



GESTÃO DO CONHECIMENTO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE DE GRUPOS NO LINKEDLN

Andreia Cristina dos Santos Honorato de Almeida¹, Janaina Aparecida de Freitas², Hilka Pelizza Vier Machado³, Nikolas Olekszeche⁴, Lúgia Yurie Takahash⁵, Tiago Calazans Elias⁶

¹Mestranda, Gestão do Conhecimento nas Organizações, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. andreiahonorato41@gmail.com

²Mestranda, Gestão do Conhecimento nas Organizações, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. japfreitas@gmail.com

³Orientadora, Dra, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Pesquisadora. hilka.machado@unicesumar.edu.br

⁴Orientador, Dr. Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Pesquisadora. nikolas.olekszechen@unicesumar.edu.br

⁵Mestranda, Gestão do Conhecimento nas Organizações, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. ligiyataka@gmail.com

⁶Mestrando, Gestão do Conhecimento nas Organizações, Campus Maringá-PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. prof.tiagocalazans@gmail.com

RESUMO

A forma como acessamos, compartilhamos e utilizamos o conhecimento evoluiu significativamente, e as redes sociais emergiram como plataformas cruciais para a construção e o compartilhamento de conhecimento, pois permitem a troca de informações e a criação de conteúdo. Este trabalho objetiva identificar e analisar a configuração de grupos sobre gestão do conhecimento na rede social LinkedIn, a fim de compreender a difusão do tema no âmbito de redes sociais. A pesquisa se caracteriza como quantitativa quanto à abordagem, exploratória e descritiva quanto aos objetivos e netnográfica quanto aos procedimentos, com observação em grupos do LinkedIn. Os principais resultados apontam que: a maioria dos grupos possui até 500 integrantes, o que tende a proporcionar interações mais focadas e direcionadas sendo mais eficazes para a construção do conhecimento; a plataforma LinkedIn se apresenta como uma plataforma em potencial para a disseminação e discussão de práticas de Gestão do Conhecimento (GC).

PALAVRAS-CHAVE: Gestão do Conhecimento; LinkedIn; Netnografia; Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais interconectado e digital, o conhecimento deixou de ser um bem restrito a poucos e tornou-se um ativo estratégico para indivíduos e organizações. A forma como acessamos, compartilhamos e utilizamos esse conhecimento evoluiu significativamente, e as redes sociais emergiram como plataformas cruciais para a construção e o compartilhamento de conhecimento, pois permitem a troca de informações e a criação de conteúdo.

As redes sociais compreendem em pessoas interligadas buscando adquirir informações e conhecimentos sobre os mais diversos temas (CAPOBIANCO, 2010). Essas redes podem atuar em diferentes formatos, como redes de relacionamentos, redes profissionais, redes comunitárias, entre outros. Todavia, esses formatos possuem em comum o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços na busca de objetivos similares.

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 relacionamentos, mas tem como diferença sua utilização ser mais voltada para assuntos profissionais, sendo possível a montagem de currículos, além de manter o contato com amigos e empresas (MIRANDA *et al.*, 2010).

Segundo Nonaka e Takeuchi (2008, p. 7), a gestão do conhecimento consiste no “processo de criar continuamente novos conhecimentos, disseminando-os amplamente



através da organização e incorporando-os velozmente em novos produtos/serviços, tecnologias e sistemas”, ao passo que identifica pessoas que sabem algo (conhecimento tácito) e pessoas que expressam ou registram o que sabem (conhecimento explícito).

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é identificar e analisar a configuração de grupos sobre gestão do conhecimento na rede social LinkedIn, a fim de compreender a difusão do tema no âmbito de redes sociais. Tal objetivo foi traçado para responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como se configuram os grupos sobre o tema gestão do conhecimento em uma rede social como o LinkedIn?

Trata-se de um estudo qualitativo, netnográfico de observação, realizado por intermédio de dados secundários, coletados em 34 grupos da rede social LinkedIn.

