: espaço no perfil reservado para que outros usuários postem mensagens. Em 2007, o Facebook passou a permitir a postagem de anexos, fotos, vídeos e links;

• Status: cada usuário informa aos seus amigos suas ações e acontecimentos momentâneos;

• Eventos: recurso que permite marcar eventos e informar aos outros usuários os eventos que aconteceram, utilizando para marcar encontros sociais;

• Aplicações: aplicações para interagir com recursos internos do Facebook;

• Facebook Móvel: o Facebook lançou o serviço para as tecnologias móveis em 2010. O facebook.com via celular possui cerca de 150 milhões de usuários ativos.

2.1.2. TWITTER

O Twitter, criado em 2006 por Jack Dorsey, é uma rede social baseada no microblog, ele permite que os usuários enviem e recebam atualizações pessoais de seus contatos com textos de até 140 caracteres, chamados de tweets. O envio dos tweets é possível por meio do próprio

site, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento. As atualizações são feitas em tempo real e enviadas aos seguidores de cada usuário (RUFINO, OHANA e TABOSA, 2009). De acordo com o site Twitter, a rede social possui como principais ferramentas:

• Tweet: mensagem enviada a outros usuários com no máximo 140 caracteres.

• Retweet: replica um tweet recebido para que determinados "seguidores" também tenham acesso a ele, mostrando seu autor original;

• Twitter List: listas onde é possível compartilhamento de usuários, permitindo que os tweets sejam lidos com mais rapidez;

• Trending Topics: também chamados de TT's, são listas em tempo real dos nomes mais postados do Twitter pelo mundo. As conhecidas tags também são aplicadas nessas listas e também os nomes próprios;

• Aplicativos: aplicações que são desenvolvidas no Twitter para realizar pesquisas e até mesmo sorteios e promoções entre os usuários.

2.1.3. LINKEDIN

O LinkedIn é uma rede social voltada a negócios, foi criada em dezembro de 2002 por Reid Hoffman e lançada em maio de 2003. É semelhante às redes de relacionamento, mas tem como diferença sua utilização ser mais voltada para profissionais. É possível a montagem de currículos, além de manter o contanto com amigos e empresas (MIRANDA *et al.*, 2010). Segundo o site do LinkedIn, a rede social possui como principais recursos:

• Conexão: as pessoas que são adicionadas na lista de contatos. Elas podem ser de ligação direta ou segundo e terceiro grau, facilitando a forma de separação de contatos. As conexões podem ser usadas para encontrar trabalhos, oportunidades e pessoas. Conexões também são formadas por empresas, podendo ter contato direto com as vagas de cada organização;

• LinkedIn Answers: permite que os usuários façam perguntas que serão respondidas por outros usuários, as questões sempre são direcionadas aos negócios e as respostas sempre são identificadas.

2.1.4. MYSPACE

De acordo com Aguiar e Silva (2010), o MySpace é uma rede social que utiliza a internet como forma de comunicação interativa de fotos, blogs e perfis. Possui como recursos um sistema interno de e-mails, fóruns e grupos. Sua crescente popularidade se dá pelo fato de conseguir armazenar arquivos com a extensão MP3, músicas, por exemplo, isso faz com que muitas bandas registrem suas músicas, transformando um perfil de usuário em um site oficial. De acordo com o site MySpace, a rede social possui como principais recursos:

• Boletins: recados postados no chamado "quadro de boletins", visível para outro usuário do MySpace. Os boletins são apagados depois de dez dias;

• Grupos: alguns usuários podem se unir e criar grupos, compartilhando uma mesma página e um quadro de mensagens. O moderador do grupo escolhe os usuários que podem participar, aprovado diretamente ou mediante requisitos;

• Aplicações: os aplicativos foram introduzidos em 2008, onde os usuários podem criar aplicações para postar nos seus perfis.

2.1.5. ORKUT

O Orkut é uma rede social filiada ao Google, criada em 24 de janeiro de 2004, pelo engenheiro turco Orkut Bujukkokten, padrinho da rede social. O Orkut foi criado com o objetivo de ajudar seus membros a conhecer pessoas e manter relacionamentos. O alvo inicial do Orkut era os Estados Unidos, mas a maioria de seus usuários são brasileiros e indianos. Apenas no Brasil a rede possui cerca de 26 milhões de usuários, 72% do total de usuários. Por essa razão, a sede responsável pelo Orkut, que até 2008 era na Califórnia, passou a ser a filial do Google no Brasil (LOPES, 2009). Segundo o site Orkut, os recursos mais utilizados são:

