

GESTÃO DO CONHECIMENTO NOS BLOGS CORPORATIVOS¹

Márcia Valéria Alves²

Patrícia Whebber Souza de Oliveira³

RESUMO: Aponta o conhecimento como recurso importante (especificamente nas organizações) que resulta em conhecimento organizacional. Ressalta que devido a isso, é fundamental que as organizações atentem-se para a realização de um processo chamado Gestão do Conhecimento, uma vez que este possibilita que a empresa se esforce para criar, utilizar, reter e medir o seu conhecimento, valorizando o capital humano de sua empresa em seu benefício. Afirma que o conhecimento pode ser visto em diversos locais, dentre eles em uma ferramenta chamada *blog* (no contexto empresarial chama-se *blog* corporativo), que revela-se como uma ferramenta de fácil manuseio e que as pessoas podem postar o que pensam de determinado assunto, suas experiências, dentre outros, tornando-se um conteúdo indispensável para a organização. Conclui que a Gestão do Conhecimento através dos *blogs* corporativos gera benefícios para as organizações que fazem uso dos mesmos, pois através deles é possível a troca de conhecimento entre empresa-cliente-funcionário de maneira positiva para a empresa.

Palavras-chave: Conhecimento. Gestão do Conhecimento. *Blogs* Corporativos.

1 INTRODUÇÃO

Vive-se na era do conhecimento. O conhecimento é um produto importante advindo dos indivíduos, e as organizações devem ficar atentas a isso, uma vez que o contexto atual mostra o conhecimento como algo de valor no que diz respeito a diversos benefícios para várias áreas, dentre elas: a organizacional. O conhecimento gerado nesse ambiente é denominado conhecimento organizacional. Nonaka e Takeuchi (1997) destacam e classificam

¹ Artigo apresentado a Disciplina Monografia, da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do RN (FARN), ministrada pela profª Maria Valéria Pereira de Araújo, como requisito para conclusão do curso MBA em Gestão Estratégica de Pessoas. E-mail: valeriaraujofpb@gmail.com.

² Bibliotecária. Formada em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: mivalves@gmail.com

³ Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), professora do Departamento de Ciências Administrativas da UFRN e do mestrado profissional em Administração da Universidade Potiguar (UNP). Orientadora deste artigo. E-mail: patriciaawhebber@gmail.com

o conhecimento humano em dois tipos: tácito e explícito, que são considerados básicos e que se complementam. O conhecimento pode ser visto em diversos locais, dentre eles, em ferramentas chamadas *blogs*, que é um dos serviços que a Internet disponibiliza. A Internet trata-se de uma ferramenta (considerada como a principal das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação - NTICs) que auxilia no processo de exposição de várias informações em diferentes fontes, pois nela surgiram diferentes fontes de informação que tem revolucionado a maneira de conseguir informações de forma interativa e universal. Além disso, ajuda no processo de comunicação entre as pessoas; constitui como um grande repositório de dados; possibilita a interação das pessoas em escala global; e realiza a comunicação mediada por computadores (TOMÁEL et al, 2001; CRONIN; McKIM, 1996 apud CENDÓN, 2003).

Quanto aos *blogs* (páginas online), esses são registros de informações expostas de maneira cronológica, e que tem como principal característica a exposição de mensagens (que são chamados de *posts*, constituídos por imagens e/ou textos curtos que podem ser lidos e comentados) (GOMES, 2005), como também podem abranger infinitos assuntos, dentre eles: piadas, notícias, poesias, músicas, e outros. Geralmente, os *blogs* utilizam-se mais de textos do que de imagens. Porém há aqueles que apostam em designs, proporcionando uma visualização privilegiada. Há também os fotologs, que são os *blogs* com fotos, e os videoblogs, que contêm vídeos, os audioblogs, que são *blogs* de áudio, e os moblogs, que são a partir de dispositivos móveis (exemplo, o celular).

As empresas podem possuir seus *blogs*, que neste caso chamam-se de *blogs* corporativos, e se beneficiarem do conteúdo exposto nos mesmos. Porém como fazer bom uso do conteúdo exposto nessa ferramenta? Um processo operacional chamado Gestão do Conhecimento possibilita criar, utilizar, reter e medir o conhecimento, valorizando o capital humano da empresa em seu benefício.

Assim, o objetivo geral é analisar a Gestão do Conhecimento nos *blogs* corporativos, e os objetivos específicos são definir melhor termos como conhecimento, conhecimento organizacional; mostrar como a Gestão do Conhecimento pode beneficiar as organizações; e pontuar os *blogs* corporativos como ferramentas importantes no âmbito empresarial.

A partir disso tentar-se-á responder algumas questões, tais: Como ocorre a Gestão do Conhecimento nos *blogs* corporativos? Como os *blogs* corporativos auxiliam na Gestão do Conhecimento nas organizações? Como realizar a Gestão do Conhecimento nos *blogs* através de seus estoques informacionais (registros)? Esses questionamentos serão aqui analisados.

Como procedimento metodológico, utilizou-se a pesquisa bibliográfica em publicações impressas e eletrônicas. Justifica-se tal pesquisa pelo fato de que as organizações devem estar atentas ao conhecimento gerado no âmbito de sua empresa, e o processo chamado Gestão do Conhecimento é algo que vai ajudá-las a valorizar esse capital humano em seu benefício. Com a ferramenta *blog* isso ficará fácil, e usando-a mostrará que a organização está antenada com as novas tecnologias.

