



REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718

**MÍDIAS DIGITAIS, A GESTÃO E DIFUSÃO DE CONHECIMENTOS NAS
ORGANIZAÇÕES DE TRABALHO**

***DIGITAL MEDIA AND KNOWLEDGE MANAGEMENT AND DISSEMINATION IN WORK
ORGANIZATIONS***

Ana Cristina de Mendonça Santos
UNEB/Brasil
E-mail:acmendonca@uneb.br

RESUMO

Este estudo científico tem como finalidade estabelecer um diálogo entre as relações estabelecidas entre as mídias digitais e os processos de gestão e difusão do conhecimento nas organizações. Temos como pressuposto a centralidade do conhecimento como elemento preponderante para o desenvolvimento humano, representando um instrumento de organização social e também uma exigência para as organizações atuarem atendendo às necessidades inerentes ao convívio em sociedade. As mídias sociais atuam neste cenário como espaço de mediação dos diálogos para socialização e difusão das ações de gestão da informação e conhecimento produzido. O objetivo foi investigar as articulações entre as mídias digitais e os processos de gestão e difusão do conhecimento, a partir dos teóricos e pesquisadores das temáticas. A abordagem metodológica com pesquisa bibliográfica, qualitativa e descritiva, buscou estabelecer interfases entre os estudos científicos realizados por diversos autores como Castells (2009); Kensky (2007); Silva (2022); Levy (2009), Galeffi (2011); Burnham (2012); Arruda e Boff (2000); Nonaka e Takeuchi (1997), dentre outros. Como resultado, o estudo teórico, podemos inferir que o impacto das mídias sociais vai além da comunicação nas organizações, mas também nos relacionamentos, nos recursos, nas atividades de gestão do conhecimento, na cultura organizacional e nos seus mais diversos setores de funcionamento, requerendo ações de compreensão e atuação especializada para atuar e utilizar-se do potencial que as mídias digitais oferecem.

PALAVRAS-CHAVE: Difusão do conhecimento; Gestão da informação; Mídias sociais.

ABSTRACT

This scientific study aims to establish a dialogue between the relationships established between digital media and the processes of management and dissemination of knowledge in organizations. I fear as an assumption the centrality of knowledge as a preponderant element for human development, representing an instrument of social organization and also a requirement for organizations to act in response to the inherent needs of living in society. Social media act in this scenario as a space for mediation of dialogues for socialization and dissemination of information management actions and produced knowledge. The objective was to investigate the articulations between digital media and the processes of management and dissemination of knowledge, based on theorists and researchers of the themes. The methodological approach with bibliographical, qualitative and descriptive research, sought to establish interfaces between the scientific studies carried out by several authors such as Castells (2009); Kesnky (2007); Silva(2022); Levy (2009), Galeffi (2011); Burnham (2012); Arruda and Boff (2000); Nonaka and Takeuchi (1997), among others. As a result of the theoretical study, we can infer that the impact of social media goes beyond communication in organizations, but also in relationships, resources, knowledge management activities, organizational culture and in its most diverse operating sectors, requiring understanding actions and specialized action to act and use the potential that digital media offer.

KEY WORDS: Dissemination of knowledge; Information management; Social media.

1. INTRODUÇÃO

O conhecimento historicamente vem se reafirmando como elemento estruturante para o desenvolvimento de sujeitos ativos, participativos e atuantes na convivência em sociedade. Podemos afirmar que conhecer é poder de escolha, decisão e exercício de cidadania, assim, quanto mais conhecemos, mais instrumentalizados estamos para nos inserir, atuar e transformar a sociedade em prol do desenvolvimento individual, coletivo e planetário. As transformações tecnológicas, científicas e sociais que permeiam as questões da vida cotidiana, atribuem um nível de complexidade e subjetividade às relações humanas e socioambientais exigindo um olhar atento ao que concernem os processos de produção e difusão do conhecimento, às suas



REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718

implicações para o tipo de sujeito que se quer formar e os tipos de relações sociais que estamos produzindo.

Este é o cenário que vivemos no Século XXI, que em seu bojo, em nível mundial, apresenta tempos de transição em que várias mudanças no campo das transformações sociais, tecnológicas, econômicas e culturais são originadas pela via da revolução das tecnologias da comunicação que provocam alterações nas relações entre o ser humano e o seu cotidiano, tanto nas formas de existir quanto de organizar a própria existência. Autores como Castells (2009), afirmam que este cenário de mudanças de valores e parâmetros tecnológicos na sociedade exigem a inserção de novos saberes e conhecimentos aos sujeitos sociais, e, em decorrência disso, práticas mediadas pelas tecnologias são introduzidas no diversos espaços de convivência humana requerendo atuações cada vez mais qualificadas e contextualizadas, com informações atualizadas em tempo real.