• Perfil: todo usuário possui um perfil com suas preferências, mostrando quais são seus principais interesses no site;

• Páginas de recado: página onde outros usuários podem mandar recados;

• Álbuns de fotos: cada usuário pode criar álbuns, postar suas fotos e escolher quais as pessoas que terão acesso a elas;

• Comunidades: cada usuário pode escolher quais comunidades participar, dependendo de suas preferências;

• Fóruns: ferramenta destinada a promover debates através de mensagens publicadas abordando uma mesma questão;

• Bate-papo: ferramenta de bate-papo integrada ao Orkut, sendo possível a navegação ao site e a conversação online ao mesmo tempo;

• Aplicativos: o Orkut conta com cerca de mais de 600 aplicativos. Os mais populares são o BuddyPoke, aplicativo onde é possível fazer uma animação com suas características sendo possível mandar mensagens para amigos que possuem o mesmo aplicativo, e a Colheita Feliz, aplicativo onde é possível cada usuário ter uma espécie de fazenda onde é possível plantar flores e legumes para colher e oferecer aos seus amigos.

2.2. GESTÃO DO CONHECIMENTO

A informação é um conjunto de dados que carregam um sentido e significado. Já o conhecimento é uma mistura fluida de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, a qual proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações (DAVENPORT e PRUSAK, 1998, p.6). De acordo com Oliveira, 2004, a importância de uma informação varia de pessoa para pessoa. Já o conhecimento existe somente na cabeça das pessoas, já que essa é a origem e é o local onde o conhecimento adquire sentido (POLIZELLI, 2008).

Segundo Nonaka e Takeushi (1997) o conhecimento pode ser classificado de duas formas. O conhecimento explícito está registrado de forma escrita em livros, manuais, bancos de dados digitais, gravações e outras formas de armazenamento físico. O conhecimento explícito é o conhecimento de fácil codificação, transferência e reutilização, utilizado em textos, gráficos, tabelas, sendo facilmente organizados em banco de dados e publicações, tanto em papel quanto em formato eletrônico. O conhecimento tácito está localizado na “cabeça” de cada pessoa, sendo que ainda não houve a explicitação desse conhecimento. O conhecimento tácito pode ser encontrado no “conhecimento subjetivo, habilidades inerentes a uma pessoa, sistemas de ideias, percepção e experiência, sendo difícil de ser formalizado, transferido ou explicado a outra pessoa”.

De acordo com Silva (2004) e Nonaka e Takeushi (1997), são consideradas formas de criação de conhecimento:

- Socialização: conversão do conhecimento tácito em conhecimento tácito. O saber tácito é o conhecimento informal, ainda não registrado. A socialização é um processo onde experiências são compartilhadas, através de emoções e um contexto específico. Esse tipo de conversão também ocorre em organizações e em trabalhos em grupo. Esse conhecimento é compartilhado quando ocorre um diálogo entre duas ou mais pessoas cara a cara;
- Externalização: conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito. Essa conversão utiliza metáforas e conceitos para transformar o conhecimento. O diálogo e a reflexão coletiva são importantes recursos para ajudar nesse processo. Esse conhecimento conceitual ocorre por meio de descrição de parte do conhecimento tácito por meio de planilhas e textos, relatos verbais de filmes;
- Combinação: conversão de conhecimento explícito em conhecimento explícito. O conhecimento existente se reclassifica, gerando novos conhecimentos. Pode ser considerado como um exemplo à utilização do conhecimento explícito de algum funcionário agregando valor ao conhecimento explícito da empresa;
- Internalização: conversão de conhecimento explícito em conhecimento tácito. Quando um conhecimento explícito é internalizado, ou seja, é absorvido por cada pessoa, esse se torna um conhecimento tácito. Essa forma de conhecimento pode acontecer na leitura ou estudo de documentos, prática individual, reinterpretação de vivências e práticas.

O termo gestão do conhecimento vem do inglês *Knowledge Management* (KM). Com os avanços que a gestão do conhecimento mostrou nos últimos anos, existem várias pesquisas mostrando que o principal objetivo da gestão do conhecimento é a melhoria no desempenho no que se diz respeito de localização, compartilhamento e criação de conhecimento com a utilização de ferramentas e tecnologias da informação e comunicação (TRISKA, 2008).