O artigo está estruturado da seguinte forma: conhecimento, Gestão do Conhecimento, *Blogs*, *Blogs* Corporativos, Gestão do Conhecimento nos *Blogs* Corporativos, as considerações finais e por último as referências.

2 CONHECIMENTO

Tendo em vista que vive-se na era do **conhecimento**, que é o principal recurso no contexto atual, é fundamental que os diversos segmentos preocupem-se com as pessoas no que diz respeito às capacitações, uma vez que os indivíduos são os responsáveis pela geração de conhecimentos. É o que afirma Lemos (1999, p. 141), onde para estar apto no contexto citado, que caracteriza-se por mudanças rápidas, *“é”* fundamental o investimento na capacitação de recursos humanos, responsáveis pela geração de conhecimentos.

A Era do Conhecimento exige que todos estejam em *“é”* constante formação intelectual e constante aprimoramento *“é”* (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 56) para que estejam aptos a enfrentar as mudanças advindas da mesma.

Pessoas e organizações reconhecem o conhecimento como recurso importante. É o que afirma Régis e Campos (2009, p. 2):

Pessoas e organizações reconhecem que o conhecimento é o recurso mais importante e que aumenta gradativamente de acordo com seu uso. Dados, informações e o conhecimento formam a base para o desenvolvimento tecnológico de qualquer tipo. A facilidade com que eles podem permear um sistema social define o potencial para a geração de novas tecnologias e por decorrência, de mais dados, de mais informações e de mais conhecimento.

Apesar de este tópico ter como assunto principal o **conhecimento**, torna-se fundamental compreender primeiramente o que seriam dados e informação, uma vez que essas variáveis são importantes para o entendimento do que seja conhecimento.

Freitas (1997 apud CHERUBINI NETO, 2002, p. 21) afirma que: "Dados são fatos, ou suas representações (imagens, sons, números) que podem ou não serem úteis ou pertinentes para uma atividade particular. Ou seja, dado é algo bruto. Exemplos: um número, um nome de uma pessoa, dentre outros. Enquanto que a informação é "[...] tudo que possa representar notícias, conhecimento, ou comunicação", ou ainda, é o resultado do processamento de manipulação e organização de dados de tal maneira que represente no acréscimo ao conhecimento do sujeito que a recebe (SANTOS; RIBEIRO, 2003, p. 128).

A informação trata-se de um dado que após ser processado ocorre um significado para o indivíduo receptor. Quando os dados são organizados de maneira que são entendidos, que recebem um significado, possuindo assim um valor adicional, esses tornam-se informação. Já o conhecimento é o acúmulo de informações já processadas. Ou seja, a informação é um elemento básico para o conhecimento.

Cherubini Neto (2002, p. 18) diz que:

[é] pode-se dizer que o conhecimento é o produto de informações processadas sob a influência de fatores i método, linguagem, fatores psicológicos, sociais e outros conhecimentos já acumulados i informações estas que advém de dados percebidos no ambiente sob e através da influência deste fatores de percepção e processamento.

As semelhanças e diferenças entre conhecimento e informação podem ser verificadas pela afirmação dos autores Nonaka e Takeuchi (1997, p. 63, grifo do autor):

[é] o conhecimento, ao contrário da informação, diz respeito a *crenças e compromissos*. O conhecimento é uma função de uma atitude, perspectiva ou intenção específica. [é] o conhecimento, ao contrário da informação, está relacionado á *ação*. É sempre o conhecimento, como a informação, diz respeito ao significado. É específico ao contexto e relacional.

É preciso frisar que o termo **conhecimento** recebeu diversas definições ao longo do tempo. Nonaka (1994, p. 15 apud OLIVEIRA JR, 2010, p. 132), por exemplo, seguiu a epistemologia tradicional para definir o termo conhecimento, onde assegura que trata-se de "uma crença justificadamente verdadeira". Já Sanchez, Heene e Thomas (1996, p. 9 apud OLIVEIRA JR, 2010, p. 132) concordam que conhecimento é "o conjunto de crenças mantidas por um indivíduo acerca de relações causais entre fenômenos".

Nonaka e Takeuchi (1997), em uma de suas obras, destacam e classificam o conhecimento humano em dois tipos: tácito e explícito, que são considerados básicos e que se complementam. O primeiro refere-se aquele que encontra-se com os indivíduos, isto é, trata-se do conhecimento [é] pessoal, específico ao contexto e, assim difícil de ser formulado e comunicado [é] (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p. 65). Trata-se do conhecimento subjetivo, da experiência (corpo), da simultaneidade (aqui e agora) e análogo (prática) (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Já o segundo refere-se aquele que encontra-se [é] em documentos, manuais, bancos de dados ou em outras mídias (RÉGIS; CAMPOS, 2009, p. 4).

Aqui dará-se ênfase ao conhecimento tácito, especificamente aquele advindo das organizações, uma vez que possuem seu próprio conhecimento presentes nos indivíduos que fazem parte de seu quadro funcional. A interação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito é a principal dinâmica da criação do **conhecimento organizacional** (ALVES; ARAÚJO, 2011, p. 5, grifo nosso), e o conhecimento organizacional é o conjunto compartilhado de crenças sobre relações causais mantidas por indivíduos dentro de um grupo (SANCHEZ; HEENE, 1997, p. 5 apud OLIVEIRA JR, 2010, p. 132).

Alves e Araújo (2011, p. 4) ressalta ainda que: A criação de conhecimento organizacional é a capacidade que uma empresa tem em criar conhecimento, disseminá-lo na organização e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas, sendo, o conhecimento humano, um componente diferencial básico e universal da organização para obtenção do sucesso.

