



GT4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

ISSN: 2177-3688

O FACEBOOK® COMO AMBIENTE DE CONTEXTO CAPACITANTE E BA: UMA PROPOSTA DE MODELO PARA TESTE EMPÍRICO

THE FACEBOOK® AS AN ENVIRONMENT ENABLING CONTEXT AND BA: A PROPOSED MODEL FOR EMPIRICAL TESTING

Leandro Cearenço Lima - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Frederico Cesar Mafra Pereira - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Helton Júnio da Silva - Universidade FUMEC (FUMEC)
Frederico Giffoni de Carvalho Dutra - Universidade FUMEC (FUMEC)
Jurema Suely de Araújo Nery Ribeiro - Universidade FUMEC (FUMEC)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: nos últimos anos as discussões sobre o conhecimento em canais físicos e/ou virtuais vêm ganhando força na comunidade científica. Objeto de reflexão e estudo em diversas áreas, sobretudo em função do reconhecimento que os seres humanos obtenham maior sucesso como espécie por um processo de cooperação, as plataformas digitais como o Facebook vêm ganhado destaque e representam ambientes ideais de contexto capacitante para exploração de fenômenos. Diante desse contexto, essa pesquisa tem como objetivo propor um modelo para teste empírico que considera o Facebook como plataforma de ambiente de contexto capacitante e Ba. Caracterizada como uma pesquisa do tipo qualitativa e exploratória foi realizada uma revisão da literatura como parâmetro para a construção do modelo aqui proposto. Como resultado foi possível descrever teoricamente como acontece o percurso do indivíduo desde o gap informacional e de conhecimento até a obtenção de um novo conhecimento ou boas práticas. As considerações deste esforço de pesquisa apontam que o modelo proposto para teste empírico descreve um percurso em que o indivíduo diante de um novo contexto segue em busca de um ambiente que permite a troca e o compartilhamento informacional culminando em novos conhecimentos e boas práticas. Espera-se que este modelo possa ser testado empiricamente e replicado em diversos contextos, ambientes e plataformas contribuindo para estudos futuros e servindo como suporte para estudantes e pesquisadores.

Palavras-chave: gestão da informação; gestão do conhecimento; contexto capacitante; Facebook.

Abstract: in the last years, discussions about knowledge in physical or virtual channels have been gaining strength in the scientific community. Object of reflection and study in several areas, mainly due to the recognition that human beings obtain greater success as a species through a process of cooperation, digital platforms such as Facebook have gained prominence and represent ideal environments, with an enabling context for the exploration of phenomena. Given this context, the study aims to propose a model for empirical testing that considers Facebook as an enabling context environment and Ba. Characterized as a qualitative and exploratory research, a literature review was carried out as a parameter for the construction of the model proposed here. As a result, it was possible to describe theoretically how the individual's journey happens from the informational and knowledge gap to obtaining new knowledge or good practices. The considerations of this research effort point out that the proposed model for empirical testing describes a path in which the

individual, faced with a new context, goes in search of an environment that allows informational exchange and sharing, culminating in new knowledge and good practices. It is expected that this model can be empirically tested and replicated in different contexts, environments and platforms, contributing to future studies serving as support for students and researchers.

Keywords: information management; knowledge management; enabling Context; Facebook.

1 INTRODUÇÃO

A Informação e o conhecimento têm sido objetos de reflexão e estudo em diversas áreas (DIAS; PINHEIRO; AGUIAR FILHO, 2022), talvez em função do reconhecimento que os seres humanos se proliferam e têm sucesso como espécie por um processo de transferência de cultura, cooperação e aprendizado, via outros seres humanos, sejam eles contemporâneos ou ancestrais (SHTEYNBERG *et al.*, 2020).

De acordo com Krogh, Ichijo, e Nonaka (2001), as tecnologias (e no caso específico deste estudo, as redes sociais) funcionam como um contexto capacitante, pois impulsionam a criação de conhecimento, além de se caracterizarem como uma espécie de *ba*, termo japonês ao qual é definido genericamente como um espaço unificado que envolve recursos físicos (local ou ferramentas), virtuais (ambiente) e mentais (indivíduos) para o compartilhamento de informações e ideias.