Segundo Frota, Pantoja e Séllos (2005), a gestão do conhecimento tem como objetivos:

- Tornar as informações acessíveis: a partir do momento em que um ator disponibiliza uma informação, ele transforma o conhecimento pessoal em conhecimento coletivo, transferindo seus conhecimentos para outras pessoas;
- Organizar os dados para transformá-los em informações compreensíveis: os dados que são disponibilizados necessitam de organização para torna-se uma informação com valor agregado;
- Permitir a identificação e mapeamento dos conhecimentos e informações: é de extrema importância saber onde encontrar a informação ou conhecimento, o mapeamento consiste em encontrar a informação no menor espaço de tempo possível, sendo que a mesma já foi identificada;
- Apoiar a geração do conhecimento: para gerar conhecimentos, é preciso estar atento a espiral evolutiva do conhecimento, seguindo suas etapas (1) gerar conhecimento; (2) captar conhecimento; (3) armazenar conhecimento; (4) distribuir conhecimento.

Apoiar e criar novos conhecimentos: a geração de novos conhecimentos está relacionada diretamente com a junção dos conhecimentos tácitos e os conhecimentos adquiridos, sendo o principal objetivo da gestão do conhecimento. A criação do conhecimento depende da união de todos os objetivos, pois somente as informações que estão disponíveis podem ser organizadas, identificadas, geradas, para criar os novos conhecimentos. Ainda segundo Triska (2008) o conhecimento é mais facilmente distribuído por ferramentas

tecnológicas, como na centralização de dados. A principal ferramenta usada para a gestão do conhecimento é a internet.

Segundo Tomaél, Alcará e Chiara (2005), a informação e o conhecimento estão em todas as áreas e esferas, são transformados pela ação dos indivíduos, tornando-se competências valorizadas, gerando benefícios sociais e econômicos, estimulando o desenvolvimento, sendo assim, recursos fundamentais para formação e manutenção de redes sociais. As conexões existentes entre os atores tornam o compartilhamento de informações e conhecimento em uma estratégia de apoio à gestão também adotada por organizações. Para que o compartilhamento de informações na internet funcione, a cooperação é um item fundamental, com o auxílio das ferramentas tecnológicas e a utilização dos recursos disponíveis para que a absorção das informações se torne um aprendizado. Pois, apenas o acesso à informação, não garante que a mesma seja incorporada ao conhecimento. Existe uma relação entre a análise de redes sociais e o acesso à informação e sua importância para o desenvolvimento econômico e social de comunidades e grupos sociais. Assim, a importância das redes sociais na transmissão e obtenção da informação e do conhecimento tem se tornado um assunto de grande relevância na atualidade.

3. METODOLOGIA

A pesquisa apresentada por este artigo é um estudo de caso exploratório (ROESCH, 1996). Esse tipo de pesquisa busca levantar subsídios para estudos mais aprofundados sobre o tema. Segundo Yin (2001), o estudo de caso consiste numa estratégia de pesquisa que procura examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto. As etapas necessárias para a realização desse trabalho foram: revisão teórica sobre redes sociais e gestão do conhecimento, definição da amostra, elaboração dos questionários, aplicação de coleta de dados piloto para validação do questionário, coleta de dados e análise dos resultados.

O estudo foi realizado na Faculdade de Tecnologia da Zona Leste que é uma instituição pública de ensino superior de tecnologia, localizada na cidade de São Paulo, no bairro Cidade A.E. Carvalho. É mantida pelo Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS) que é vinculado a Secretaria do Desenvolvimento do Governo do Estado de São Paulo (FATECZL, 2012). Na Fatec Zona Leste são ministrados cursos superiores de tecnologia, sendo eles Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Informática para Gestão de Negócios, Comércio Exterior, Logística e Transportes e Produção de Plásticos.

Para caracterizar a relação do uso de redes sociais com a gestão do conhecimento foi realizada uma pesquisa quantitativa aplicada somente aos estudantes de tecnologia em informática através de um questionário com questões fechadas, visando encontrar resultados sobre a utilização das redes sociais, suas ferramentas e atividades, e também caracterizar como esses estudantes movimentam a criação, obtenção e divulgação do conhecimento. Reis (2008) afirma que a pesquisa quantitativa exige um número maior de entrevistados para garantir maior precisão nos resultados, que serão projetados para a quantidade de pessoas representadas. As informações são colhidas por meio de um questionário estruturado com perguntas claras e objetivas. Isto garante a uniformidade de entendimento dos entrevistados. De maneira sucinta, em pesquisas qualitativas o importante é o que se fala sobre um tema, enquanto que em pesquisas quantitativas o importante é quantas vezes é falado.