A justificativa se deve à existência de poucos trabalhos direcionados ao estudo da gestão do conhecimento em comunidades virtuais, sobretudo na ferramenta LinkedIn que é o objeto de estudo deste artigo, conforme pode ser comprovado pelo Apêndice A que trata do protocolo de buscas de pesquisas correlatas com esta temática. Nesse sentido, a pesquisa também demonstra sua originalidade, visto que o tema está pouco explorado nas pesquisas desenvolvidas até então. Com o objetivo de identificar e analisar a configuração de grupos sobre gestão do conhecimento na rede social LinkedIn, a fim de compreender a difusão do tema no âmbito de redes sociais infere-se sua importância no contexto acadêmico para o avanço do conhecimento científico na área, ao passo que visa identificar e selecionar grupos que, de fato estão associados ao tema do estudo, bem como analisar suas composições e atividades desenvolvidas.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: este primeiro capítulo aborda a introdução, o problema de pesquisa, os objetivos a serem alcançados, bem como a justificativa. A base teórica é evidenciada no segundo capítulo, que apresenta uma visão geral sobre os conceitos fundamentais de gestão do conhecimento e uma caracterização das redes sociais e comunidades virtuais. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia, na quarta seção são discutidos os resultados e, na quinta e última seção apresentam-se as conclusões dos estudos.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo é de caráter exploratório, utilizando abordagem quantitativa para a análise de grupos presentes na plataforma. É também descritiva quanto aos objetivos e netnográfica quanto aos procedimentos. Os dados analisados são secundários, coletados diretamente da plataforma LinkedIn, com base em descrição dos grupos como nome, objetivo e área de foco.

A metodologia para composição teórica deste artigo se deu por meio de uma busca no LinkedIn através das palavras-chave utilizadas como strings de busca "Gestão do Conhecimento". O LinkedIn é uma rede social profissional que conecta pessoas de todo o mundo, para os mais diversos assuntos, com mais de 850 milhões de utilizadores em 200 países e territórios, foi lançado em 2003 e em 2016, foi comprado pela Microsoft (WANDSCHEER E CORRÊA, 2013). A busca foi realizada no dia 14 de novembro de 2024, e seguindo o parâmetro descrito anteriormente, a pesquisa apresentou como resultado, 399 grupos. Após, foi realizada a análise e síntese dos dados por meio de leitura e conferência por pares, verificando o nome do grupo e objetivos da criação do grupo no LinkedIn.

Na sequência, foram estabelecidos os seguintes critérios de exclusão dos grupos: (i) grupos com foco em busca ou oferta de emprego; (ii) grupos usados para vender e posicionamento de marca; (iii) e grupos com apenas 1 membro. Após, foi realizada a identificação de grupos que tratam da Gestão do Conhecimento, pela leitura do nome e descrição da proposta do grupo. Considerando onde aparece explicitamente o nome



“gestão do conhecimento” ou alguma convergência à metodologia de gestão do conhecimento. Após esse processo, a base final resultou em 34 grupos que efetivamente tratam de Gestão do Conhecimento.

Seguindo os procedimentos propostos por Clark (2006), os temas recorrentes nos grupos foram identificados e categorizados com base nas postagens e nas descrições dos grupos, contagem do número de grupos por tema predominante, frequência de postagens e interações. Com base nesses procedimentos, os 34 grupos selecionados forneceram um panorama relevante para compreender como a Gestão do Conhecimento é discutida em redes sociais profissionais, especialmente no LinkedIn (quadro 1).

Quadro 1 - Buscas dos Grupos no LinkedIn.

NOME DO GRUPO	MEMBROS	FINALIDADE	ANO
GIGCI - Grupo Interativo de Gestão do Conhecimento e Inovação	12K	Discutir, refletir, compartilhar informações e experiência entre profissionais que atuam na produção, guarda, disseminação e acesso à informação com vistas a produção de conhecimento.	2011
Gestão do Conhecimento e Tecnologia	8K	Focar em como a informação é produzida, armazenada, recuperada e utilizada	2009
Gestão do Conhecimento e Inovação	7 K	Discussão e disseminação de métodos de Gestão do Conhecimento no ambiente corporativo	2009
Rede Digital de Práticas em Gestão do Conhecimento e Inovação	3K	Compartilhar, discutir e difundir práticas, conceitos, métodos, oportunidades de carreira, no que tange à gestão do conhecimento e inovação.	2010
Mestrado e Doutorado em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento	903	Reunir gestores e pesquisadores para discutir as estratégias e os planos de gestão do conhecimento.	2015
Gestão do conhecimento in foco	805	Disseminar e compartilhar conceitos e práticas de gestão do conhecimento	2011
GUGC&I - Grupo de Usuários de Gestão do Conhecimento e Inovação - SUCESU/RS	623	Grupo de empresas que se reúnem para discutir e alinhar conceitos relacionados à gestão do conhecimento e inovação.	2009
Gestão do Conhecimento no Brasil	611	Articular e aplicar conhecimento profissional no abrangente campo de Sistemas de Informação	2011
Humantech - Gestão do Conhecimento	529	Discutir assuntos relacionados às práticas de gestão do conhecimento nas	2010