Existem diversas plataformas digitais de interação social que funcionam como espaço ideal para o compartilhamento de informações e criação de conhecimento. Dentre elas, uma das mais populares no Brasil é o Facebook (PEDROSO; LOURENÇO, 2022), que pode ser considerado como um espaço colaborativo que permite a formação de grupos temáticos capazes de possibilitar a exposição e trocas de experiências em determinado tema.

Diante do contexto exposto o objetivo deste trabalho é elaborar a partir de fundamentos teóricos um modelo explicativo que considere o Facebook como ambiente de contexto capacitante e Ba. Segundo Oliveira *et al.* (2007), existem modos diferentes de se explicar e reproduzir uma dada realidade fenomenológica, sendo o modelo explicativo um recurso bastante indicado.

A construção de um modelo explicativo que trate fenômenos sociais em uma plataforma digital se justifica sob as perspectivas acadêmica, social e prática, pois pode levar tanto a um recurso aplicável em pesquisas futuras, quanto à compreensão de benefícios pragmáticos ligados à Gestão do Conhecimento e de como uma rede social pode promover o

compartilhamento de informações, conhecimento e boas práticas para lidar com contextos problema.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Fundamentos da Gestão da Informação e do Conhecimento

Para Paletta e Gonzales (2019), a Gestão da Informação e do Conhecimento é um tema interdisciplinar tratado, sobretudo, na área da Ciência da Informação, que de maneira geral, pode ser dividida em dois campos principais, **informação** e **comunicação**, sendo que um deles está ligado à estrutura e o outro à mensagem.

Tais campos possibilitam a organização, o acesso e a disseminação da informação e do conhecimento via diferentes tecnologias e plataformas com finalidades nos âmbitos, social ou individual (PALETTA; GONZALEZ, 2019).

Davenport e Prusak (1998), considerando a dinâmica da Gestão da Informação e do Conhecimento, apontam que tanto a informação, quanto o conhecimento, são criações essencialmente humanas, não sendo possível serem vistas como processos sem considerar as pessoas que têm papel fundamental. Nessa mesma direção, Nonaka e Takeuchi (1997) defendem que o conhecimento pode ser classificado de duas maneiras, tácito e explícito, sendo intimamente relacionados ao contexto, crenças e interpretação das pessoas. Tal perspectiva é reiterada por Choo (2003), que considera os processos de gestão do conhecimento como ferramentas para desenvolvimento tanto individual quanto organizacional.

Para Choo (2003), existe uma lógica na dinâmica da geração de conhecimento que se inicia com um *gap* que precisa ser preenchido com conhecimentos tácito, explícito e ou cultural; em seguida, há a necessidade de conversão, construção e conexão a partir de *insights*, culminando em novos conhecimentos que devem ser considerados a depender do propósito.

Figura 1 – Construção do conhecimento



Fonte: Dias (2023, p. 46) baseado em Choo (2003)

Diante dessa lógica, considerando que o conhecimento pode ser criado, compartilhado e transformado, Takeuchi e Nonaka (2008) propõem um esquema que trata do processo de conversão do conhecimento conhecido como **espiral do conhecimento**. Tal processo ocorre de forma cíclica e se divide em quatro etapas conhecidas e representadas pelo modelo **SECI**, acrônimo para Socialização, Externalização, Combinação e Internalização.

Figura 2 - Espiral do Conhecimento



Fonte: Takeuchi e Nonaka (2008).

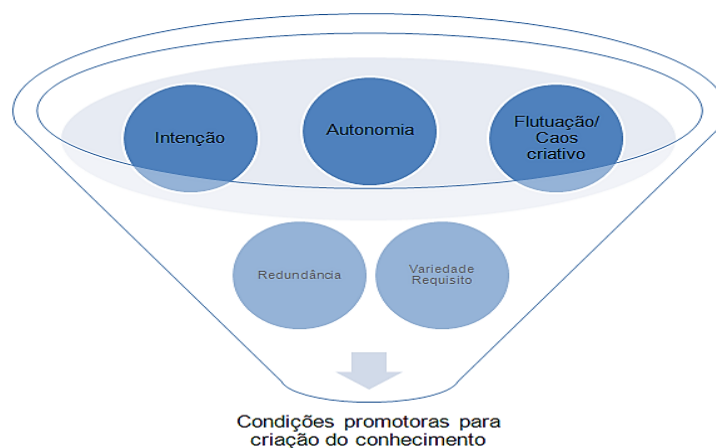
A representação modelada por Takeuchi e Nonaka (2008) evidencia que no momento da socialização, o indivíduo é capaz de compartilhar e até mesmo criar conhecimento tácito a partir de relação ou experiência direta com outros indivíduos. Uma vez sendo possível articular o conhecimento tácito via diálogo e reflexão, ocorre o momento da externalização do conhecimento, ou seja, o conhecimento tácito pode ser convertido em conhecimento explícito. Já no momento da combinação, é possível sistematizar e aplicar o conhecimento explícito e a informação gerando novos conhecimentos e, a partir desse ponto, ocorre o