A Fatec Zona Leste possui 418 matriculados nos cursos foco deste estudo que são os cursos de Tecnologia em Informática para a Gestão de Negócios e Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Para caracterizar sua natureza exploratória, a amostra compreendeu 21% dos alunos. Para que fosse possível uma análise prévia, soluções de dúvidas e ajustes finais, um questionário piloto foi aplicado para dez alunos de tecnologia em

informática. Os questionários foram respondidos de maneira presencial de forma aleatória e anônima entre os alunos dos cursos de tecnologia em informática.

4. RESULTADOS

A seguir será apresentada a utilização de redes sociais, os recursos das ferramentas utilizadas e as atividades desenvolvidas nas redes sociais pelos indivíduos foco deste estudo.

Com relação à utilização das redes sociais, 83% dos entrevistados disseram que utilizam redes sociais, contra os 17% que não utilizam, conforme foi demonstrado por Tomáel e Martelato (2006), abordando sobre a grande expansão da utilização das redes sociais. Dos alunos que não utilizam redes sociais, 86% são homens com mais de 25 anos. Outro item relevante para essa análise é que 100% das alunas entrevistadas no período da tarde utilizam as redes sociais. Mostrando que os respondentes mais jovens utilizam as redes sociais frequentemente.

Com relação à frequência de utilização, foram considerados apenas os respondentes que utilizam as redes sociais. Para item de análise, a frequência de utilização das redes sociais é de grande importância. Acessam as redes sociais apenas uma vez por semana um total de 13,3% dos alunos, 51% dos estudantes acessam redes sociais todos os dias e 36% dos alunos acessam várias vezes ao dia, conforme foi demonstrado por Aguiar e Silva (2010), abordando sobre o grande número de usuários brasileiros que acessam as redes sociais. Um item de relevância é que dentre os entrevistados, os estudantes que mais apresentaram acesso a redes sociais todo dia ou várias vezes por dia são do gênero feminino.

A utilização das redes sociais vem crescendo a cada dia, diante disso, é de extrema importância conhecer quais são as redes sociais que os estudantes de tecnologia em informática utilizam para a transmissão e obtenção de suas informações e conhecimentos. Com a análise dos resultados e a pesquisa bibliográfica, o *site* de rede social Orkut teve uma grande queda de utilização. Até pouco tempo atrás ele reinava sozinho entre os brasileiros, como foi abordado por Lopes (2009). Mas os estudantes que o utilizam, usufruem muito de seus recursos, item que discutiremos a seguir. Mesmo assim, o Orkut ainda é muito utilizado, possuindo 53% de usuários entre os estudantes. O MySpace é a rede social que apresentou menor número de usuários, sendo utilizado por 7% dos respondentes. Em seguida aparece o *site* profissional LinkedIn, sendo utilizado por 33% dos estudantes.

As duas redes sociais que aparecem em ascensão são o Twitter e o Facebook. O Twitter apresentou 53% de usuários, mesmo com seu pouco tempo no Brasil e ainda não possuir uma versão em português, de acordo com Rufino (2009). Já o Facebook, a rede social mais utilizada, com 77% dos alunos como participantes, obteve um grande crescimento de usuários no Brasil, conforme indicam Zago e Batista (2008). Observa-se que nesta questão, cada respondente poderia assinalar mais de uma rede social, caso a utilize.

Dentre os recursos utilizados do Facebook, é possível perceber que 100% dos estudantes escrevem em murais, expressando suas opiniões ou mesmo transmitindo alguma informação, 84% dos estudantes dizem visualizar *status* de amigos, 33% utilizam o celular para acessar o Facebook móvel, 17% utilizam o recurso Evento para marcar encontros e saber onde eles iram acontecer, 12% utilizam aplicativos que são desenvolvidos para utilização no próprio *site* e apenas 1,7% dos estudantes utilizam outros recursos disponíveis como bate-papo e envio de fotos.

Entre os usuários que utilizam o MySpace, 100% estudantes disseram que utilizam o boletim para transmitir notícias e 20% dos alunos utilizam grupos para se conectar. Os aplicativos e outros não foram citados.

Na rede social Twitter, 100% dos estudantes disseram que utilizam o recurso de envio de *tweets* e *retweets* para se comunicar, 22,5% dos alunos fazem o uso da *Twitter List* para manter sua lista de amigos sempre atualizada e com pessoas que possam enviar informações do seu interesse, 12,5% dos respondentes afirmam usar o *Trending Topics* para mostrar a todos as *tags* com mais importância e 7,5% dos estudantes utilizam os aplicativos disponíveis no Twitter. O item outros não foi citado.