Este avanço impactou sobremaneira, na informação e na comunicação, criando novas formas e canais de comunicação, que vem moldando a vida, ao tempo em que a vida vem sendo moldada por elas (Castells, 2010). Sendo assim, as novas tecnologias devem ser compreendidas como elementos mediadores para a construção de uma nova representação da sociedade, através de novos saberes e novos conhecimentos. O acesso rápido a comunicação e interação entre as pessoas via a *web 2000* fomentou estas, e diversas outras mudanças no campo social, que requerem investigações e estudos acerca de suas contribuições e impactos para as organizações sociais.

Pesquisar, produzir e difundir conhecimentos de forma a garantir o desenvolvimento humano e social, sempre foi meta das Universidades Públicas. Desta forma, diversas são as iniciativas de fomento a pesquisas e experiências vivenciadas no interior das universidades e instituições de

formação e pesquisa cujo compromisso se vincula na missão do ensino superior para com a sociedade, na expectativa e cumprimento da sua função social.

Trazer o uso das mídias digitais, como mecanismo de gestão, representa disseminar conteúdos, informações e conhecimentos, vinculados aos objetivos institucionais, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas, de forma planejada e intencional. Este uso vem mudando a forma tradicional de comunicação e colaboração abrindo novas formas de produzir e difundir conhecimentos nas organizações. Ou seja, a utilização das mídias sociais pelas organizações sociais, na atualidade, torna-se relevante para que o conhecimento circule entre os indivíduos e o alcance dos objetivos organizacionais possam ser difundidos e co-criado por todos.

Neste contexto, este artigo tem como objetivo a realização de um estudo bibliográfico entre as mídias sociais e seus impactos nos processos de gestão e difusão do conhecimento no desempenho organizacional. Este texto foi produzido a partir de uma proposta de pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo, que se debruçou em estudos teóricos sobre as mídias digitais e os processos de gestão e difusão do conhecimento.

A pesquisa bibliográfica sistemática no desenvolvimento das ciências e da análise de fenômenos exerce um papel muito importante, já que esta normalmente é o primeiro passo que permite o pesquisador confirmar as suas motivações de pesquisa. Conhecer o panorama sobre o tema pesquisado deve ser o ponto de partida para que o pesquisador siga seus próprios caminhos. Como afirma Lakatos: “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras.” (2003, p.183).

O texto se organiza a partir de cinco tópicos: a introdução que traz o contextualização e objetivo do estudo; o segundo que conceitua e dialoga sobre os pressupostos teóricos da gestão do conhecimento; terceiro tópico que



**REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718**

vai refletir sobre o conceito e fundamento de processos de difusão do conhecimento; o quarto que apresenta reflexões sobre o impacto da revolução digital nas organizações, refletindo as possibilidades das mídias contribuírem com processos de gestão e difusão do conhecimento e por fim, algumas considerações sobre o estudo realizado.

2. A GESTÃO DO CONHECIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES

Para construir processos de gestão do conhecimento por intermédios das mídias precisamos entender o conceito de gestão do conhecimento, definido por boa parte dos teóricos, como um processo sistemático, articulado e intencional, apoiado na geração, codificação, disseminação e apropriação de conhecimentos, com o propósito de atingir a excelência organizacional. No dizer de Alvarenga Neto (2005) gestão do conhecimento implica:

O conjunto de atividades voltadas para a promoção do conhecimento organizacional, possibilitando que as organizações e seus colaboradores possam sempre se utilizar das melhores informações e dos melhores conhecimentos disponíveis, com vistas ao alcance dos objetivos organizacionais e maximização da competitividade (ALVARENGA NETO, 2005, p.18).

O conceito de gestão do conhecimento parte da premissa de que todo o conhecimento construído pelas pessoas, no interior dos processos e nos grupos de trabalho, pertence a organização. Em contrapartida, todos os colaboradores que contribuem para esse sistema podem usufruir de todo conhecimento presente na organização, desta forma o conhecimento torna-se democrático e acessível a todos.

Gestão do conhecimento, portanto, implica em organizar as principais políticas, processos e estratégias gerenciais e tecnológicas, tendo como

referência a compreensão da realidade, necessidade e possibilidade de cada instituição, buscando alcançar cada vez mais resultados positivos para a organização.

