

A utilização de ferramentas Web 2.0 como suporte a processos de Gestão do Conhecimento

Douglas Paulesky Juliani¹, Luciane Barato Adolfo¹, Ketry Gorete Farias dos Passos²,
Jordan Paulesky Juliani³, Joao Artur de Souza¹

¹Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

³Departamento de Biblioteconomia e Gestão da Informação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil

{douglas@webpack.com.br, luciane_adolfo@hotmail.com, ketry2003@hotmail.com
jordan@webpack.com.br, jartur@gmail.com}

Resumo. O artigo apresenta uma revisão de literatura sobre a aplicação da *Web 2.0* nas organizações como elementos potencializadores da Gestão do Conhecimento, oferecendo uma visão geral sobre o tema. A pesquisa foi realizada na base de dados Scopus, no qual foram recuperados artigos das áreas de Business, Management e Accounting. Buscaram-se as publicações mais relevantes que tratam das aplicações da *Web 2.0* nas organizações. Por meio de análise qualitativa, foram analisados os objetivos, as aplicações práticas e os resultados das publicações selecionadas. Percebe-se que a *Web 2.0* exerce diversas influências aplicáveis a Gestão do Conhecimento, atuando principalmente sobre os processos de compartilhamento e aquisição do conhecimento.

Palavras-chave: *Web 2.0*. Gestão do conhecimento. *Enterprise 2.0*. *Web Social*

1 Introdução

A cada instante surgem na Internet novos instrumentos que permitem auxiliar a Gestão do Conhecimento nas organizações. Acompanhar todas as tecnologias e filtrar este contingente de soluções é uma tarefa árdua, não obstante, a maneira como implementá-las de acordo com as estratégias e necessidades de um negócio pode ser a peça fundamental para uma aplicar a gestão do conhecimento atualmente.

A forma intuitiva e a facilidade de utilização das ferramentas da *Web 2.0* trazem mudanças contínuas na utilização da *Web*. Estas características levaram a uma adoção mais rápida e maciça dessas ferramentas na Internet. Atualmente somos capazes de criar facilmente nosso próprio blog e apresentar, comunicar nossas idéias, podemos contribuir para uma discussão em uma Wiki e trocar ideias em comunidades de prática globalmente disseminadas. Ao contrário de anos atrás não precisamos mais aprender e compreender as tecnologias subjacentes para publicação na *Web*, pois podemos usar ferramentas da *Web 2.0* para se comunicar e colaborar uns com os outros [1].

As mudanças fundamentais que ocorreram nos últimos dez anos, de acordo com Andreas Weigend, ex-cientista chefe da AMAZON, estão relacionadas ao desejo das pessoas de compartilhar suas opiniões, experiências e aspirações, disponibilizando às empresas uma oportunidade de captar, medir e conectar dados para desenvolver o marketing social [2]. “Estamos no olho do furacão”. É desta forma que Terra [3], aponta o potencial das ferramentas colaborativas que podem transformar a maneira

com que as empresas se organizam e são geridas. Afirmar também, que estamos no limiar entre o simples e uma grande revolução. Simples porque são ferramentas fáceis de utilizar, de baixo custo e rápidas de implementar. Revolucionárias pela capacidade de envolver milhares de usuários e engajá-los de forma natural para o diálogo, a colaboração e a participação [3].

A facilidade de comunicação permitida pela *Web 2.0*, como opiniões, críticas, avaliações de serviços ou produtos, ideias, sugestões, experiências, são exemplos de interações que envolvem o conhecimento (vivência) dos usuários. Nesta direção é explorado o uso dessas ferramentas em processos da Gestão do Conhecimento.

Este artigo aborda as práticas que permeiam a utilização destas TICs, especificamente as ferramentas da *Web 2.0* usadas em processos de Gestão do Conhecimento que contribuem diretamente para a inteligência empresarial e, conseqüentemente, elevam a competitividade das organizações.

Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica sob a ótica da aplicação dessas ferramentas e os impactos gerados nos modelos de negócio das empresas. Surge, portanto, nosso problema de pesquisa: Como a *Web 2.0* pode contribuir para a Gestão do Conhecimento nas organizações?

A estrutura do artigo é composta por uma revisão bibliográfica sobre Gestão do Conhecimento e *Web 2.0*, pela metodologia descrevendo os critérios de busca e a análise dos dados onde são relacionadas às práticas percebidas na pesquisa, seguida das Conclusões a que se chegou com o desenvolvimento da pesquisa.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Esta seção descreve conceitos de gestão do conhecimento e *Web 2.0*.

2.1 Gestão do Conhecimento

A respeito das várias definições para conhecimento, Davenport e Prusak [4] argumentam que o conhecimento pode ser definido como uma mistura de experiências, valores, informação contextual e visão especializada que fornece um conjunto avaliável e incorporando novas experiências e informações. Além disso, informam que conhecimento não é dado, nem informação, mas está relacionado a ambos os conceitos.

Nonaka e Takeuchi [5] explicam que o conhecimento tem origem nas pessoas e pode ser classificado como tácito e explícito. O conhecimento tácito é subjetivo, não expresso por palavras, não-armazenável e não-processável pelo computador. O conhecimento explícito apresenta-se como um conhecimento concreto, expresso nas palavras, pode ser armazenado, estruturado, organizado e processado por computador.

A Gestão do Conhecimento (GC) envolve diferentes níveis e situações organizacionais, mas podemos resumir seu foco como a aplicação do conhecimento coletivo da força de trabalho para alcançar os objetivos organizacionais. Davenport e Prusak [4] afirmam que a gestão do conhecimento é muito mais que tecnologia, mas a tecnologia faz parte da gestão do conhecimento.

Na visão de Carvalho [6] a Gestão do Conhecimento pretende ser uma área de pesquisa e prática que aprofunde o entendimento dos processos do conhecimento nas organizações e que desenvolva mecanismos para suportar a transformação do conhecimento em progresso econômico e social.

A Gestão do Conhecimento (GC) está na capacidade das empresas utilizarem e combinarem diferentes fontes e tipos de conhecimento organizacional para o desenvolvimento de competências específicas e a capacidade inovadora permanente,

que se traduzem como produtos, processos, sistemas gerenciais e liderança de mercado [7].

Os trabalhadores do conhecimento necessitam de sistemas de governança liberal no sentido de que a liderança corporativa não deva e não possa centralmente planejar as tarefas do trabalho mental dos seus empregados. A liderança deve sim criar um ambiente de trabalho positivo e colaborativo que enquadre as contribuições individuais dos trabalhos do conhecimento para o desempenho das empresas e deixá-lhes a liberdade suficiente para definir as suas próprias necessidades de aprendizagem e crescimento das suas competências nos seus domínios dos respectivos peritos.

2.2 *Web 2.0* e a Gestão do Conhecimento

A *Web 2.0* é definida como um conjunto de ferramentas colaborativas altamente amigáveis, que permitem todos os tipos de usuários participarem com suas ideias, informações e opiniões, representando uma transformação no patamar para a Internet, caracterizando um “tsunami digital” que envolve centenas de milhões de pessoas [3].

As ferramentas da *Web 2.0* permitem que o conhecimento seja produzido, compartilhado e disseminado democraticamente entre a comunidade científica e a sociedade. Mais que denominar uma nova tecnologia, o termo *Web 2.0* refere-se a uma atitude [8].

A taxa de adoção de ferramentas *Web 2.0* é alta, pois são fáceis de usar e são intuitivas, e permitem a publicação online direta e imediata e distribuição de conteúdo do usuário. Nas tecnologias de publicação instantânea da *Web 2.0* todos podem tornar-se autor e editor ao mesmo tempo [1].

A *Web 2.0* representa um novo padrão de interação: viabiliza e estimula a colaboração, a interação muitos-muitos e a horizontalidade da comunicação [9, 10, 11, 12, 13, 14, 15]. A Figura 1 ilustra essa afirmativa deixando clara a diferenciação entre a *Web* tradicional e a *Web 2.0*.