Os recursos utilizados no LinkedIn apresentaram os seguintes índices: 96% dos respondentes utilizam o recurso de conexão para manter uma relação com empresas e outras pessoas que possuem o mesmo perfil profissional e 4% dos estudantes afirmou que utiliza o *Linked Answers* para se comunicar com as empresas. Os aplicativos e outros não foram citados.

A rede social Orkut possui 100% dos respondentes utilizando um perfil no *site*, 92,5% dos estudantes enviam recados para amigos e visualizam os recados que lhe são enviados, 80% dos estudantes utilizam o *site* para envio e armazenamento de fotos, 45% dos alunos utilizam o bate-papo simultaneamente com outros recursos, 60% possuem comunidades para identificar amigos, 32,5% utilizam os aplicativos oferecidos e 5% dos respondentes utilizam os fóruns para tirar dúvidas. O item outros não foi citado.

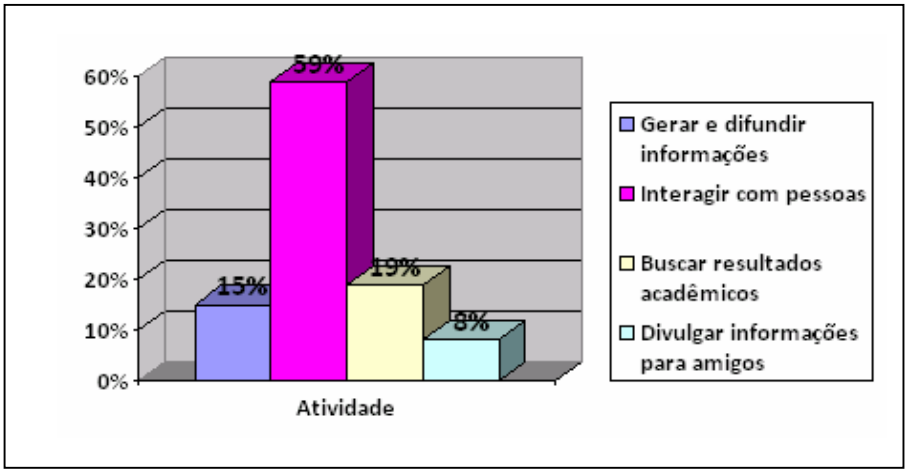

Gráfico 1: Principal finalidade de utilização das redes sociais.
Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme indicado no Gráfico 1, com relação à finalidade de utilização das redes sociais, observou-se que, 8% dos estudantes utilizam os *sites* de redes sociais para fins acadêmicos e pesquisas escolares. Os alunos que utilizam as redes sociais para essa finalidade são em sua maioria do período da tarde, e possuem idade entre 25 a 39 anos, utilizando as redes sociais todos os dias. Dos estudantes restantes, 23% deles, afirmaram usar as redes sociais apenas para entretenimento.

Observa-se que os perfis dos estudantes que utilizam as redes sociais para esse fim as utilizam apenas uma vez por semana, e acessam no máximo duas redes sociais, sendo em sua maioria do sexo masculino. Dos respondentes, 69% afirmam utilizar as redes sociais para as duas finalidades, unindo entretenimento com atividades acadêmicas. A maior parte dos alunos utiliza as redes sociais para ambas as finalidades, unindo o entretenimento da rede social para também obter informações no ambiente acadêmico, conforme aborda Demutti (2009).

Com relação às principais finalidades observou-se que 15% dos alunos apontam a geração e difusão do conhecimento que possui como principal atividade. Dos respondentes, 59% interagem com pessoas que possuem gostos e interesses em comum. Dessa forma, podendo partilhar informações que agregam valor nas duas partes, conforme abordou Recuero (2009) quando disse que um dos principais motivos para uma pessoa ingressar em redes sociais é a busca de interesse e valores em comum. Além disso, 19% dos respondentes utilizam a busca de resultados para problemas acadêmicos como principal atividade. Divulgam suas informações para outros amigos 8% dos estudantes. O perfil dos estudantes que buscam resultados acadêmicos são os alunos que possuem idade inferior a 40 anos, utilizam as redes sociais todos os dias sem a finalidade de entretenimento.

Conforme indicado no Gráfico 2, com relação aos objetivos de utilização de redes sociais, é possível perceber que, 11% dos alunos apenas disponibilizam a informação nas redes sociais, 4% afirmam que organizam as informações que são disponibilizadas, 27% dos respondentes indicam as informações que consideram importantes para outras pessoas, 33% apóiam a geração de novos conhecimentos e 28% dos estudantes além de apoiarem, procuram criar novos conhecimentos, seguindo os conceitos de acessibilidade de informações, organização de dados, mapeamento de identificação de conhecimento, geração de conhecimento e apoio e criação de novos conhecimentos conforme dito por Frota, Pantoja e Séllos (2005).