momento da internalização, quando exposto aos conhecimentos explícitos, o indivíduo é capaz de aprender e adquirir novo conhecimento tácito.

No entanto, de acordo com Takeuchi e Nonaka (2008), não basta apenas estes quatro momentos do SECI para haver um processo de Gestão do Conhecimento, pois o grande desafio é criar condições promotoras para que o processo de conversão do conhecimento aconteça.

Para tanto, Takeuchi e Nonaka (2008) elaboram um modelo de cinco fases e sugerem que estas seriam motivadoras para que os processos de socialização, externalização, combinação e internalização do conhecimento aconteçam em um ciclo de conversão do conhecimento.

Figura 3 - Modelo das 5 fases para o processo de criação do conhecimento



Fonte: Adaptado de Takeuchi e Nonaka (2008)

O primeiro requisito impulsionador da Espiral do Conhecimento é a **intenção**, definida como aspiração às metas e aos interesses que o indivíduo ou organização almeja alcançar (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

O segundo requisito é a **autonomia**, que no nível individual permite-se agir autonomamente na medida das circunstâncias. Segundo Takeuchi e Nonaka (2008, p. 73), “as ideias originais emanam dos indivíduos autônomos, difundem-se na equipe e tornam-se, então, ideias organizacionais.”

O terceiro elemento impulsionador da Espiral do Conhecimento é a **flutuação ou caos criativo**, que estimula a interação, sendo que a flutuação, diferente da desordem completa, é uma **ordem sem recursão**, cujo padrão das coisas é difícil de se prever. Tal condição ocorre quando os membros de um grupo ou organização enfrentam uma

decomposição, uma interrupção do estado habitual (TAKEUCHI; NONAKA, 2008), situação comum em mudanças de contextos.

O quarto requisito impulsionador da Espiral do Conhecimento é a **redundância**, tratada como uma superposição intencional do conjunto de informações que, conforme sugerido por Takeuchi e Nonaka (2008), um conceito originado por um indivíduo deveria ser compartilhado com outros indivíduos do grupo a fim de validação contextual.

Já o quinto requisito promotor da Espiral do Conhecimento é a **variedade de requisitos**, que fazem frente aos desafios do ambiente, ou seja, diferentes situações demandam diferentes respostas ou requisitos. Nesse ponto Takeuchi e Nonaka (2008) apontam que uma organização deve se manter flexível e conectada por intermédio de uma eficiente rede de informações.

Paletta e Gonzalez (2019) afirmam que a Gestão do Conhecimento pautada na informação segue um ciclo contínuo de base estratégica, que pode ser nomeado como **ciclo do conhecimento**, pois depende da criação de significado, da construção e do uso efetivo da informação para a tomada de decisão. Logo, as fases promotoras da busca, criação e conversão do conhecimento dependem do contexto vivenciado pelo indivíduo.

Ainda tratando os motivos de busca de informação e transformação desta em conhecimento, vale citar Mafra Pereira (2010), que abordou a influência de fatores cognitivos, emocionais e situacionais no comportamento de busca e uso da informação. Mafra Pereira (2010, p.181) tomou como base referencial Brenda Dervin e sua **metáfora do sensemaking**, enfatizando que o indivíduo “[...] define a natureza do vazio cognitivo, interpreta-o e define as estratégias para transpô-lo”.

Mafra Pereira (2010) esclarece ainda que, na perspectiva da **metáfora do sensemaking**, a lógica do indivíduo é constituída sob a idéia de um trinômio, ou triângulo, nomeado como **situação-lacuna-ajuda**. Nele, o indivíduo se move através das próprias experiências a fim de criar sentido. E a situação representaria o contexto que requer a busca para solucionar um problema.