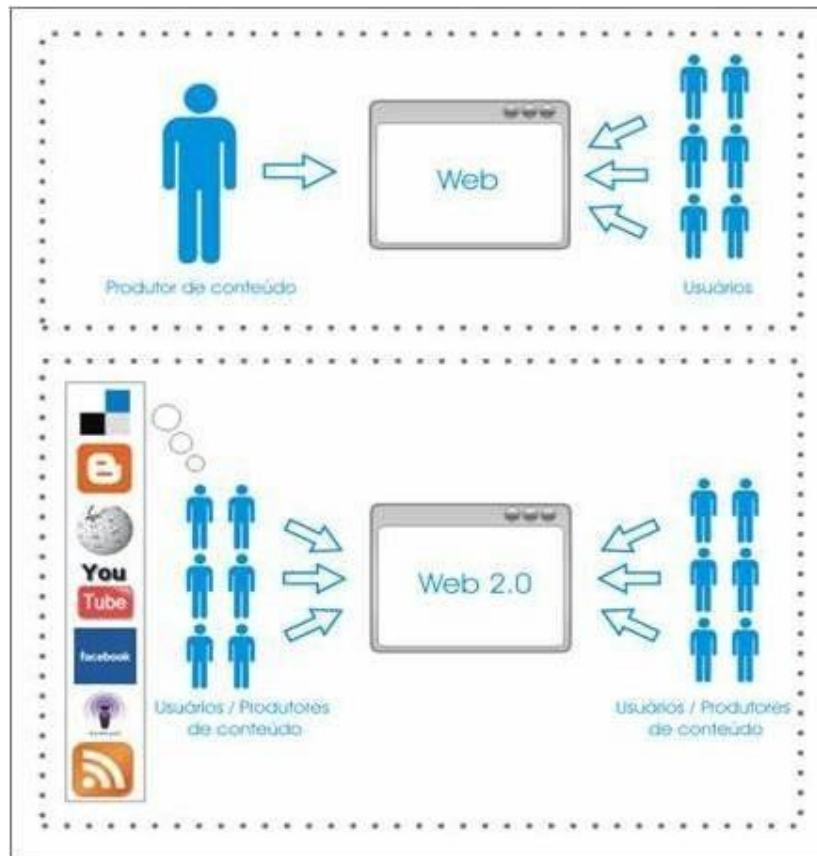


Figura 1 - Web x Web 2.0 (COZIC, 2007 apud GALDO, 2010)

Fonte: Adaptado de Cozic [16]

O cenário de TI das empresas, normalmente automatizado por meio de sistemas de informações *CRM*, *ERP*, *SCM*, *EIP*, *KMS*, *BI*, (inclusive sistemas aplicativos feitos sob medida - customizados) que usufruem/geram informações em nível tanto operacional quanto gerencial e estratégico [17, 18], atualmente tem incorporado recursos colaborativos com características da *Web 2.0*.

A vanguarda da nova mídia é encontrada em aplicações da Internet com o Youtube, Flickr, Wikipedia, del.iciou.us, Digg, e sites de redes sociais como o Myspace e o Facebook. Os indivíduos ascenderam as informações fornecidas pelas organizações, através desses novos aplicativos da Internet que possibilitaram a partilha de informações entre os usuários, que agora estão fornecendo informações individuais. Este conjunto de aplicações permite que os indivíduos compartilhem informações (incluindo vídeos, áudio, imagem e notícias) e criem comunidades virtuais na web. As Mash-ups (aplicações da web que combinam várias fontes de conteúdo e distribuição de módulos de processamento) são exemplos desta tendência, assim como o Google Maps, que fornece uma interface simples de navegar por mapas geográficos e a Amazon.com que complementa sua livraria online com as revisões geradas pelo usuário. O segredo do sucesso é que essa nova interação adiciona valor comunicativo aos usuários [19].