Segundo Von Krogh, Ichijo e Nonaka (2001 apud Régis e Campos, 2009, p. 4) a criação do conhecimento é a mais importante fonte de inovação em qualquer organização, e que parece existir forte relação entre inovação e conhecimento tácito [é].

Diante disso, vê-se a importância do conhecimento tácito, que como já dito é aquele que está com os indivíduos, representando o capital humano de grande valor para as organizações.

Com o aparecimento da Gestão do Conhecimento, esse capital (que é o conhecimento) encontrado dentro das organizações tornou-se algo a ser mais valorizado.

Implantar um modelo de Gestão do Conhecimento, em uma organização, exige que esta esteja ciente de seu capital intelectual. Que o conheça, que o estimule à troca e à constante formação. Podemos dizer que uma empresa aplica a Gestão do Conhecimento, quando é capaz de identificar e de saber utilizar todo esse capital intangível, originado do talento humano (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 61).

Assim, conhecer e implantar esse processo é fundamental para as organizações, tendo em vista sua importância e benefícios para as mesmas.

Esse assunto será mais bem abordado no próximo tópico.

2.1 GESTÃO DO CONHECIMENTO

Dando continuidade, falar-se-á na **Gestão do Conhecimento**, pois é fundamental saber realizar esse processo dentro de uma organização, uma vez que dentro de uma empresa há distintos estoques de conhecimento com os indivíduos (colaboradores) e é importante que esse conhecimento seja decifrado e entendido por todos que fazem parte da mesma, tornando-o dessa maneira um conhecimento organizacional que venha beneficiar a organização em seus diversos aspectos.

Régis e Campos (2009, p. 5, grifo nosso) ressalta:

que a implantação da **gestão do conhecimento** nas organizações tem sido uma constante nas últimas décadas, motivadas pelo avanço das tecnologias, necessidade de aumento da produtividade, pela busca de melhoria da qualidade na prestação dos serviços, pela necessidade de se obter vantagem competitiva e garantir a sobrevivência no mercado.

Quanto ao que seja Gestão do conhecimento, segue abaixo algumas definições.

Landini e Damiani (2000 apud RÉGIS; CAMPOS, 2009, p. 5) concordam que a Gestão do Conhecimento é um processo sistemático, articulado e intencional, apoiado na geração, codificação, disseminação e apropriação de conhecimentos, incluindo documentos, bases de dados e outros repositórios automatizados com o propósito de atingir a excelência organizacional.

Já Serafim Filho (1999, p. 5 apud RÉGIS; CAMPOS, 2009, p. 6) não advoga que, muito embora existam algumas variações de um autor para o outro, o ponto comum é que a Gestão do Conhecimento refere-se a todo o esforço sistemático realizado pela organização para criar, utilizar, reter e medir o seu conhecimento.

Gerir conhecimento nesse aspecto é tomar como base o capital humano dos indivíduos que fazem parte de uma organização. Sendo assim, as empresas devem possuir a capacidade de [é] utilizar e combinar as várias fontes e tipos de conhecimento organizacional com o

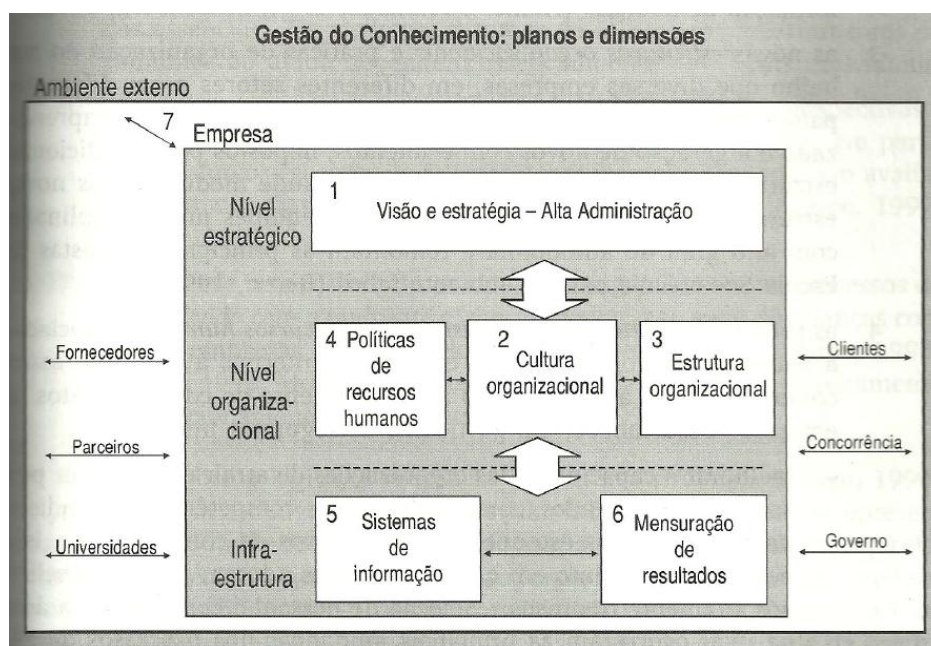
objetivo de *desenvolver competências específicas e capacidade inovadora* (NONAKA; TAKEUCHI, 1995 apud TERRA, 2010, p. 214, grifo do autor).