O conhecimento representa a habilidade de alguém para explorar a informação disponível, agindo em sequência como resultado de um entendimento obtido e a gestão do conhecimento auxilia no sentido de estabelecer indicadores voltados ao monitoramento de resultados orientados para produtos ou serviços específicos, além de possibilitar uma visualização mais dinâmica da forma como os recursos estão sendo aplicados na organização.

Em uma sociedade baseada no conhecimento o futuro pertencerá mais a quem usa a cabeça em lugar das mãos. Neste contexto, a habilidade de gerenciar o que se chama de “intelecto baseado no conhecimento” está rapidamente se tornando à exigência crítica contemporânea. Cabe aos executivos dos níveis hierárquicos superiores desempenhar este papel inovador de integrar as pessoas dentro das organizações.

Nesse sentido, para que as organizações avancem, precisam promover estratégias capazes de integrar as pessoas, para que a partir da atuação individual dos sujeitos, possa haver um crescimento coletivo da organização via compartilhamento dos conhecimentos individuais e grupais. Cabe ressaltar, que e neste estudo corroboramos com Arruda e Boff (2000) que defendem o conhecimento pela práxis, um modelo que se constrói a partir da prática cotidiana de sujeitos em processo de desenvolvimento na educação da práxis:

(...) a concepção de conhecimento da práxis postula como fonte primeira do conhecimento humano a prática; concebe que o ser humano concreto, é ao mesmo tempo, individual e social, e, portanto, que o conhecimento humano nasce de sua prática individual e social. Conhecer tem, por conseguinte, um sentido de experimentar, vivenciar e, a partir daí, conceituar, ganhar consciência. (ARRUDA; BOFF, 2000, p. 21).

Desta concepção, surgem as convicções de que o ato de conhecer é um caminho para a compreensão da realidade, e que só possuir o conhecimento não transforma a realidade. Os autores defendem que só a conversão do conhecimento em ação não transforma a realidade, Arruda e Boff (2000, p.21),



REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718

vão atrelar a ação transformadora como essencial ao conceito de práxis: “Chamamos práxis a esta continua conversão do conhecimento em ação transformadora e da ação transformadora em conhecimento”. Ou seja, não é o conhecimento que gera mudança. É sua utilização para a melhoria das condições de vida das pessoas e das organizações que o tornam um elemento importante. Para que se constitua num instrumento de mudanças sociais o conhecimento precisa ser efetivado em práticas sociais de promoção da democracia, da solidariedade entre as pessoas e organizações. Uma referência para práticas sociais em todas as suas esferas.

Ressalta-se que a construção do conhecimento é um processo de interação que implica em reciprocidade, ou seja, o:

(...) ato de conhecer, quando convertido pelo sujeito da ação transformadora, gera ao mesmo tempo uma transformação no próprio sujeito, a práxis e também, portanto, o caminho de construção da consciência humana e universal. (ARRUDA e BOFF, 2000, p. 22).

À medida que as pessoas se apropriam do conhecimento, tem modificado suas estruturas internas assim como modifica as estruturas sociais. Torna-se imperativo neste processo estabelecer parâmetros de compreensão sobre o ato de conhecer, saber como se constrói e como se transfere o conhecimento acumulado pela humanidade, para que seu uso possa ser democratizado.

Segundo André Silva (2005/2006) o processo de conhecimento, o seu ciclo de vida, passa por três processos: o **processo de produção** do conhecimento, que depende da aprendizagem individual e de grupo, ou seja, a interação humana para elaboração de conhecimentos, da aquisição de informações, geralmente de fontes externas a organização e pela formulação de propostas de novos conhecimentos; o **processo de validação**, refere-se à

avaliação do conhecimento segundo os critérios de cada organização, buscando uma coerência com os objetivos organizacionais e a **integração dos conhecimentos**, introdução dos novos conhecimentos a organização produzindo mudanças desde os níveis operacionais até os níveis estratégicos. No processo de integração, o conhecimento passa a fazer parte da cultura organizacional, integrando o cotidiano escolar.

É possível definir dois tipos de conhecimentos: o explícito e o tácito. O explícito é o que pode ser facilmente transferível, pois é codificável e sistematizado e o tácito ao contrário, não se pode transferir com facilidade, não é codificável nem claro, fruto das vivências individuais e coletivas que ocorrem no interior de cada organização. Para se transferir o conhecimento tácito é necessário observar a prática de cada organização. Ambos os tipos de conhecimentos são guardados pelas pessoas que atuam na organização, dentro dos processos e rotinas diários.