Ferramentas que reúnem o conceito de blog e diferentes formas de interação de usuários além de facilitarem a troca de informações através da *Web* estão se tornando muito populares nos últimos anos, dentre estes podemos citar o Flickr e o Twitter. O Flickr diferencia-se dos fotologs principalmente pela possibilidade de organização

das fotos através de tags e por disponibilizar opções como inserção de observações dentro da foto e por ter conceitos de redes sociais dentro do próprio sistema [20].

Um exemplo clássico da natureza participativa melhor exemplificado pela *Web 2.0* é a Wikipédia, onde as pessoas podem trabalhar em conjunto para a entrada, produção e atualização de conhecimentos em vez das enciclopédias tradicionais, onde a informação é estática e pré-determinada [21].

A *Web 2.0* na organização usa ou combina redes de colaboração social para formar um poderoso sistema de Gestão do Conhecimento mantido e possuído pelo usuário. As tecnologias envolvidas dão maior ênfase nas contribuições dos usuários na criação e organização de informações do que nas tradicionais abordagens de recuperação [19].

3 METODOLOGIA

De acordo com os objetivos da pesquisa, ela se caracteriza como bibliográfica. Pesquisas desse tipo tem por objetivo subsidiar e analisar o entendimento de um problema por meio de um referencial teórico realizado independentemente ou como parte de outras pesquisas. Como método de pesquisa utilizou-se uma revisão de literatura estruturada, na qual recuperou artigos em periódicos científicos nacionais e internacionais.

Como pergunta de pesquisa teve-se o seguinte questionamento: Como a *Web 2.0* pode contribuir para a Gestão do Conhecimento nas organizações? Para isso utilizou-se critérios de busca e de análise de dados explicitados a seguir.

3.1 Bases de dados e critérios de busca

Como critério de recuperação da informação foram considerados para pesquisa os artigos de periódicos referentes à aplicação da *Web 2.0* nas organizações. Optou-se também por recuperar apenas os artigos que estavam disponibilizados na íntegra para viabilizar a completa análise de dados.

A base de dados escolhida foi a Scopus, relevante na área de estudo. A coleta dos dados deu-se através dos seguintes critérios: a) cronológico: não houve refinamento por data, pois este critério reduz o escopo da pesquisa. Porém os 15 artigos analisados compreendem o período de 2007 à 2010; b) terminologia: utilizou-se as palavras-chave “web 2.0” e “knowledge”; e c) área de estudo: foram delimitadas as áreas como Business, Management e Account por representar áreas do conhecimento relevantes à pesquisa.

A estratégia de busca utilizando esses critérios resultou no total de 26 artigos, porém estes foram reduzidos a 14 artigos que tratavam especificamente de estudos de caso relacionados à *Web 2.0* e a Gestão do Conhecimento. Na seção 4 apresenta-se uma análise qualitativa dos dados.

3.2 Critérios de análise de dados

A análise qualitativa consistiu em investir os 14 artigos recuperados, que abrangiam a aplicação da *Web 2.0* na Gestão do Conhecimento. Para isso analisou-se os objetivos, as práticas e os resultados verificando os seguintes fatores: a) Como a *Web 2.0* pode contribuir para a GC; b) Quais práticas e respectivas ferramentas utilizadas; c) Os processos de GC que são afetados pela utilização dessas ferramentas; d) Outros aspectos relevantes da *web 2.0* em relação a G.C como implantação e dificuldades.

Ao investigar cada artigo, mesmo sem haver explicitação das práticas de utilização da *Web 2.0* na Gestão do Conhecimento, são apontados os processos afetados a partir da interpretação dos autores deste trabalho.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Baseados nos critérios de busca apresentados na seção anterior, as seguintes pesquisas encontradas são analisadas qualitativamente, delineando os indicadores deste estudo como os objetivos e resultados.