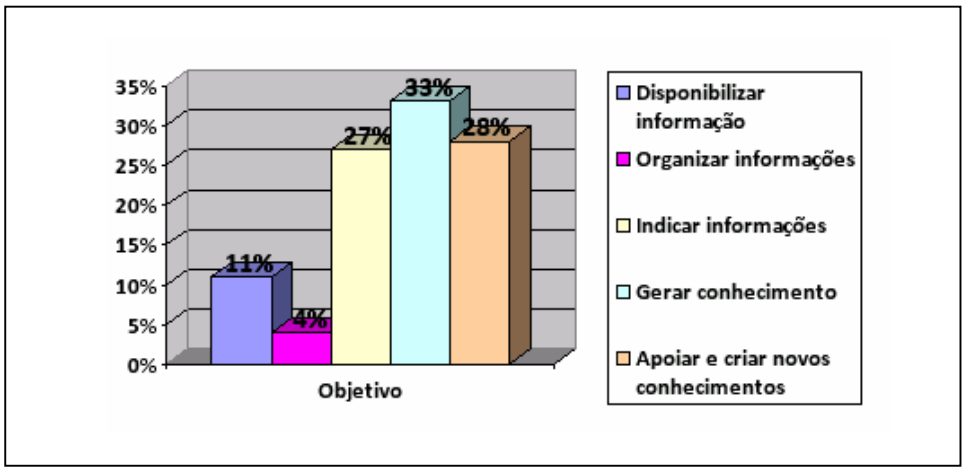

Gráfico 2: Objetivos para divulgação de conhecimentos nas redes sociais.
Fonte: Elaborado pelos autores.

O perfil dos estudantes que disponibilizam informações nas redes sociais, é em sua maioria, do gênero masculino, com idade até 24 anos, utilizam em média duas redes sociais várias vezes ao dia, sendo que as únicas redes sociais citadas são o Facebook, o Twitter e o Orkut. A finalidade de uso é tanto para nível acadêmico quanto para entretenimento e a principal atividade é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses em comum.

O perfil dos respondentes que organizam as informações disponíveis é formado por alunos do gênero masculino, com idade inferior a 40 anos, que utilizam em média duas redes sociais todos os dias, sendo citados o Facebook, o Orkut e o LinkedIn. A finalidade de uso é tanto para nível acadêmico quanto para entretenimento e a principal atividade é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses em comum.

O perfil dos estudantes que indicam informações que consideram importantes são, em sua maioria, estudantes do gênero masculino, com idade inferior a 40 anos, utilizam em média

duas redes sociais varias vezes ao dia, dentre elas o Facebook e o Twitter. A finalidade de uso é tanto para nível acadêmico quanto para entretenimento e a principal atividade é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses em comum.

Os perfis dos estudantes que apóiam a geração de conhecimentos possuem, em média, idade inferior a 40 anos, utilizam três redes sociais todos os dias, dentre elas o Facebook e o Twitter. A finalidade de uso é tanto para nível acadêmico quanto para entretenimento e a principal atividade é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses em comum.

O perfil dos respondentes que além de apoiar, criam novos conhecimentos possui idade inferior a 40 anos, utilizam três redes sociais todos os dias, dentre elas o Facebook e o Twitter. A finalidade de uso é tanto para nível acadêmico quanto para entretenimento e a principal atividade é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses em comum.

Para que seja possível uma análise mais abrangente sobre os objetivos da utilização de redes sociais pelos estudantes de tecnologia, as opções serão analisadas em conjunto, para haver uma melhor compreensão e entendimento dos dados.

Os estudantes que disponibilizam e organizam informações são, em maioria, do gênero masculino, possui menos que 40 anos, utilizam as redes sociais todos os dias, utilizam em média duas redes sociais, o Facebook e o Orkut, tanto para fins acadêmicos como para entretenimento, visando interação com as pessoas que possuem os mesmos gostos, totalizando 15% dos estudantes.

Os respondentes que indicam informações que consideram importantes, são em sua maioria do gênero masculino, utilizam as redes sociais várias vezes por dia, utilizando média de duas redes sociais, sendo uma delas o Facebook. Além disso, apresentam como finalidade a utilização das redes sociais tanto para fins acadêmicos como para entretenimento, buscando interagir com pessoas que possuem gostos e interesses em comum, formando 27% dos estudantes.