2.2 Contexto Capacitante e Ba

Apesar do dicionário online *Thesaurus Merriam-Webster* (2023) apontar vinte e seis sinônimos para o termo **contexto**, os que mais se destacam são os derivados **situação** e **espaço ou ambiente**. De acordo com Cunha (2010), grafado no dicionário etimológico da

língua portuguesa, o termo **contexto** é um substantivo masculino que deriva do latim *contextus*, e uma de suas definições se traduz como aquilo que está ao redor de algo ou de alguém, um espaço ou um ambiente.

A perspectiva do **espaço ou ambiente** representa um fator que não pode ser ignorado como condicionante para os processos de conversão e compartilhamento da informação e do conhecimento. Nonaka e Kono (1998) apontam que um espaço compartilhado é a base para a criação do conhecimento e pode ser denominado como um ambiente de **contexto capacitante** e **ba**.

Definido por Krogh, Ichijo e Nonaka (2001), contexto capacitante constitui-se como fator que impulsiona a criação do conhecimento e o **ba**, termo japonês trabalhado pelo filósofo Kitaro Nishida em 1990 e posteriormente por Shimizu em 1995, se refere a um espaço compartilhado, caracterizado como uma rede de interações.

Krogh, Ichijo e Nonaka (2001) desenvolvem o argumento que o contexto capacitante e o **ba** podem ser definidos genericamente como um espaço unificado que envolve recursos físicos, virtuais e mentais para o compartilhamento de informações e ideias.

Dias, Pinheiro e Aguiar Filho (2022) argumentam que o conhecimento, em nível pessoal, só pode ser vivenciado em uma realidade, dentro de um ambiente ou sistema que torne viável a sua transmissão. Em análise posterior, Dias e Aguiar Filho (2023) destacam que os ambientes de **contexto capacitante** e **ba** são categorizados como arenas ideais para os processos de mediação da criação e compartilhamento de informações e conhecimento, podendo ocorrer em ambientes físicos ou virtuais.

O **espaço ou ambiente** é fator que permite que aconteça a interação e compartilhamento, a fim de capacitação ou geração de novo conhecimento para o indivíduo ou grupo e pode ser físico como um escritório, ou espaço comercial, ou pode ser virtual, como por e-mail, teleconferência (ALVARENGA NETO; CHOO, 2010) e também pode ser mental, como por exemplo, experiência compartilhada, ideias ou qualquer combinação entre eles (ALVARENGA NETO; CHOO, 2011).

2.3 As principais plataformas de rede social virtual no Brasil e o Facebook

O uso ubíquo das redes sociais torna as comunidades virtuais plataformas importantes para as pessoas trocarem informações e conhecimento (ZHANG; MA; LYU, 2021). Conforme Ramos *et al.* (2021), vivemos em uma era virtual, na qual as redes sociais

digitais são viabilizadas por meio de *websites* e aplicativos que permitem o relacionamento *online*, e nesse mérito, a Ciência da Informação se propõe a discutir o objeto **informação** ora potencializado pelas tecnologias.

As redes virtuais transformaram a forma das pessoas e das organizações se relacionarem e os atributos como foto, áudio e vídeo desenvolveram uma nova cultura que torna a experiência algo prazeroso e satisfatório (SALLEH *et al.*, 2019), cenário diferente em relação ao final do século XX, quando não era realidade a popularização do uso das tecnologias digitais para os indivíduos se comunicarem.

A abstração dos conceitos e definições de redes sociais digitais permite que se trate como um **meio** que permite a ligação entre pessoas (QUINAUD, 2020). Em outras palavras, um **local** que possibilita infinitas interações (RODRIGUES; BRENNAND, 2021). Conforme Deslandes e Coutinho (2020) uma é rede constituída por **atores** humanos e não humanos, sendo que os humanos consistem nos chamados **nós** da rede e os não humanos são as **tecnologias** que proporcionam a existência da própria rede.

Conforme Rodrigues e Sant’ana (2023, p.1) ao passo que as tecnologias são **plataformas**, estruturas que permitem novas interações, os serviços de rede social *online* se concentram no compartilhamento de dados por meio de *interfaces*, cujos esforços vêm se tornando “[...] uma tarefa complexa de observar o fluxo de dados.”