4.1 Web 2.0 nas organizações e a Gestão do Conhecimento

O quadro 1 apresenta uma compilação, baseada na percepção dos autores deste trabalho ao analisar os artigos selecionados para este estudo, de que forma a *Web 2.0* pode contribuir e como afeta a Gestão do Conhecimento.

Autor(es)	Explicita a contribuição da <i>Web 2.0</i> para a GC	Ferramentas	Características da <i>Web 2.0</i> aplicáveis a GC	Processos da GC afetados ou envolvidos
1. Levy (2007) [22]	Sim	Wiki, Blog	Promove compartilhamento de conhecimento; Promove mudança na cultura organizacional; Explora o conhecimento fora da organização; Resgata as ferramentas de GC	Aquisição e disseminação do conhecimento
2. Zammuto et.al. (2007) [23]	Não	Não específica	Promove mudança na cultura organizacional	Compartilhamento e disseminação do conhecimento
3. Enders et.al. (2008) [24]	Não	Redes sociais e e-commerce	Promove compartilhamento de conhecimento Explora o conhecimento fora da organização	Aquisição do conhecimento
4. Bilgram; Brem; Voigt (2008) [25]	Sim	MySpace, Facebook, Twitter, Wikipedia, Last.fm, YouTube, Flickr, Del.icio.us, Digg, Ning	Recompensas para motivar as pessoas a compartilhar conhecimento	Disseminação do conhecimento
5. Eijkman (2008) [26]	Não	Wikipedia	Conhecimento necessita de validação	Aquisição do conhecimento
6. Schneckenberg (2009) [1]	Sim	Wikis, Blogs, and Real Simple Syndication (RSS)	Promove mudança na cultura organizacional	Compartilhamento do conhecimento; Reuso do conhecimento

7. Hearn; Foth; Gray (2009) [19]	Não	Mash-ups, Google Maps, Tecnologias de dispositivos móveis (chat, SMS, correio de voz), blogs, Wiki, multi-user gaming environments, digital storytelling, chat, RSS feeds	Promove compartilhamento de conhecimento; Recompensas para motivar as pessoas a compartilhar conhecimento	Compartilhamento do conhecimento
8. Rice (2009) [27]	Não	Wiki, blog, feeds RSS, fóruns, redes sociais	Conhecimento necessita de validação;	Compartilhamento e disseminação do conhecimento
9. Paroutis; Al Saleh (2009) [21]	Sim	Wiki, blogs	Recompensas para motivar as pessoas a compartilhar conhecimento	Compartilhamento e disseminação do conhecimento
10. Harris; Rae. (2009) [28]	Não	Wikis, blogs, instant messaging, fóruns, video conferência, sistemas colaborativos de apresentações, RSS	Promove compartilhamento de conhecimento; Explora o conhecimento fora da organização	Compartilhamento e disseminação do conhecimento
11. Adebajo, Michaelides (2009) [29]	Não	Portal específico WEB 2.0 com ferramentas colaborativas de <i>groupware</i> , boas práticas e ferramenta de <i>e-procurement</i>	Promove compartilhamento de conhecimento; Explora o conhecimento fora da organização	Compartilhamento; conhecimento, aprendizagem organizacional
12. Wang, Aroyo, Stash, Schreiber, Gorgels (2009) [30]	Não	Portal específico WEB 2.0 com ferramentas colaborativas	Promove compartilhamento de conhecimento; Explora o conhecimento fora da organização	Compartilhamento e aquisição do conhecimento
13. Bonabeau (2009) [31]	Sim	Wiki		Compartilhamento; disseminação e aquisição do conhecimento
14. Lee et.al. (2010) [32]	Não	Redes sociais, blog e wikis	Explora o conhecimento fora da organização;	Compartilhamento e aquisição do conhecimento

Quadro 1 - Contribuições da Web 2.0 para a Gestão do Conhecimento. Uma compilação dos artigos analisados conforme critérios de busca.

Fonte: os autores.