		empresas brasileiras e estudos acadêmicos.	
Ferramentas de Gestão do Conhecimento - ULBRA RS	466	Divulgação da Gestão do Conhecimento.	2011
Redes Sociais e Gestão do Conhecimento	461	Gestão do Conhecimento e Inovação um ambiente de troca de informações, práticas e experiências.	2011
KMBR16 - Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento	398	Conhecer interesses e experiências sobre o tema Gestão do Conhecimento e a contribuição que este tipo de atividade administrativa pode agregar à estratégia de negócio das organizações.	2010
Gestão do Conhecimento, Educação Corporativa e Aprendizagem Organizacional - T17	240	Intercâmbio de conhecimentos e experiências em CI - Competitive Intelligence, BI - Business Intelligence, MI - Market Intelligence e Gestão do Conhecimento.	2010
Gestão da Informação	210	Gestão de conhecimento sobre materiais de engenharia.	2012
Educação Corporativa e Liderança na Sociedade do Conhecimento	86	Humantech atua na área da Gestão do Conhecimento (GC), transformando informações e dados em conteúdo relevante	2005
Gestão de Conhecimento PPGIA	49	Ferramentas de Gestão do Conhecimento, do Programa de Pós-graduação em Gestão do Conhecimento e Tecnologias da Informação da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).	2011
Gerindo o Conhecimento	48	Grupo formado por profissionais de diversas empresas e instituições de ensino, para discutir as práticas de ensino e aprendizagem nas organizações e gestão do conhecimento.	2009
Projetos em Bibliotecas, Arquivos e Centros de Documentação	39	Discutir sobre as redes sociais modernas como ferramentas para a distribuição eficaz de informação, promoção do contato entre fontes e	2011



		geração de novos conhecimentos e ideias.	
Inteligência Corporativa em pauta	30	Discutir temas aderentes ao tema central do KM Brasil 2016: "Conhecimento que faz diferença".	2016
IBIC Instituto Brasileiro de Inteligência Competitiva	29	Gestão do Conhecimento para empresas.	2011
MEX - Material Explorer	21	Cooperação para empresas em cinco áreas, sendo uma delas a gestão do conhecimento.	2009
Espaço Aprendizagem Organizacional	21	Instituto brasileiro de gerenciamento da informação. Divulgação de cursos na área da gestão da informação.	2011
Inteligência Empresarial	14	Apoio para mediadores de conteúdo e notícias da gestão da informação e do conhecimento.	2018
The Geo Network	14	Formação da gestão do conhecimento em odontologia.	2011
IBGI	13	Ambiente/ferramenta destinada à gestão do conhecimento na área de estratégias empresariais.	2015
GAGICRC MEDIA	12	Discutir boas práticas em gestão do conhecimento.	2017
Odonto USP Junior	11	Compartilhamento de ideias sobre gestão do conhecimento e trilhas de aprendizagem.	2018
Estrategistas Vencedores	9	Rede de investigação científica sobre gestão do conhecimento - Gagircrc	2013
Chief Knowledge Officers	7	Pesquisas sobre informação, conhecimento e inovação.	2024
Trilhas de Aprendizagem	7	Grupo de discussão sobre gestão do conhecimento.	2012
IKI - Information, Knowledge & Innovation (Grupo de Pesquisa)	5	Benchmarking sobre cases e melhores práticas sobre Educação Corporativa, Gestão do Conhecimento e Liderança na Sociedade do Conhecimento.	2013



Centro de Investigação Científica e Desenvolvimento	3	Discussão, troca de experiências, melhores práticas em Gestão do Conhecimento, Educação Corporativa e Aprendizagem Organizacional - T17	2014
Capital Intelectual	3	Este grupo se destina a reunir os acadêmicos do PPGIA engajados em atividades de Gestão do Conhecimento nas disciplinas do curso.	2016
Login Aprendizagem	2	Estudo de tecnologias educacionais e gestão do conhecimento.	2011

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

O quadro acima, explicita somente os grupos que se enquadram com alguma margem de convergência à proposta de GC. Seja pela expressão explícita no nome ou descrição do grupo. Ou por meio da descrição, a percepção de que o grupo utilize métodos que criem convergência com GC. A primeira coluna é o nome do grupo, a segunda, número de participantes, a terceira uma síntese da proposta do grupo, e a última coluna, ano de criação. O quadro está disposto em ordem decrescente em relação a quantidade de membros.