As plataformas mais utilizadas no Brasil são o Facebook, o Youtube, o Twitter atualmente denominado como X, o Instagram e o LinkedIn. Embora algumas dessas plataformas não funcionem em **sentido amplo** como uma **rede social**, como é o caso do Youtube, ainda assim, pode ser considerada como uma plataforma de mídia social, uma vez que permite a troca e o compartilhamento de informações e conhecimento entre indivíduos ou organizações (DIAS; AGUIAR FILHO; PINHEIRO, 2022).

Rodrigues e Sant’ana (2023) afirmam que o Facebook se difere sutilmente das demais plataformas devido ao grau de complexidade, com números mais expansivos quanto à documentação disponível sobre as funcionalidades, objetos, atributos e informações sobre o que poderia ser feito com os dados pessoais armazenados no site.

Por ser uma rede social de grande aderência no Brasil e se caracterizar como uma importante ferramenta midiática de comunicação pública que permite ampla socialização, dentre outras, o Facebook se configura como um vasto espaço de investigação a ser explorado (PEREIRA, 2020).

O Facebook foi lançado oficialmente como uma plataforma de mídia social em 04 de fevereiro de 2004 e ao longo do tempo foi se tornando uma plataforma abrangente e multi-recursos que alcançou a marca histórica de 1,96 bilhões de usuários ativos por dia (RELATÓRIO..., 2022). Mídia social mais popular no Brasil, o Facebook possui mais de 102 milhões de brasileiros conectados por dia, deste total, em média 93 milhões acessam via dispositivo móvel (FACEBOOK BUSINESS, 2022).

3 PERCURSO METODOLÓGICO

De acordo com Gil (2002), em relação às etapas de um projeto de pesquisa, o modelo clássico parte da clara e precisa definição do fenômeno a ser investigado. Vale, no entanto, destacar que o artigo em questão é resultado de um projeto de tese de doutorado em andamento que partiu da intenção de ser uma pesquisa aplicada de metodologia qualitativa do tipo indutiva (CRESWELL, 2010).

Tomando como referência a técnica de prática baseada em evidência (PBE), a qual, segundo Santos, Pimenta e Nobre (2007) prevê métodos e processos dentro dos preceitos científicos para adequada formulação do que vem a ser o problema ou objeto, seu desfecho e a criação de uma estrutura lógica para a pesquisa.

Santos, Pimenta e Nobre (2007) esclarecem que a PBE propõe que o objeto ou problema de pesquisa seja decomposto e organizado via estratégia formada por quatro componentes fundamentais, conhecida pelo acrônimo P.I.C.O. que “[...] foca o escopo da pesquisa e evita a realização de buscas desnecessárias (SANTOS; PIMENTA; NOBRE, 2007, p. 2).

Ao se decompor o acrônimo P.I.C.O. temos os seguintes elementos: (i) Paciente (pessoa ou grupo de pessoas) ou (problema), (II) Intervenção (mediação), (iii) Comparação ou controle e (iv) *Outcomes* (desfecho). Ressalta-se que a estrutura P.I.C.O. é uma forma que, não necessariamente, se utiliza de todos os elementos; o foco deve se pautar, sobretudo, na população e na intervenção (DONATO, H.; DONATO, M., 2019). Nessa perspectiva, buscou-se identificar cada um dos elementos a fim de chegar a uma pesquisa crível.

Após identificação e organização de cada um dos elementos de acordo com a estratégia P.I.C.O., formulou-se a seguinte proposta de pesquisa: elaborar a partir de

fundamentos teóricos da gestão da informação e do conhecimento um modelo explicativo que considere o Facebook como ambiente de contexto capacitante e Ba.

A estratégia P.I.C.O., também permitiu a definição das **palavras-chave** ou **termos-chave** que serviram como bases para a seleção de documentos que culminaram na revisão da literatura e fundamentação teórica que permitiram a formulação do modelo proposto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 *Background* da revisão da literatura para elaboração do modelo

Após a revisão da literatura a cerca dos fundamentos, os resultados indicam claramente que, a Gestão do Conhecimento se configura na organização, no acesso e na disseminação da informação e do conhecimento via diferentes modos, tecnologias e plataformas (PALETTA; GONZALEZ 2019), bem como nos processos motivadores de conversão, compartilhamento e disseminação da informação e do conhecimento (CHOO, 2003; DAVENPORT; PRUSAK, 1998; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; PALETTA; GONZALEZ, 2019; ; PEREIRA, 2010; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

A partir dos *insights* dos principais autores elencados, foram identificados três elementos comuns e fundamentais para o desenvolvimento do modelo explicativo aqui intencionado, sendo eles, 1) Indivíduo, 2) Contexto e 3) Ambiente (espaço físico ou virtual).