De acordo com o quadro acima apenas a minoria dos trabalhos pesquisados explicita algum tipo de relação entre a *Web 2.0* e a Gestão do conhecimento. Entretanto, as ferramentas *Web 2.0* podem ser utilizadas também como instrumentos que exploram o conhecimento das pessoas externas a organização, como fornecedores, clientes e parceiros, para facilitar o compartilhamento e aquisição do

conhecimento. Assim, faz-se necessário a criação políticas de recompensa em busca de atrair e manter estes atores engajados na partilha de seus conhecimentos.

A *Web 2.0* tem grande potencial para identificar e capturar o que os usuários estão realmente procurando/precisando, permitindo associar a publicidade aos desejos percebidos e fornecer variadas opções de customização do produto ao usuário [32].

O quadro 1 ainda apresenta diversas ferramentas aplicáveis para apoiar os processos de GC, dentre elas, wikis, blogs e as redes sociais são as mais citadas entre os autores. Sustentando essa ideia, [22] afirma que muitas ferramentas *Web 2.0* tem suas raízes nas ferramentas da Gestão do Conhecimento, inclusive traz um quadro comparativo dessas ferramentas aplicadas em ações de GC, das quais cita, em seu estudo de caso, a *WIKI* como mais utilizada e mais próxima da Gestão do Conhecimento. Os *Blogs*, também utilizados como suporte à Gestão do Conhecimento, devem ser escritos por especialistas da área que tenham prestígio entre colegas, saibam escrever e atualizem-no com frequência.

A *Web 2.0* não pode ser encarada, apenas, como ferramenta. Um conjunto de questões deve ser observado para o sucesso de sua utilização em ações facilitadoras de GC como, por exemplo, a validação do conhecimento que é adquirido através de um ambiente colaborativo, já que muitas vezes não se conhece o usuário que está compartilhando Rice e Eijkman [27, 26].

As tecnologias da *Web 2.0* possibilitam uma descentralização das estruturas organizacionais e reforçam uma horizontalidade da tomada de decisão. A aceitação e o uso dessas tecnologias sustentáveis nas empresas depende de fatores organizacionais que se relacionam com políticas e valores enraizados em culturas corporativas. O autor [1] acredita que os funcionários que trabalham em sistemas de organização descentralizados, tem mais liberdade para usar eficientemente o seu conhecimento e tomar decisões autônomas no contexto de trabalho se comparados aos funcionários que trabalham em uma estrutura hierárquica piramidal.

Para Hearn, Foth e Gray [19], as ferramentas de comunicação tanto da *Web 2.0* quanto convencionais podem trabalhar em conjunto com o intuito de habilitar as organizações a construir e fortalecer relacionamentos com atores diversos. Para isso, os mesmos autores recomendam incentivar a participação, em vista de que é um elemento importante para a disseminação das informações nas empresas. Nessa direção, Paroutis e Al Saleh [21] e Bilgram, Brem e Voig [25] advertem que os usuários devem estar cientes dos benefícios de compartilhar conhecimentos por meio dessas ferramentas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos artigos estudados, a investigação de como a *Web 2.0* pode contribuir para a Gestão do Conhecimento nas organizações permite algumas considerações. Primeiramente constatou-se que *Web 2.0* e suas características já estão sendo utilizadas em ações facilitadoras que permeiam a GC em atividades pessoais e, de menor intensidade, nas organizações.

As principais ferramentas utilizadas para potencializar a gestão do conhecimento através da facilidade de compartilhar idéias, opiniões e informações percebidas são blogs, wikis e redes sociais, as quais, permitem um alto grau de interação com o usuário. Alguns exemplos destes de aplicativos populares da *Web 2.0* são elencados por Bilgram, Brem e Voig [25]: MySpace, Facebook, Twitter, Wikipedia, Last.fm, YouTube, Flickr, Del.icio.us, Digg, Ning, etc.

É recomendado que a alta administração assuma um papel ativo de liderança na introdução de tecnologias da *Web 2.0*, comunicando seus benefícios e mostrando

como eles se encaixam na estratégia de Gestão do Conhecimento da organização e, finalmente, como eles poderiam ajudar a alcançar os objetivos organizacionais.