A Figura 1 oferece uma representação visual concisa das etapas de seleção dos grupos do LinkedIn, facilitando a compreensão do processo.

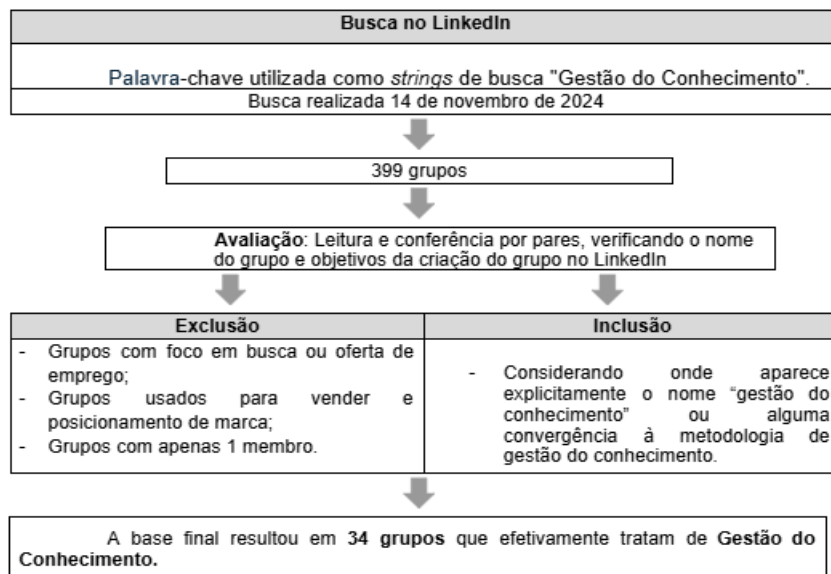


Figura 1: Critérios de Seleção dos Grupos do LinkedIn

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a análise dos grupos, foram identificadas três classificações: 1) grupos com convergência a gestão do conhecimento; 2) grupos que promovem compartilhamento de algum tipo de conhecimento, mas sem o compromisso metodológico com a gestão de



conhecimento; 3) grupos sem nenhum tipo de relação com gestão do conhecimento ou compartilhamento de ideias ou informações.

Os dados revelam que o primeiro grupo identificado foi criado em 2005, e depois, somente em 2009 foi criado o segundo grupo. E a partir desse ano, o número de grupos começou a aumentar ano a ano, sendo que em 2011, teve 11 grupos criados, é um indício de que o tema alcançou maior relevância nesse período entre os grupos do LinkedIn. Em 2024, houve a criação de apenas 1 grupo.

Dos 34 grupos selecionados, podem ser classificados em três categorias, grupos pequenos até 500 membros, que são no total de 25 grupos, grupos médios de 501 até 5000 membros que somam 5 grupos e grupos grandes com mais de 5000 membros, que são apenas 4 grupos. Entretanto, o que predomina são os grupos pequenos, com discussões em Gestão do Conhecimento (GC), com menor número de participantes, mas possivelmente com interações mais focadas e direcionadas, com temas pontuais de Gestão do Conhecimento (GC).

A predominância de grupos pequenos (73,5% do total) é um indicativo de que o tema da Gestão do Conhecimento (GC), tem sido explorado de forma mais segmentada e direcionada. Esses grupos menores tendem a proporcionar interações mais profundas e especializadas, permitindo a troca de experiências e conhecimentos relevantes para contextos específicos, essa característica, destaca que comunidades de prática menores são mais eficazes para a aprendizagem colaborativa e a construção de conhecimento.

Por outro lado, os grupos médios e grandes, embora representem uma parcela menor, apresentam potencial para alcançar um público mais amplo e diversificado, esses grupos podem enfrentar desafios relacionados à superficialidade das discussões, já que a maior quantidade de membros pode dificultar a criação de um ambiente coeso e focado (CLARK, 2006).