De acordo com Viana, Mesquita e Moura (2011, p. 5) as empresas que desenvolvem a Gestão do Conhecimento se beneficiam de diversas maneiras:

[é] como: aprendizagem organizacional, inovação, criatividade, trabalho em equipe, o diálogo entre liderança e colaboradores acaba fluindo melhor, o ambiente organizacional tende a melhorar as relações interpessoais, missão e visão da empresa também podem melhor compreendidas por todos e a concretização dos objetivos passa a ser meta de todos.

Abaixo, a **Figura 1** mostra planos e dimensões da prática gerencial que é relacionado à Gestão do Conhecimento dentro de uma empresa.

Figura 1 i Modelo conceitual sobre gestão de conhecimento na empresa



Fonte: Nonaka e Takeuchi (1995 apud TERRA, 2010, p. 215).

O conhecimento de uma organização pode ser visto também através da Internet, através de ferramentas das NTICs, dentre elas, os *blogs*.

A seguir dar-se-á ênfase ao assunto *blogs*, e logo após, os *blogs* corporativos.

3 BLOGS

A Internet, que é a interligação de computadores em uma mesma rede, abrange o mundo.

A Internet, que iniciou-se como um projeto militar de defesa americana no final da década de 60, hoje é a maior rede de informações do mundo, usada por agências governamentais, universidades, empresas e por qualquer pessoa que se interesse em ter acesso ao conhecimento divulgado. O acesso à informação disponível na Internet possibilita uma socialização do conhecimento em todas as áreas de interesse [é] (CALIRI, 1997, p. 99).

Dessa maneira, a Internet trata-se de uma ferramenta (considerada como a principal das NTICs) que auxilia no processo de exposição de várias informações em diferentes fontes, pois nela surgiram diferentes fontes de informação que tem revolucionado a maneira de conseguir informações de forma interativa e universal. Além disso, ajuda no processo de comunicação entre as pessoas; constitui como um grande repositório de dados; possibilita a interação das pessoas em escala global; e realiza a comunicação mediada por computadores (TOMAÉL et al, 2001; CRONIN; McKIM, 1996 apud CENDÓN, 2003). Disponibiliza diferentes serviços, como por exemplo, os correios eletrônicos, os boletins eletrônicos, os *chats*, o *Orkut*, e mais recentemente, os *blogs*, com arquitetura própria, é uma de suas ferramentas que vem ganhando espaço na rede.

Os *blogs* são registros de informações expostas de maneira cronológica, e que tem como principal característica a exposição de mensagens (que são chamadas de *posts*, constituídos por imagens e/ou textos curtos que podem ser lidos e comentados) (GOMES, 2005), como também podem abranger infinitos assuntos, dentre eles: piadas, notícias, poesias, músicas, e outros. Isto é, *blogs* são páginas online que contém textos organizados de forma cronológica (como já dito), porém de maneira inversa, como se fosse um diário.

Geralmente, os *blogs* utilizam-se mais de textos do que de imagens. Porém há aqueles que apostam em designs, proporcionando uma visualização privilegiada. Há também os fotologs, que são os *blogs* com fotos, e os videoblogs, que contêm vídeos, os audioblogs, que são *blogs* de áudio, e os moblogs, que são a partir de dispositivos móveis (exemplo, o celular).

De acordo com Gomes (2005, p. 311),

[...] um weblog é uma página na Web que se pressupõe ser actualizada com grande frequência através da colocação de mensagens [...] constituídas por imagens e/ou textos [...] e apresentadas de forma cronológica [...].

Esses textos são chamados pelo mundo blogosfera (que é o conjunto de *blogs* existentes mundialmente) de *posts*. Esses constituem-se como verdadeiros estoques informacionais, que quando cuidadosamente arquivados formam assim a memória dos registros dos próprios *blogs*.

Blog é sinônimo de interatividade, que possibilita que todos alfabetizados possam através dessa ferramenta participar, publicar e gerar conteúdo. Caracteriza-se pela sua maneira dinâmica de ser, uma vez que este deve estar em plena atualização (através de seus *posts*) pelo seu responsável, seja pessoa física ou jurídica.

Baltazar (2007, p. 2, grifo nosso) comenta que:

Os blogs [é] se destacam como um ponto de encontro entre pessoas com interesses em comum, afirmando-se como um espaço que permite a qualquer pessoa, desde que tenha um computador e ligação à Internet, aceder a informação, comentá-la, exprimir suas idéias e opiniões, partilhar seus **conhecimentos**, etc.

Os *blogs* são ferramentas informacionais, que poderão ser utilizados em diferentes segmentos: educacionais, políticos, jornalísticos, corporativos, dentre outros. Ou seja, os *blogs* são considerados pontos de encontro para vários segmentos.

Quanto aos tipos de *blogs*, Baltazar (2007, p. 3) explica que:

Existem vários tipos de blogs, começando por distinguir entre indivíduos (um autor) ou colectivos (vários autores) podemos depois fazer a divisão entre blogs generalistas, temáticos ou mistos. Os blogs generalistas são aqueles que abordam vários temas. Os blogs temáticos centram-se num tema específico. Os blogs mistos são aqueles que tanto se centram num tema específico como também comentam várias questões ligadas às mais diversas áreas [é] os blogs individuais tendem a ser generalistas na medida em que abordam vários temas de interesse do autor e os blogs colectivos tendem a ser temáticos visto que reúnem um grupo de pessoas em torno de um tema de interesse comum.

Aqui, receberão destaque os *blogs* corporativos, que são *blogs* criados por empresas com o intuito de interagir com funcionários e clientes, seja para mostrar transparência, seja

para aumentar o valor de sua marca, seja para melhorar a comunicação interna da sua companhia e aperfeiçoar os processos, dentre outros. Veja a seguir um pouco mais sobre *blogs* corporativos.