Um dos desafios atuais consiste no processo de socialização dos conhecimentos tácitos, na transferência do conhecimento do interior das pessoas e organizações para que todos possam utilizar. Nonaka e Takeuchi (1997) criaram um modelo de conversão de conhecimento denominado **espiral do conhecimento**, onde o conhecimento é criado por meio da interação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito no ambiente em que o indivíduo, grupo ou empresa atuam. Descreveram quatro modos diferentes de conversão do conhecimento: de conhecimento tácito em conhecimento tácito ou socialização; de conhecimento tácito em conhecimento explícito ou externalização; de conhecimento explícito em conhecimento explícito ou combinação, e de conhecimento explícito para conhecimento tácito ou internalização.

Neste processo, um dos aspectos importantes a ser considerado, diz respeito à consideração do caráter subjetivo dos sujeitos que compõem as relações organizacionais e que, portanto, constroem o conhecimento tácito, no exercício da experiência profissional. Contudo, no que diz respeito a mecanismos de comunicação, de veiculação dos conhecimentos e informações



**REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718**

a todos os elementos que compõem a comunidade educativa ainda existe um percurso a ser construído, e para tanto, mecanismos de comunicação, trocas de informações e conhecimentos precisam ser efetivados no interior das organizações.

Vale ressaltar por fim, que a facilidade com que os conhecimentos são disponibilizados pelos meios tecnológicos como a internet, torna-se mais difícil discernir entre o que é válido ou não, pois existe uma grande profusão de fontes onde a confiabilidade dos conhecimentos são questionáveis, exigindo um olhar mais apurado e crítico no que se está procurando. Se para atuar bem na sociedade atual o sujeito precisa ter conhecimento, porém, para utilizar-se bem deste conhecimento oportunizando crescimento pessoal e organizacional, o conhecimento precisa ser gerido, administrado de forma que a sua construção e disseminação estejam voltadas para os objetivos do indivíduo e/ou organização.

Este é o desafio que nos propomos, pensar processos de gestão e difusão do conhecimento, considerando o que é essencial ao alcance das necessidades de cada organização. Na próxima sessão iremos aprofundar este diálogo fundamentando o conceito de difusão do conhecimento.

3. DIFUSÃO DO CONHECIMENTO: conceito e pressupostos

Neste cenário, a democratização dos processos de produção e difusão do conhecimento é fundamental para a inserção de todos e todas no convívio social. Pensar mecanismos que incluam a todos no processo de desenvolvimento humano e desta forma, de acesso ao conhecimento é objeto de interesse de todos que pensam em contribuir para a consolidação de uma sociedade mais justa, inclusiva, democrática e participativa.

Inicialmente, vamos defini a origem do conceito e o que é difusão do conhecimento. Para Perry (2001), PhD em Sociologia na Universidade de Washington, especialista em gestão de emergências e pesquisa de desastre e Professor de Assuntos Públicos da Universidade Estadual do Arizona, o conceito de difusão se concentra em processos, e refere-se à disseminação de qualquer elemento físico, ideia, valor, prática social, ou atitude, através e entre as populações.

Segundo os estudos do referido autor, difusão é um dos raros conceitos utilizados nas ciências físicas, naturais e sociais, bem como nas artes, estando associado às ciências sociais, particularmente à sociologia rural, à antropologia e à comunicação. Neste sentido, podemos dizer que o conceito de difusão tem sua origem dentro de um arcabouço teórico vinculado a várias areas, portanto, pode ser considerado um conceito de base multidisciplinar. Diz respeito a algo que está sendo difundido por pessoas, grupos ou instituições, quer seja uma experiência, uma nova tecnologia, ideia, prática, atitude, vivência, metodologia etc..., outrossim, a difusão está atrelada a processos que envolvem interações sociais.

A difusão do conhecimento em educação está relacionada aos meios proeminentes dominantes de construção do conhecimento. A difusão pura e simples não existe ela está marcada por processos complexos e por interesses políticos já instituídos e atuantes no controle dos meios produtivo e reprodutivos de conhecimento (GALEFFI, 2011, p. 33).