O perfil dos respondentes que geram, apóiam e criam novos conhecimentos mostra que esses possuem idade inferior que 40 anos, acessam as redes sociais todos os dias, tanto para entretenimento quanto para fins acadêmicos, interagindo com pessoas que possuem os mesmos gostos e interesses em comum. Além disso, é possível identificar que a maioria dos respondentes que se enquadram nesse caso utiliza duas ou três redes sociais, uma delas é o Facebook, totalizando 61% dos respondentes.

A pesquisa trouxe como resultado que grande parte dos estudantes de tecnologia em informática utiliza em média três *sites* de redes sociais todos os dias, sendo que a rede social mais utilizada pelos estudantes é o Facebook. O recurso mais utilizado dessa rede é o mural, onde é possível disponibilizar informações, links e vídeos para os outros usuários do *site*. Os respondentes apontaram como principal finalidade do uso de redes sociais a junção entre a utilização para obter informações de nível acadêmico e o entretenimento. Já a principal atividade, é a interação com pessoas que possuem gostos e interesses semelhantes. Além disso, foi apresentado como principal objetivo dos estudantes nas redes sociais é a geração do conhecimento, que de acordo com Frota, Pantoja e Séllos (2005), foca na difusão, captação, armazenagem e distribuição do conhecimento.

Dessa forma foi possível perceber que existe uma tendência dos estudantes de tecnologia em informática em utilizar as redes sociais para disseminar o conhecimento, tanto na obtenção quanto na distribuição da informação. Foi constatado que 61% dos estudantes geram e apóiam a criação de novos conhecimentos nas redes sociais, pois, a grande maioria dos respondentes, acessa as redes sociais para distribuir o conhecimento e também para obter conhecimento com outras pessoas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo caracterizar a relação entre o uso de redes sociais por estudantes de tecnologia em informática com a gestão do conhecimento. Para isso, foi consultada uma amostra exploratória de alunos de tecnologia em informática da Fatec Zona Leste, para que fosse possível identificar as redes sociais utilizadas pelos estudantes, identificar os recursos das redes sociais e identificar as principais atividades desenvolvidas pelos estudantes. Houve a aplicação de um questionário contendo nove questões sobre utilização das redes sociais. Para que fosse possível uma análise prévia, e detectados possíveis problemas, um questionário piloto foi aplicado. A partir da análise de resultados dos questionários, foi possível perceber que existe um grande número de alunos que utilizam as redes sociais e que a grande maioria possui como finalidade, além do entretenimento, a busca de informações acadêmicas. As redes sociais podem aproximar pessoas com interesses em comum e dessa forma, a interação entre elas pode gerar novos conhecimentos que sem a ferramenta tecnológica, tenderiam a ficar no nível individual.

A pesquisa poderá ser aperfeiçoada futuramente, pois possui limitações, dentro das quais a realização com alunos de apenas um curso e por se tratar de um tema dinâmico, já que as redes sociais sofrem mudanças constantemente. Entretanto, destaca-se que por sua natureza exploratória, trata-se de um recorte importante para que se possam reunir subsídios para futuros estudos, dentre os quais se destaca que o questionário poderia ser aplicado aos estudantes de todos os cursos da Fatec Zona Leste buscando compará-los. Ao final, percebeu-se que com o avanço da tecnologia e das redes sociais, cada vez mais, o conhecimento poderá ser obtido e transmitido com maior velocidade, dessa forma, sempre será necessário estudar a fundo essas transformações para que todos que necessitam de conhecimento possam encontrá-lo facilmente nas redes sociais que utilizam. As redes sociais unem pessoas e informações em apenas um lugar, facilitando, dessa forma, a maneira como os usuários passam a enxergar o conhecimento. O trabalho realizado indica o início de grandes desafios, que as redes sociais na internet têm implicado, tanto na academia quanto na área organizacional e na sociedade como um todo.

6. REFERÊNCIAS

AGUIAR, G. A., SILVA, J. F. M. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, MySpace e Ning. XVI Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias. Universidade de São Paulo (ECA/PPGCI). São Paulo, 2010. Disponível em: http://www.sibi.ufrj.br/snbu/pdfs/orais//final_168.pdf. Acessado em: 18 de janeiro de 2011 às 11:32.

CAPOBIANCO, L. A. Revolução em curso: Internet, Sociedade da Informação e Cibercultura. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

CARVALHO, J. H. D. A publicidade nas redes sociais e a geração Y: a emergência de novas formas de comunicação publicitária. Universidade Católica de Brasília, Distrito Federal, 2010. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT2_Art 8_Joao. Acessado em 18 de janeiro de 2011 às 12:02.