3.1 BLOGS CORPORATIVOS

Pensar em fazer um blog para a sua empresa é pensar em fazer um blog denominado corporativo ou blog de negócios. Os *blogs* corporativos são usados por empresas para o relacionamento com seus clientes, parceiros e funcionários. Porém, para se criar um blog, Cipriani (c2006, p. 33) afirma que ã[...] devemos pensar primeiramente no retorno que estamos buscando.ò O mesmo autor menciona ainda que:

Somos tentados a dizer que o retorno financeiro é o alvo principal, mas, até chegar lá, algumas etapas intermediárias podem nos levar ao dinheiro, e podem ser escolhidas antes. Elas seriam, por exemplo, a otimização dos processos e racionalização de custos, a introdução de uma campanha de marketing eficiente, o envolvimento da comunidade da internet em seus planos estratégicos, a satisfação de dúvidas dos clientes rapidamente, prestação de suporte, entre outras (CIPRIANI, c2006, p. 33).

Em 2005, James Finn (vice-presidente de comunicação corporativa da IBM) afirmou que: ãOs blogs corporativos serão tão importantes para as empresas quanto o e-mail e os programas de mensagem instantânea são hojeò (TERZIAN, 2005, p. 72).

Neste caso, as organizações devem está atentas as NTICs que surgem e absorver delas todos os benefícios para seu negócio, pois com o surgimento das NTICs, ocorreu de maneira rápida a geração de informações e **conhecimentos novos**. Conhecimentos estes que são importantes para todos os segmentos da era em que vive-se. Os *blogs* possuem algumas particularidades, dentre elas a disponibilidade do **conhecimento**, que é demonstrado através dos mesmos pelos indivíduos que ali visitam e deixam seus comentários.

O *blog* por ser interativo e instantâneo estabelece-se como um modo de se comunicar muito rápido. Além disso, possui valor agregado, uma vez que:

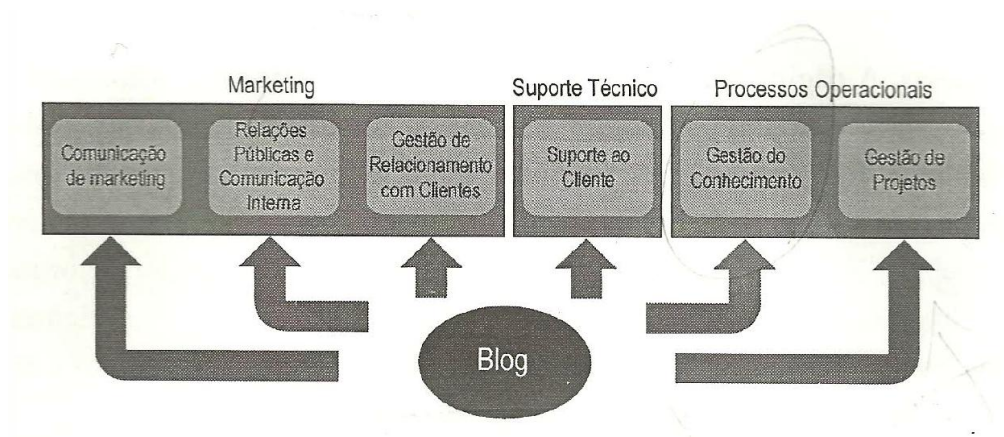
- Possui leitura agradável e cronológica;
- É fácil de fazer e manter;
- Custa pouco;
- Possui navegação intuitiva e simples;
- Abre espaço para comentários;
- Disponibiliza a troca de links;

- É personalizado;
- Faz parte de um nicho e é especialista;
- Demonstra o **conhecimento** da sua empresa;
- Permite a criação de uma comunidade (CIPRIANI, c2006, p. 35, grifo nosso).

Como visto, em um dos pontos acima, é possível ver nos *blogs* o **conhecimento** da empresa.

Na **Figura 2** é possível ver os processos que podem receber os benefícios dos *blogs* voltados para negócios segundo as funcionalidades de cada empresa (os *blogs* são classificados segundo as funcionalidades aplicadas em uma empresa).

Figura 2 i Processos que podem receber os benefícios dos *blogs* voltados para os negócios.



Fonte: Cipriani (c2006, p. 38).

O foco é abordar um dos processos operacionais (acima mostrado) onde os *blogs* corporativos estão envolvidos com a **Gestão do Conhecimento**. Ou seja, será discutido a Gestão do Conhecimento nos *blogs* corporativos. A partir disso tentar-se-á responder algumas questões, tais: Como ocorre a Gestão do Conhecimento nos *blogs* corporativos? Como os *blogs* corporativos auxiliam na Gestão do Conhecimento nas organizações? Como realizar a Gestão do Conhecimento nos *blogs* através de seus estoques informacionais (registros)? Esses questionamentos serão aqui analisados.

4 GESTÃO DO CONHECIMENTO NOS BLOGS CORPORATIVOS

A Gestão do Conhecimento é considerada ã[...] fundamental para conseguir alcançar excelência operacional nos processos internos de qualquer tipo de negócioò (CIPRIANI,

c2006, p. 58). O mesmo autor afirma que é necessário que haja a disseminação da ideia e do significado do que é Gestão do Conhecimento dentro da empresa, para que assim ocorra o compartilhamento de informações e participação ativa de todos os funcionários.