Este debate se insere na necessidade de implicar a todos os sujeitos nos processos de construção e difusão do conhecimento. Como já foi dito neste texto, ratificar a autoria e deixar de ser apenas consumidores para produtores e agentes de difusão dos conhecimentos de uma comunidade para outra. Esta perspectiva amplia as possibilidades de desenvolvimento de um coletivo cada vez mais ampliado que respeita as contribuições particulares e necessidades de desenvolvimento de cada grupo. Esta premissa se compromete fundamentalmente com o conhecimento atrelado ao desenvolvimento humano e planetário, ao respeito à vida no presente e no futuro, pensando tanto nas gerações de hoje quanto nas que estão por vir, e, para que de fato, as práticas educativas favoreçam este tipo de



**REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718**

desenvolvimento, precisam implicar a todos os sujeitos em processos formativos que respeitem as subjetividades inerentes a cada um e as necessidades coletivas de cada contexto histórico-social. Sobre isso, Galeffi vai dizer que: “A difusão, assim, responde ao imperativo do conhecimento implicado com o desenvolvimento humano sustentável, e não simplesmente a tudo o que se difunde pelos cantos do mundo em toda parte” (GALEFFI, 2011, p.33).

As estratégias definidas pelo autor buscam contribuir para compreensão do processo de difusão através do conhecimento da sua estrutura conceitual e lacunas existentes, para assim desenvolver ferramentas que possam testar o impacto da pesquisa. Como já foi abordado neste texto, o conhecimento vem sendo considerado como elemento essencial para o desenvolvimento da sociedade atual, e neste contexto, os centros acadêmicos e de pesquisa debruçam-se sobre seus processos de construção e de difusão, entretanto, este processo não é igual para todos e nem sempre se atrela a concepções que defendem que toda população possa fazer parte do potencial de inserção que o conhecimento produz. Neste sentido, temos o interesse de contribuir para este debate fornecendo elementos para a consolidação de um conceito de difusão, comprometido com a democratização do conhecimento para todos. Para melhor entendimento, vamos diferenciar difusão e transmissão.

Segundo Galeffi (2011) a transmissão e a difusão do conhecimento são essencialmente diferentes, pois, a transmissão do conhecimento não garante sua compreensão e uso como potência transformadora e já a difusão do conhecimento, estaria implicada com a apropriação por todos os sujeitos, gerando o desenvolvimento de um grupo ou comunidade específica de atividade humana no seu fazer, saber fazer, conhecer, ou saber conhecer.

Neste sentido, a transmissão se relaciona à reprodução e atos mecânicos e repetitivos, enquanto a difusão à compreensão do conhecimento na perspectiva da complexidade e multirreferencialidade, comprometido com a evolução das pessoas e grupos sociais, defendida nesta investigação. A difusão do conhecimento estaria assim, comprometida com um movimento de práxis, de busca e compromisso com o desenvolvimento humano.

A difusão do conhecimento poderia ser descrita como a disponibilização pragmática de um processo produtivo sistematizado tendo em vista a operação de apropriação da parte de todos os que possam acessar o que está sendo difundido como conhecimento do fazer e do saber fazer, ou do conhecer e do saber conhecer próprio de um determinado setor das atividades humanas (GALEFFI, 2011, p.31).

Outrossim, para Burnham (2012), a difusão do conhecimento se vincula à processos e procedimentos que visem divulgar, propagar, multiplicar o conhecimento para todos, possibilitando o desenvolvimento de grupos ou comunidades específicas de atividade humana no seu fazer, saber fazer, conhecer, ou saber conhecer. Prescinde então, de mecanismos e canais de espalhamento que considerem as diversas linguagens e culturas diferenciadas de cada sujeito, grupo ou comunidade epistêmica.

Ressaltamos, dessa forma, o comprometimento da difusão do conhecimento ao desenvolvimento humano e para isso, sua inter-relação às necessidades dos sujeitos históricos e sociais de cada época. Pensar então em difusão do conhecimento nas mídias sociais, implica em projetar estes novos espaço de forma acessível, dinâmico e interativo, que permita o acesso, a produção e a socialização dos conhecimentos e da cultura por todos por intermédio de diversas linguagens.

Todo este cenário expõe a complexidade que envolve o conceito de difusão e seu atrelamento a disseminação de conhecimentos e experiências, vinculando-se estreitamente às vias de comunicação e espalhamento entre pessoas ou grupos de pessoas. Nesta linha de argumentação, a difusão do conhecimento não é um ato neutro. Está condicionada a quem controla os meios de construção e difusão do conhecimento e desta forma, ocorre dentro de processos de luta por interesses entre os grupos diferenciados.



**REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718**

A seguir iremos trazer para o diálogo o conceitos e os impactos das mídias digitais para os processos de difusão do conhecimento nas organizações.

4. AS MÍDIAS DIGITAIS E AS ORGANIZAÇÕES: interfaces e caminhos

Como já afirmamos neste texto, a chamada revolução digital, o processo de produção da informação em escala industrial altera irreversivelmente o uso das tecnologias da inteligência, estabelecendo novos rumos para as relações comunicativas, impulsionando o surgimento de profissões que tem como foco a ação, a comunicação, a informação e o oferecimento de entretenimento. As tecnologias da informação e da comunicação digitais aliam-se à indústria de entretenimento gerando novos modos de relações entre pessoas e grupos de pessoas.