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 2º ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DEMUTTI, E. B. Apropriação das comunidades virtuais: como uma marca se apropria de uma comunidade virtual para promover um produto, 2009. 56 p. (Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

FACEBOOK. Disponível em: www.facebook.com.br. Acessado em: 22 de fevereiro de 2012 às 20:23.

FATEC ZONA LESTE. Histórico da Fatec Zona Leste. 2011. Disponível em: www.fateczl.edu.br. Acessado em: 25 de abril de 2012 às 20:14.

FROTA, C. S., PANTOJA, R. R., SÉLLOS, L. Teoria da Criação do conhecimento organizacional Nonaka e Takeuchi. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: http://portal.portaltwservices.com.br/portal/page/portal/PortalTWServi ces/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Artigos%20Publicados/ListaArtigosPublicados/PDF_Artigo_Teoria_Nonak a_Takeuchi.pdf. Acessado em: 21/01/2011 às 13:20.

IBOPE NETRATINGS. Pesquisa de utilização de internet. São Paulo: IBOPE, 2011. Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/BDarquivos/sobre pesquisas /pesquisa_internet.html. Acessado em 01 de abril às 10:02.

LINKEDIN. Disponível em: www.linked.com. Acessado em: 22 de fevereiro de 2012 as 20:02.

LOPES, B. de O. A linguagem dos blogs e as redes sociais virtuais. 2009. 47 p. (Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Tecnologia da Zona Leste).

MIRANDA, L. et al. 2010 - Redes sociais: utilização por alunos do Ensino Superior. In: Catalina M. Alonso Garcia, & Domingos J. Gallego Gil (Eds). In: XV Congresso Internacional de Tecnologias para la Educación y el Conocimiento. Madrid: UNED.

MYSPACE. Disponível em: www.myspace.com. Acessado em: 1º de abril de 2012 às 22:54

NONAKA, I.; TAKEUSHI, H.. A criação de conhecimento na empresa. Editora Campus, Rio de Janeiro, 1997.

OLIVEIRA, J. Sistemas da informação: um impasse empresarial. São Paulo: Érica, 2004.

ORKUT. Disponível em: www.orkut.com.br. Acessado em: 22 de fevereiro de 2012 as 19:30.

POLIZELLI, D. L. et al. Sociedade da Informação: os desafios de era da colaboração e da gestão do conhecimento. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

REIS, L. G. Produção de monografia: da teoria à prática. 2ª edição. Brasília: Senac-DF, 2008.

ROESCH, S. M. A. Projetos de Estágio do Curso de Administração. São Paulo: Atlas, 1996.

ROSETTI JÚNIOR, H. A importância e o crescimento das graduações tecnológicas. 2011. Disponível em: www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-importancia-e-o-crescimento-das-graduacoes-tecnologicas/51879. Acessado em: 17 de fevereiro de 2011 às 11:40.

RUFINO, A.; OHANA, A.; TABOSA, A. Twitter: a transformação na comunicação e no acesso às informações. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 11, 2009, Teresina. Anais eletrônicos... Teresina: Intercom, 2009. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/regionais /nordeste2009/resumos/R15-0542-1.pdf. Acessado em: 22 de fevereiro de 2011 as 11:20.

SILVA, S. L. Gestão do Conhecimento: uma revisão critica orientada pela abordagem da criação do conhecimento. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 2, p. 143-151, maio/ago. 2004.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. Revista Eletrônica de Biblioteconomia Ci. Inf., Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 1° sem. 2006. Disponível em: http://www.periodicos.ufsc.br/index.php /eb/article/viewFile/342/387. Acessado em: 21 dezembro de 2011 às 12:50.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M.; CHIARA, I. G. D. Das redes sociais à inovação. Ciência da Informação, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93 – 104, maio/ago. 2005. Disponível em: www.periodicos.ufsc.br/index. php/eb/article /viewFile/342/367. Acessado em: 21 dezembro de 2011 às 13:10.

TRISKA, R. Sociedade da informação e a gestão do conhecimento. Revista PontodeAcesso, Salvador, v.2, n.1, p. 98-106, jun./jul. 2008. Disponível em:

http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/2668/1890. Acessado em: 25 de fevereiro de 2012 às 11:21.

TWITTER. Disponível em: www.twitter.com. Acessado em: 25 de fevereiro de 2012 às 10:15.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, G. S., BATISTA, J. C. Manifestações coletivas no ciberespaço. Universidade Federal de Pelotas. Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: www.cencib.org/ simposioabciber/PDFs/CC/BatistaeZago.pdf. Acessado em: 15 de fevereiro de 2012 às 10:30.