De acordo com Cipriani (c2006, p. 58), a gestão do conhecimento é baseada em 3 (três) premissas consideradas básicas, que são:

Cultura/consciência - Possuir e manter sempre acessível o conhecimento a respeito de tudo o que você sabe sobre pessoas, habilidades, mercados, competidores, clientes, alianças, fornecedores, regulação, legislação etc.

Compartilhamento, captura e manutenção - Com a informação já armazenada adequadamente (eletronicamente ou não), é importante o compartilhamento por meio de workshops de melhores práticas, realizando treinamentos, usando o conhecimento como ferramenta ou método de trabalho, sempre tendo a colaboração como pano de fundo.

Uso/disponibilidade - Disponibilizar o conhecimento acumulado para uso diário no local de trabalho. Encontre e aplique o conhecimento apropriado por meio de sistemas operacionais de acesso, tendo o conhecimento agregado nos processos e sistemas, e estimulando o compartilhamento de conhecimento por meio da captura, transferência e uso, preferencialmente com uma política de recompensa e reconhecimento dando suporte.

Dessa maneira, pode-se pensar nos **blogs corporativos** no processo onde envolve a Gestão do Conhecimento, uma vez que os mesmos são ferramentas que apresentam-se ãcomo um portal de gestão do conhecimentoò (CIPRIANI, 2006, p. 59), tendo em vista que em seu conteúdo há registros acumulados/armazenados importantes e acessíveis/disponíveis, indo de acordo com as premissas básicas da Gestão do Conhecimento acima citadas.

Os *blogs* permitem que haja uma comunicação interna que gera benefícios à empresa, pois os funcionários utilizando-se dos *blogs*, a organização pode realizar uma troca de conhecimento gerada por estas ferramentas, ou seja, há muitos fatores envolvidos que ã[é] a aliança entre blogs e a gestão do conhecimento tiram de letra.ò (CIPRIANI, 2006, p. 59).

Kato e Cassimiro (2012, p.1, grifo nosso) confirmam que os **blogs** podem ã[...] servir como uma ferramenta de baixo custo para aplicar e exercitar algumas técnicas de **Gestão do Conhecimento** como a colaboração, a filtragem e síntese de informações, captura e disseminação de idéias e também incentivo ao storytelling⁴ò e ainda que os *blogs*

⁴ Termo utilizado para explicar que os blogs incentivam os funcionários a contarem histórias, tornando dessa maneira uma poderosa ferramenta na Gestão do Conhecimento.

demonstram-se ser [é] uma ferramenta de grande potencial para dar suporte às empresas, principalmente no que tange a Gestão do Conhecimento.

Abaixo segue os benefícios de cada característica:

- **Colaboração** : o benefício neste ponto é o aumento da

[é] colaboração tanto internamente, derrubando barreiras departamentais, quanto externamente, possibilitando a comunicação com os clientes, fornecedores e parceiros. A possibilidade do leitor entrar em contato com o escritor faz com que idéias sejam discutidas, dando um sentimento de comunidade em torno de um assunto, fortalecendo a possibilidade de surgimento de comunidades de prática. Também, o público dá sua opinião via comentários em relação à determinado assunto em pauta (KATO; CASSIMIRO, 2012, p. 2).

- **Filtragem e síntese de informações** : com o excesso de informações disponibilizadas no ambiente digital é necessária que ocorra filtragem e sínteses das mesmas. Assim, informações selecionadas por especialistas em determinado assunto, proporciona uma garantia de qualidade do conteúdo que foi postado.

Os textos menos relevantes são ignorados e os mais importantes são sintetizados no tópico postado pelo o editor do Blog. Quando outra pessoa estiver procurando informações sobre determinado assunto, pode consultar o material previamente selecionado, resumido e comentado. Além disso, um espaço muito comum em Blogs é a referência de links de fontes. Mais do que uma excelente seleção de sites e conteúdos externos, o blogger faz comentários de cada um para que o leitor vá diretamente ao conteúdo que deseja se aprofundar. (KATO; CASSIMIRO, 2012, p. 2).

- **Captura e disseminação de idéias** :

Uma das dificuldades para as empresa que buscam inovar é capturar e disseminar as boas idéias de forma a se transformarem em novos produtos ou em melhorias em processos. Com o uso de Blogs, o colaborador pode postar *insights*⁵ sobre um determinado tema que será comentado por diversos colegas. Dependendo do feedback recebido ele pode dar continuidade ao processo de implantação da sua idéia que já foi capturada e disseminada pela a organização. Recentemente, diversos profissionais têm cultivado Blogs abertos na internet ópara refletir sobre seu trabalho, seguir desenvolvimentos no campo e publicar idéiasô (MORTENSEN; WALKER, 2002 apud KATO; CASSIMIRO, 2012, p. 2).

⁵ Trata-se de uma ideia; ñestaloò de uma ideia que surge rapidamente.

- Incentivo ao *Storytelling* :

Através dos Blogs, a organização incentiva com que as pessoas contem histórias sobre seu trabalho de forma rica e detalhada, transmitindo conhecimentos que não seriam facilmente transmitidos através de um manual ou de um memorando. A linguagem mais informal utilizada em Blogs possibilita a diminuição da comunicação fria, pois sensações são transmitidas com mais intensidade. Além disso, emissor consegue transmitir ao receptor sua mensagem de forma compreensiva, uma vez que a linguagem é comum. (KATO; CASSIMIRO, 2012, p. 3).