A tecnologia digital rompe com as narrativas circulares e repetidas da oralidade e com o encaminhamento contínuo, sequencial da escrita e se apresenta como um fenômeno descontínuo, fragmentado e ao mesmo tempo, dinâmico, aberto e veloz. (KENSKI, 2007, p. 32.).

Este cenário, muda nossa maneira de interagir com o mundo, e, principalmente de dialogar a partir das imensas possibilidades comunicativas que as tecnologias digitais oferecem via internet. Entretanto, não são as ferramentas por si que nos definem enquanto sociedade, mas, aquilo que fazemos com elas, ou seja, seu uso nas relações sociais. A mensagem imagética assume importância neste cenário, facilitando a veiculação de informações e requerendo novas habilidades de leitura.

O avanço das tecnologias digitais de informação e comunicação produz o aumento constante da presença de mensagens textuais,

sonoras e visuais em nossas vidas. Passamos a ter uma relação mais pessoal e dinâmica com a informação e interação mais frequente com as fontes, sejam elas pessoas ou banco de dados localizados em qualquer lugar do mundo. (KENSKI, 2007, p.34).

A cultura moderna se forja, portanto, inserida em um caldeirão de imagens, sons, mensagens, vídeos ao gosto de quem as procura ou divulga. A leitura audiovisual assume importante papel nas relações sociais, culturais e econômicas. Levy (2009) refere-se a este processo como cultura digital, a cibercultura, um conjunto de técnicas (materiais e intelectuais) de práticas, de atitudes, de modo de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço, isto é, com a internet e todas essas formas tecnológicas transnacionais de comunicação, que derrubam as fronteiras do espaço e inauguram uma nova realidade virtual. Silva, corrobora com esta visão:

O ciberespaço é o hipertexto mundial, interativo, onde cada um pode adicionar, retirar e modificar partes dessa estrutura telemática, como um texto vivo, um organismo autoorganizante, é o ambiente de circulação de discussão pluralista, reforçando competências diferenciadas e aproveitando o caldo do conhecimento que é gerado dos laços comunitários. (SILVA, 2011 p.81).

Segundo Barbero (2009) a capacidade de participar efetivamente da rede define o poder de cada pessoa em relação ao seu próprio desenvolvimento e conhecimento, atrelada a uma relação de poder com quem controla o conteúdo veiculado nas mídias. Segundo o autor, ao consumidor resta deixar de consumir; pedir regulamentação do governo ou buscar alternativas para produzir seus próprios produtos com a qualidade e na quantidade que desejar.

Kenski (2007), contribui com este debate, ao defender que cabe aos sujeitos sociais, deixar de ser apenas consumidores de tecnologias e passar ser desenvolvedores. É preciso, portanto, aprender as técnicas de produção dos veículos de comunicação e informação para poder de forma mais qualificada influir na sua produção. Este seria o um grande desafio das instituições formadoras, favorecer que todos tenhamos acesso não apenas as ferramentas tecnológicas, mas aos seus modos de produção.

Compreender os produtos de cada um dos meios, não apenas da língua com que este meio transmite sua mensagem, mas também, ter



REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718

os códigos, como temos os da língua portuguesa, para decifrar as mensagens que são evidenciadas nestes meios com a linguagem própria de cada veículo de comunicação. (AMORA, p. 25, 2011).

Os estudos teóricos apontam que a percepção, a apreensão do que se transmite por imagens se dá em primeiro lugar e com maior força para todos que interagem com este tipo de mensagem, requerendo por parte dos usuários, a tarefa de compreender a dinâmica das imagens para que assim possa ler de forma ampla os conteúdos que estes meios produzem e assim poder influir sobre eles de forma crítica e consciente. Atuar de forma crítica sobre os conteúdos vinculados nas diversas mídias requer portanto, habilidades não apenas de interpretação de texto, mas também de compreensão dos mecanismos de produção e vinculação dos mesmos.

Por isso, as questões ligadas às novas demandas no campo cultural, social e educacional, oriundas desta realidade, precisam discutir e decidir como a mídia e a cultura podem ser transformadas em instrumentos de mudança social e, para tanto, é preciso, gerir processos no interior das organizações educacionais, nas quais os sujeitos tenham acesso aos meios de produção, tanto quanto das informações disponibilizadas nestes meios. Este processo reconfigura o uso das mídias a favor das pessoas.