Os dados sugerem que o LinkedIn se apresenta como uma plataforma em potencial para a disseminação e discussão de práticas de Gestão do Conhecimento (GC), especialmente em grupos menores que favorecem interações mais direcionadas, mas o sucesso desses grupos depende da capacidade dos moderadores e participantes em manter discussões qualitativas e promover a troca de conhecimentos práticos e aplicáveis. Outro desafio, é a identificação de grupos que ofereçam uma metodologia que se identifique como GC, em contrapartida a grupos que somente tratam de forma genérica a partilha e cooperação de conhecimentos nas diversas áreas.

Além disso, a heterogeneidade dos grupos em termos de tamanho, objetivos e áreas de atuação reflete a flexibilidade da Gestão do Conhecimento (GC), como campo de estudo e prática, alguns grupos focam na aplicação de metodologias específicas, outros exploram a GC como parte de um contexto mais amplo de inovação, transformação digital e aprendizagem organizacional.

4 CONCLUSÃO

A análise dos grupos de LinkedIn dedicados à gestão do conhecimento evidencia que, embora a maioria das comunidades seja de pequeno porte, elas desempenham um papel fundamental na troca de experiências e na disseminação de práticas inovadoras em Gestão do Conhecimento (GC). A evolução temporal dos grupos demonstra o crescimento do interesse pelo tema, especialmente no período entre 2009 e 2011, enquanto o declínio em 2024 pode indicar uma saturação do mercado ou a migração das discussões para outras plataformas digitais.

Mediante estudo exploratório revela que os grupos de LinkedIn dedicados à gestão do conhecimento são espaços relevantes para a criação e disseminação de conhecimento,



mesmo que a maioria dos grupos analisada seja composta por comunidades pequenas, essas redes desempenham um papel fundamental na troca de experiências e no desenvolvimento de práticas inovadoras em Gestão do Conhecimento (GC).

Para que esses grupos continuem relevantes, é necessário que seus participantes se adaptem às mudanças nas demandas profissionais e tecnológicas, promovendo a interação contínua e a geração de valor para seus membros. Assim, o LinkedIn permanece como uma plataforma estratégica para a gestão do conhecimento, conectando profissionais, acadêmicos e organizações em um ambiente colaborativo e orientado para a inovação.

Por fim, a relevância do LinkedIn como espaço de aprendizado contínuo e desenvolvimento profissional é amplamente reconhecida, por meio de grupos de discussão, cursos online e conteúdos exclusivos, a plataforma se posiciona como um ambiente de aprendizado colaborativo, conectando profissionais que buscam atualização constante e novas oportunidades de crescimento. O LinkedIn transcende o papel de uma simples rede social, configurando-se como um espaço digital essencial para o desenvolvimento profissional e a gestão do conhecimento nas organizações modernas.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de Comunicação nas Mídias Sociais**. Barueri: Manole, 2015. E-book. pág.3. ISBN 9788520447437. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

CLARK, J. **Analyzing thematic content in social research**. Nova York: Routledge, 2006.
CAPOBIANCO, Lígia. **Revolução em curso: Internet, Sociedade da Informação e Cibercultura**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

DALKIR, Kimiz. **Knowledge management in theory and practice**. routledge, 2013.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**. São Paulo: Publifolha, 1999.

LINKEDIN. Disponível em: https://www.linkedin.com/search/results/groups/?keywords=%23gest%C3%A3o%20do%20conhecimento%23&origin=SWITCH_SEARCH_VERTICAL&sid=pgy. Acessado em: 15 de novembro de 2024.

MIRANDA, L. et al. **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, 2010.

MENDES, Paula Antonia Dos Santos et al. **Relação entre redes sociais e a gestão do conhecimento: um estudo exploratório com estudantes do ensino superior de tecnologia em informática**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012.

SOUZA, M.V., Giglio, K. **Mídias Digitais, Redes Sociais e Educação em Rede: Experiências na Pesquisa e Extensão Universitária**. São Paulo: Editora Blucher, 2015. E-book. pág.1. ISBN 9788580391282. Disponível em:



<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580391282/>. Acesso em: 01 dez. 2024.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WANDSCHEER, G.; CORRÊA, E. C. D. **Grupo bibliotecários do Brasil: análise das relações informacionais na rede social LinkedIn**. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, 18(2), 926-948, 2013.