As citações acima confirmam mais ainda a importância do processo de Gestão do Conhecimento nos *blogs*, pois esse processo identifica, adquire, cria, armazena, distribui e utiliza tanto a informação quanto o conhecimento (RAY, 2008 apud AMORIM; TOMAÉL, 2011), que neste caso é o capital humano encontrado nos *blogs*.

Kato e Cassimiro explica que (2012, p. 1): ñO uso desta ferramenta na Gestão do Conhecimento recebe uma denominação particular de *Knowledge Blog* ou *K-log*, que é o uso de weblogs por especialistas ou funcionários.

Com tudo aqui já exposto, entende-se que as empresas podem e devem se atentar a esta ferramenta e tirar melhor proveito de seus *blogs* corporativos no que diz respeito à Gestão do Conhecimento, possibilitando assim muitos benefícios, uma vez que ñOs *blogs* já nasceram com muitas das propriedades técnicas necessárias para uma gestão do conhecimento eficiente, como possibilidade de buscas por palavra-chave, classificação do assunto por categorias e, principalmente, a simplicidade na manutenção e atualização (CIPRIANI, c2006, p. 59).

Abaixo, os principais benefícios de uma Gestão do Conhecimento eficaz:

- Comunicação rápida e com opiniões valiosas dos próprios funcionários, por ser uma ferramenta montada basicamente por eles mesmos;
- Aumento da participação dos funcionários na gestão da empresa como um todo e aumento da própria percepção de envolvimento organizacional;
- Redução do tempo para se resolver problemas, resultando em uma entrega rápida de soluções para clientes e mercado. (CIPRIANI, c2006, p. 58).

Porém, para que haja uma consolidação da Gestão do Conhecimento é necessário ter ñ[é] desejo de mudar, de compartilhar talentos individuais e de enriquecê-los com as propostas alheias (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 88), isto é :

Para implementar um estado de Gestão do Conhecimento, uma organização precisa, fundamentalmente, de:

- saber identificar e dimensionar o conhecimento já existente, o seu capital intelectual;
- saber utilizar esse conhecimento já existente, aplicando-o com eficiência em seu negócio;
- saber estimular a produção de novos conhecimentos;
- saber identificar o momento em que novos conhecimentos são produzidos;
- saber utilizar o novo conhecimento, direcionando-o para o seu negócio, tornando-o essencial para o mesmo. (CARVALHO; TAVARES, 2001, p. 63).

Logo, é essencial que as organizações identifiquem seu capital humano como também sejam capazes de saber utilizá-lo de modo que este torne-se indispensável as mesmas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Gestão do Conhecimento proporciona e incentiva a criação, disseminação e uso de conhecimentos, e isso pode ser realizado através da ferramenta *blog*. Fazer uso de *blogs* para a Gestão do Conhecimento torna-se algo a considerar, uma vez que os *blogs* possuem diversos fatores que beneficiam um melhor aproveitamento do que é dito dentro dos mesmos. Esse aproveitamento, com objetivos de aprendizagem e desenvolvimento organizacional, deve ser visto com mais atenção pelas empresas, pois como visto, o gerenciamento do conhecimento gerado nessa ferramenta traz diversos benefícios para a organização que se utiliza da mesma.

Recomenda-se que outras pesquisas sejam realizadas com o intuito de intensificar a importância da realização do processo denominado Gestão do Conhecimento por parte das organizações, uma vez que este processo possibilita que as mesmas gerenciem seu capital humano em seu benefício.

REFERÊNCIAS

ALVES, Aline Silva; ARAÚJO, Luciana Danielli. Aplicação do Processo de Gestão do Conhecimento na Coordenação de Bibliotecas Virtuais em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2011, Maceió. **Anaisé** Maceió: FEBAB, 2011. p. 1 - 15.

AMORIM, Fabiana Borelli; TOMAÉL, Maria Inês. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento na prática organizacional: análise de estudos de casos. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.8, n. 2, p. 01-22, jan./jun. 2011. ISSN: 1678-765X. Disponível em: <

http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/viewFile/465/316>. Acesso em: 01 jan. 2012.

AMORIM, Ricardo; VIEIRA, Eduardo. Blogs: os novos campeões de audiência. **Época**, São Paulo, n. 428, p. 96 ã 105. jul. 2006.

BALTAZAR, Neuza. **Weblogs**: um novo instrumento para a promoção da comunicação entre televisão e telespectadores. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/baltazar-neusa-weblogs-um-novo-instrumento.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2007.

BARBOSA, Conceição Aparecida Pereira; SERRANO, Claudia Aparecida. O blog como ferramenta para construção do conhecimento e aprendizagem colaborativa. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 12, 2005, Florianópolis, SC. **Anais eletrônicosé** Florianópolis: ABED, 2005. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2005/por/pdf/011tcc3.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2012. p. 1 ã 14.

CALIRI, Maria Helena Larcher. Usando os recursos da Internet na enfermagem. **Rev. Latino-am. Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 1, p. 99-101, jan. 1997. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rlae/v5n1/v5n1a13.pdf>>. Acesso em: 03 fev. 2012.

CARVALHO, Gilda Maria Rocha de; TAVARES, Márcia da Silva. **Informação & Conhecimento**: uma abordagem organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

CARVALHO, Luciana Moreira; CARVALHO, Monica Marques. O registro da memória através dos diários virtuais: o caso dos blogs. **Em questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p. 53 ã 66, jan./jun.2005. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/111/69>>. Acesso em: 30 set 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução Roneide Venâncio Majer. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 1 v.