Para continuar este diálogo sobre o papel das mídias digitais no processo de gestão e difusão do conhecimento, precisamos refletir o conceito de mídias digitais, como toda comunicação feita através da Internet, portanto, quando falamos em mídias digitais, falamos de um conjunto de veículos e aparelhos de comunicação baseados em tecnologias que permitem a acumulação, transmissão ou comunicação do conhecimento.

As mídias sociais são definidas, segundo Kaplan e Haenlein (2010, pg. 61), como “um grupo de aplicações baseadas na internet que se baseiam nos

fundamentos ideológicos e tecnológicos da web 2.0, e que permitem a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário”, e estas, adquiriram centralidade na vida das pessoas como fonte de informação e entretenimento, constituindo-se através do caráter dialógico e argumentativo da linguagem, conectando os usuários e gerando um modelo de vida em rede denominado por alguns autores de “*full-online*”.

Neste mote, é através das mídias, *que as pessoas* vivem e se relacionam, é nelas que se informam, produzem conteúdos e refletem seu comportamento e produzem suas existências, através da transmissão, produção e difusão de informações. Este processo, que ocorre de forma aberta, multidirecional, em um tipo de relação que Lemos(1999) conceitua de todos-todos, liberando o polo de emissão para quem desejar.

A partir da alta disponibilidade de conteúdos e informações nas mídias Castells (2003) vai destacar, que para além do “aprender” tecnologias, o ser humano precisa diferenciar muito bem os conceitos de informação e de conhecimento e que, neste campo, o volume praticamente infinito de informações armazenadas e difusas impele a possibilidade desafiadora de produzir significados e novas trilhas para a produção do conhecimento.

Trazer o uso das mídias digitais, como mecanismo de gestão, representa portanto, disseminar conteúdos, informações e conhecimentos, vinculados aos objetivos institucionais, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas, de forma planejada e intencional. Desta forma, para Sampaio (2020, p.20): “Um dos principais motivos para o uso das mídias sociais nas organizações é a gestão do conhecimento”.

Outro aspecto a considerar na relação das mídias sociais no processo de gestão e difusão do conhecimento é a importância da comunicação para as organizações. Sem comunicação as organizações não existiriam. As organizações se auto-organizam como resultado da interação local, sendo que a auto-organização é um fenômeno comunicacional, desta forma, as organizações são formadas por indivíduos que se inter-relacionam cotidianamente, em cada relação estabelecida, por meio da comunicação. Assim, a comunicação se dá entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações, interna e externamente.



**REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718**

Este é um grande potencial e impacto das mídias na gestão e difusão do conhecimento, favorecer relacionamentos diversos, potencializando o acesso e a possibilidade de produzir e difundir conhecimentos entre todos.

E, outro potencial, abordado por Nguyen, Melewar e Chen (2015) é que o impacto das mídias sociais vai além da comunicação nas organizações, mas também nos relacionamentos, nos recursos, nas atividades de gestão do conhecimento, na cultura organizacional e nos diversos setores da empresa, agregando valores e fortalecendo uma pluralidade de ações e finalidades.

Podemos finalizar este estudo, refletindo alguns aspectos: o potencial das mídias em favorecer processos de produção e difusão de conhecimento entre as pessoas nas diversas organizações; a necessidade de se pensar processos de gestão do conhecimento no interior das organizações para que todos possam participar do processo de forma crítica e consciente, e por fim, a necessidade de entender os mecanismos de produção do conhecimento neste novo espaço, centralizado em um novo tipo de linguagem: audiovisual. A apropriação desta nova linguagem e forma de produzir e difundir conhecimento, é uma das novas formas de controle e poder na atualidade, exigindo das organizações, um olhar atento as suas exigências que esta realidade requer.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado permitiu algumas inferências a cerca das inter-relações entre as mídias sociais e seus impactos nos processos de gestão e difusão do conhecimento no desempenho organizacional. Os teóricos estudados permitiram responder ao objetivo proposto de realização de

estudo bibliográfico entre as mídias sociais e seus impactos nos processos de gestão e difusão do conhecimento no desempenho organizacional, nos possibilitando afirmar que para que as mídias sociais possam contribuir para a consolidação de processo de gestão e difusão de conhecimento, no interior das organizações, será precisamos efetivar a participação ativa e consciente de todos no processo.

Esta participação vai requerer investimentos e mecanismos de gestão que possibilitem que todos possam não apenas ter acesso de conhecimentos, mas também produzir e refletir sobre os conhecimentos veiculados.