Por mais simples que estas ferramentas sejam Levy [22], é importante garantir a formação dos funcionários no uso das ferramentas da *Web 2.0* e evitar a obrigatoriedade da partilha do conhecimento através dessas ferramentas. Além disso, como este estudo demonstrou, as recompensas na forma de reconhecimento ou sistemas de remuneração adequados são fundamentais para incentivar o compartilhamento do conhecimento. As empresas podem considerar a introdução de recompensas leves como elogios e reconhecimento para incentivar a participação dos funcionários [21].

O que impulsionou a colaboração online nas empresas estudadas estava relacionado à presença de uma cultura de confiança - algo que para o mundo offline não é bem executado. Há uma expectativa de que o caminho mais seguro, em longo prazo, para que usuários construam influências e se tornem usuários-guia esteja no reconhecimento destes como doadores de informações de boa qualidade e conselhos práticos [28].

O sucesso ao incorporar a *Web 2.0* nas atividades organizacionais não depende somente da adoção das ferramentas, portanto, o conjunto de ações citado anteriormente deve ser abordado. No entanto, a GC não é madura o suficiente para o altruísmo existente na *Web 2.0* que envolve a grande massa, deixando os colaboradores livres para compartilharem onde e somente quando desejam. Desta forma, o gestor do conhecimento deve agir com muita cautela, implementando na *Web 2.0* em nível conceitual apenas quando sentir o ambiente organizacional seguro, assim como um pai concede liberdade para seu filho quando percebe que sabe atravessar a rua sozinho Levy [22].

Nota-se também a escassez de pesquisas relacionadas às aplicações e implementações das ferramentas da *Web 2.0* nas organizações para auxiliar nos processos de gestão do conhecimento, como por exemplo, questões técnicas e de infraestrutura (problemas de instalação, configuração, customização), capacitação e valorização dos envolvidos, facilitação de aculturação, políticas de uso e mensuração etc.

Espera-se que este estudo possa contribuir para uma maior reflexão sobre o tema, através dos resultados apresentados e salienta-se que a pesquisa poderá ser reproduzida com maior aprofundamento, através de análise quali-quantitativa abrangendo um número maior de publicações sobre o tema pertencentes a outras bases de dados, além de abordar os aspectos das práticas e passos para implementação das ferramentas da *Web 2.0* dentro das organizações.

6 REFERÊNCIAS

1. SCHNECKENBERG, Dirk. Web 2.0 and the empowerment of the knowledge worker. *Journal of Knowledge Management*, v. 13, n. 6, p. 509-520, 2009.
2. WEIGEND, Andreas. A web 2.0 e o marketing das redes sociais. *HSM Management*, v. 75, jul./ago. 2009. Disponível em: <http://www.unijorge.edu.br/carreiras/arquivos/mkt_redes_sociais.pdf>. Acesso em: 16 set. 2010.
3. TERRA, José Claudio. *Gestão 2.0: como integrar a colaboração e a participação em massa para o sucesso nos negócios*. Elsevier Editora, Brasil, 2010.

4. DAVENPORT, Thomas; PRUSAK Laurence. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
5. NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Criação do conhecimento na empresa. Tradução Ana Beatriz Rodrigues; Priscilla Martins Celeste. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
6. CARVALHO, Rodrigo Baroni de. Intranets, Portais corporativos e Gestão do conhecimento: Análise das experiências de organizações brasileiras e portuguesas. 280 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2006.
7. TERRA, José Claudio C. Gestão do Conhecimento: o grande desafio empresarial. São Paulo: Negócio. 2000.
8. O'REILLY, Timothy. What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. 2005. Disponível em:
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 20 ago 2010.
9. ANTOUN, Henrique. As transformações na sociedade hiperconectada. In: _____. Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad, 2008. cap. 1, p.11-27.
10. CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. O conhecimento em rede. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007
11. MOURA, Maria Aparecida. Informação e conhecimento em redes virtuais de cooperação científica: necessidades, ferramentas e usos. Data Grama Zero: revista de ciência da informação, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, abr. 2009. Disponível em:
<http://www.dgz.org.br/abr09/Art_02.htm>. Acesso em: 07 jul. 2009.
12. PRIMO, Alex. Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 31., Anais... Natal, 2008.
13. CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
14. CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.1)
15. GALDO, Alessandra Maria Ruiz. Web 2.0 e colaboração científica: análise do uso científico-acadêmico por docentes de pós-graduação stricto sensu em Ciência da Informação no Brasil. 156 p. Mestrado (Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