CENDÓN, Beatriz Valadares. A Internet. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (Org.). **Fontes de Informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003. p. 275-300.

CHERUBINI NETO, Reinaldo. O que é conhecimento? - Sintetizando Epistemologia, Metodologia e Teoria de Sistemas em - Uma nova proposição. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 8, n. 1, jan./fev. 2002. Edição 25. ISSN: 1413-2311. Disponível em: < http://read.adm.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_113.pdf >. Acesso em : 13 jan. 2012.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo**. São Paulo: Novatec, c2006.

FRANCINI, William Sampaio. A gestão do conhecimento: conectando estratégia e valor para a empresa. **RAE-eletrônica**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-16, jul. - dez. /2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v1n2/v1n2a14.pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2012.

GOMES, Maria João. Blogs: um recurso e uma estratégia pedagógica. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 7., 2005, Leiria **Anais eletrônicos ...** Leiria: Universidade do Minho, 2005. p. 311 ï 315. Disponível em: <<http://creazeitao.googlepages.com/BlogsUtilEducUNIVMINHO.pdf>>. Acesso em : 29 ago. 2007.

JOIA, Luiz Antonio. Tecnologia da Informação para Gestão do Conhecimento em Organização Virtual. **Revista Produção**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 5-17, 2000. Disponível em: <<http://www.revistaproducao.net/arquivos/websites/34/v09n2a01.pdf>>. Acesso em: 03 jan. 2012.

LEMOS, Cristina. Inovação na era do conhecimento. In: LASTRES, Helena; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Informação e globalização na Era do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, c1999. p. 122- 144. Disponível: <http://www.liinc.ufrj.br/fr/attachments/055_saritalivro.pdf#page=122>. Acesso em 03 mar. 2012.

LUCAS, Marcello. **O blog nas aulas de matemática**: um instrumento capaz de contribuir para que o aluno elabore e reelabore suas compreensões sobre seu conhecimento matemático? 2009. 151 f. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) ï Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2009. Disponível em: <http://bdtd.ufg.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=873>. Acesso em 05 jan. 2012.

KATO, David; CASSIMIRO, Wagner T. **Uso de blogs na gestão do conhecimento**. Disponível em: <<http://biblioteca.terraforum.com.br/BibliotecaArtigo/libdoc00000178v002Uso%20de%20blogs%20na%20Gestao%20do%20Conhecimento-Dav.pdf>>. Acesso em: 02 janeiro 2012.

KOMESU, Fabiana Cristina. **Entre o público e o privado**: um jogo enunciativo na constituição do escrevente de blogs da internet. 2005. 269 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000358660&fd=y>>. Acesso em: 04 jan. 2012.

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

OLIVEIRA JR, Moacir de Miranda. Competências essenciais e conhecimento na empresa. In: FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JR, Moacir de Miranda (Org.). **Gestão estratégica do conhecimento**: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2010. p.212-241.

REGIS, Josiana Florêncio Vieira; CAMPOS, Ana Célia Cavalcanti Fernandes. A gestão do conhecimento e a inovação tecnológica como insumo básico para a vantagem competitiva das empresas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DO CONHECIMENTO, 8., 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: SBGC, 2009. Trabalho oral. Disponível em: <http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/bitstream/1/3137/1/2010Ev_A%20gestao%20do%20conhecimento_JosianaR.pdf>. Acesso em: 4 jan. 2012.

SANTOS, Gildenir Cardino; RIBEIRO, Célia Maria. **Acrônimos, siglas e termos técnicos:** arquivística, biblioteconomia, documentação, informática. Campinas: Átomo, 2003.

SILVA, Eliane Ferreira da et al. Blogs: relevante ferramenta para o fazer bibliotecário. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2011, Maceió. **Anaisé** Maceió: FEBAB, 2011. p. 1 - 11.

SILVA, Ludimília Souza da. **O blog e autonomia no ensino/aprendizagem de inglês como língua estrangeira:** um estudo em uma turma do curso de Letras da Faculdade Unime-Lauro de Freitas. 2009. 132 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) i Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufba.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2550>. Acesso em 04 jan. 2012.

SOUSA, Camila de Souza e. **Blogging:** <http://www.englishnowhere.blogspot.com>: ensinando inglês (sem distância) para surdos. 2009. 125 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) i Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009. Disponível em: <http://www.bdtu.ufu.br/tde_arquivos/18/TDE-2010-05-04T162645Z-1954/Publico/Camilaa.pdf>. Acesso em 06 jan. 2012.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento: aspectos conceituais e estudo exploratório sobre as práticas de empresas brasileiras. In: FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JR, Moacir de Miranda (Org.). **Gestão estratégica do conhecimento:** integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2010. p. 121-156.

TERZIAN, Françoise. Blog S.A.: como os diários online estão se embrenhando no dia-a-dia das empresas. **Info**, set. 2005. Disponível em: <<http://issuu.com/revistainfo/docs/set2005?mode=window&pageNumber=1>>. Acesso em : 18 jan. 2012. p. 72.

TOMAÉL, Maria Inês et al. Avaliação de fontes de informação na Internet: critérios de qualidade. **Informação & sociedade:** estudos, v.11, n.2, p. 1-14. 2001. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/293/216>>. Acesso em: 10 out. 2007.

VIANA, Francisca das Chagas; MESQUITA, Denizete Lima de; MOURA, Franceli Mariano de. A Gestão do Conhecimento em Bibliotecas Universitárias: discutindo um processo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2011, Maceió. **Anaisé** Maceió: FEBAB, 2011. p. 1 - 12.