Outra consideração importante que podemos fazer a partir do estudo, é que as mídias sociais tornam mais acessíveis para as organizações diversas fontes de dados, que por sua vez possibilitam adquirir conhecimento externo mais direcionado aos interesses de seu público específico, e, assim, responder com produtos e serviços mais voltados ao seu público.

Concluimos, reforçando o papel do conhecimento para a sociedade atual, a compreensão de que este precisa ser gerido, administrado de forma que a sua construção e disseminação estejam voltada para os objetivos do individuo e/ou organização e por fim, a e a possibilidade das mídias sociais atuarem como espaço institucional de produção e difusão do conhecimento.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA NETO, R.C.D. ; BARBOSA, Ricardo Rodrigues . *Proposição de Mapeamento Conceitual Integrativo para a Gestão do Conhecimento no contexto de organizações atuantes no Brasil*. **Reúna Revista de Economia Administração e Turismo**. Centro Universitário Una, v. 10, n. 01, p. 33-46, 2005.

AMORA, Dimmi. Professor, você está preparado para ser dono de um meio de comunicação de massa IN: FREIRE, Wendel (Org.) **Tecnologia e educação: as mídias na prática docente**. Rio de Janeiro: Wak Ed, 2011.

ARRUDA, Marcos e BOFF, Leonardo. **Globalização - Desafios sócio econômicos**, éticos e educativos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BARBERO, Martim. **DOS MEIOS AS MEDIAÇÕES**: comunicação , cultura e hegemonia. Rj: Editora UFRJ, 2009.



REVISTA ELITE: EDUCAÇÃO, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS.
ISSN: 2675-5718

BURNHAM, Teresinha e coletivo de autores. **Análise Cognitiva e espaços multireferenciais de aprendizagem:** currículo, educação a distancia e gestão/difusão do conhecimento. Salvador: Edufba, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura;**v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura,** vol.3, SP: Paz e Terra, 2010.

GALEFFI, Dante. Saberes plurais e difusão do conhecimento em educação; uma perspectiva transdisciplinar. In: GURGEL, Paulo Roberto. SANTOS, Wilson Nascimento Organizadores. **Saberes plurais, difusão do conhecimento e práxis pedagógica.** Salvador: Edufba, 2011

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. **Business Horizons**, Vol. 53, Nº 1, pg. 59-68, 2010.

KENSKY, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação.** Campinas, SP: Papirus, 2007.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Maria Andrade. **Fundamentos de metodologia científica** - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

LEMOS, Cristina. **Inovação na era do conhecimento.** In. LASTRES, M. M. Helena; ALBAGLI, Sarita (Orgs). Informação e globalização na era do conhecimento. Rio de Janeiro: Campinas, 1999.

MOLINA. Letícia Gorri, et al. **Impactos das mídias digitais e o fazer humano:** em foco a memória. Biblionline, João Pessoa, v. 11, n. 2, p. 19 – 30, 2015.

NGUYEN, B.; YU, X.; MELEWAR, T.; CHEN, J. **Brand innovation and social media:** Knowledge acquisition from social media, market orientation, and the moderating role of social media strategic capability. Industrial Marketing Management, Vol. 51, pg. 11-25, 2015.

NUNES, Suzana Gilioli da Costa. **A mídias digitais e a nova sociedade**. EDUFT. Palmas. Tocantis, 2020.

NONAKA & TAKEUCHI. **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

OLIVEIRA, Silva Luis. **Tratado de Metodologia Científica**- São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002

PERRY, Ronald W. **Diffusion Theories**. Encyclopedia of Sociology Copyright. The Gale Group Inc, 2001 (tradução própria).

PRETTO, Nelson de Lucca. **Escritos sobre educação, comunicação e cultura**. Campinas, SP: Papirus, 2008.

PEREIRA, Luis Carlos Bresser. Estado, Sociedade civil e legitimidade democrática. In. **Lua Nova Revista de Cultura e Política**, n. 36, 2005.

SAMPAIO, Gabriel Gonçalves. **A relação entre as mídias sociais e a gestão do conhecimento nas organizações**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul .Dissertação de Mestrado, Porto Alegre, 2020.

SILVA, André. **Gestão do conhecimento**. OGI 49604. 2005

CREDENCIAIS DA/OS AUTORA/ES

SANTOS, Ana Cristina de Mendonça Santos. Professora Adjunta da UNEB. Graduada em Pedagogia (UFBA); Mestre em Políticas Públicas (UNEB) e Doutora em Difusão do Conhecimento(UFBA).

Recebido: 30.07.2023

Aceito: 20.09.2023