16. COZIC, Frédéric. Web X Web 2.0. Paris, 2007. Disponível em: <<http://blog.aysoon.com/le-Web20-illustre-en-une-seule-image>>. Acesso em: 18 de maio de 2009.
17. MARAKAS, George M.; O'BRIEN, James A. Administração de sistemas de informação: uma introdução. 13 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2007.
18. LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. Sistemas de informação gerenciais. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 452 p.
19. HEARN, Greg; FOTH, Marcus; GRAY, Heather. Applications and implementations of new media in corporate communications: an action research approach. Corporate Communications: an International Journal, v. 14, n. 1, p. 49-61, 2009.
20. AQUINO, Maria Clara. O hipertexto como potencializador da memória coletiva: um estudo dos links na WEB 2.0. 175 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, UFRGS, Porto Alegre, 2007.
21. PAROUTIS, Sotirios; AL SALEH, Alya. Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies. Journal of knowledge management, v. 13, n. 4, p. 52-63, 2009.
22. LEVY, Moria. WEB 2.0 implications on knowledge management. Journal of Knowledge Management, v. 13, n. 1, 2009. p. 120-134.
23. ZAMMUTO, R. F.; GRIFFITH, T. L.; MAJCHZAK, Ann; DOUGHERTY, D. J.; FARAJ, Samer. Information Technology and the Changing Fabric of Organization. In: Organization Science, v. 18, n. 5, p. 749-762, 2007.
24. ENDERS, Albrecht et al. The long tail of social networking. Revenue models of social networking sites. European Management Journal. n. 26, p. 199-211, 2008. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0263237308000200>>. Acesso em: 15 set. 2010.
25. BILGRAM, Volker; BREM, Alexander; VOIGT, Kai-Ingo. User-centric innovations in new product development: systematic identification of lead users harnessing interactive and collaborative online-tools. International Journal of Innovation Management, v. 12, n. 3, p. 419-458, Sept. 2008.
26. EIJKMAN, Henk. Web 2.0 as a non-foundational network-centric learning space. In: Campus-Wide Information Systems, v.25, n. 2, p. 93-104, 2008.
27. RICE, J. A. Devising Collective Knowledges for the Technical Writing Classroom: A Course-Based Approach to Using Web 2.0 Writing Technologies in Collaborative Work. IEEE Transactions on Professional Communication. v. 52, n. 3. Set. 2009.
28. HARRIS, Lisa; RAE, Alan. The revenge of the gifted amateur: be afraid, be very afraid. Journal of Small Business and Enterprise Development, v. 16, n. 4, p. 694-709, 2009.

29. ADEBANJO, Dotun; MICHAELIDES, Roula. Analysis of Web 2.0 enabled e-clusters: A case study.
30. WANG, Yiwen et al. Cultivating Personalized Museum Tours Online and On-site. *Interdisciplinary Science Reviews*, v.34, n.2, p. 141-156. jun. 2009.
31. BONABEAU, Eric. Decisions 2.0: The Power of Collective Intelligence. *MIT Sloan Management Review*. v. 50, n. 2, p. 44-55, 2009.
32. LEE, Sang M. et al. Success factors of platform leadership in web 2.0 service business. *Service Business*, Berlin, p. 89-103. jun. 2010. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/2148xx75680v3047/about/>>. Acesso em: 03 set. 2010.