Partindo desses três elementos iniciais, considerando que o **(i) Indivíduo** busca e gera continuamente informações e conhecimentos (DAVENPORT e PRUSAK, 1998), movido por um conjunto de situações ou circunstâncias advindas do **(ii) Contexto** (CHOO, 2003; PEREIRA, 2010) e um **(iii) Ambiente**, seja ele físico ou virtual (KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001; CHOO, 2003; NONAKA; TAKEUCHI, 1997). O indivíduo percorre então uma trajetória, entre esses elementos, que se inicia com um GAP informacional e de conhecimento, passando por uma **espiral** (TAKEUCHI; NONAKA, 2008) que culmina em novos conhecimentos consolidados e boas práticas aplicáveis.

Partindo da identificação dos elementos necessários para o compartilhamento, criação e conversão do conhecimento, a reflexão partiu para os pontos de intersecção entre eles. A primeira intersecção observada na revisão da literatura foi que o **indivíduo** é considerado um **nó** de uma rede que é movido por um **contexto**, ou seja, uma situação ou

conjunto de situações ou experiências tem como resultante a necessidade informacional com as novas situações e circunstâncias vividas.

A segunda intersecção consiste do indivíduo agora inserido em uma situação contextual, um **contexto**, inicia as trocas ou a socialização com outros indivíduos e acaba se aderindo a um grupo, ou seja, a uma ambiente de troca, **ambiente** de contexto capacitante e Ba, seja ele virtual ou não. Esse ponto resulta em um conjunto de informações e experiências comuns e compartilhadas coletivamente. No caso desta pesquisa o ambiente proposto é o Facebook. Ressaltamos, no entanto, que poderia ser outras plataformas digitais, ambientes físicos ou aqueles que permitam a interação entre indivíduos.

Já a terceira intersecção seria a confluência entre o **ambiente** e o **indivíduo** em um processo de internalização das novas informações e conhecimento validados pelo conjunto de indivíduos agrupados no ambiente de contexto capacitante e Ba, no caso desta pesquisa o Facebook.

Por fim a quarta intersecção consiste na resultante das confluências entre **Indivíduo em contexto situacional, ambiente de contexto capacitante e Ba e conhecimentos validados pelo indivíduo** que seria o final da jornada onde se obtém o conhecimento e informação aplicável, aquele que é útil e resolve o *gap* do início do percurso. Cabe ponderar que essa trajetória se inicia a cada novo contexto circunstancial, ou seja, a cada novo **problema** vivido pelo indivíduo a jornada se inicia.

Por ser uma plataforma de mídia social de grande aderência no Brasil, a plataforma do Facebook, se caracteriza como uma arena ideal, ou seja, um ambiente de contexto capacitante e Ba adequado para teste empírico do modelo que se propõe, visto que, é uma ferramenta de comunicação pública que permite ampla socialização.

Lançado em 2004, o Facebook do grupo Meta após uma série de evoluções ao longo do tempo, se tornou uma plataforma abrangente que possui multi-recursos, disponível em dispositivos diversos, sobretudo, os dispositivos móveis na versão de aplicativo que expandiu o registro para que qualquer pessoa possa participar, bastando o dispositivo e a conexão.

4.2 Representação gráfica do modelo explicativo de Contexto Capacitante e Ba

Considerando o arcabouço teórico e as discussões dele resultantes, foi possível organizar um modelo explicativo, uma representação gráfica que caso aplicada, poderia

descrever a trajetória de um indivíduo em um dado contexto situacional em um ambiente de contexto capacitante e Ba, conforme Figura 4:

Figura 4 – Modelo explicativo de Contexto Capacitante e Ba



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

O modelo proposto explica como, a cada novo ciclo, passando pelas interseções dos elementos, iniciando do indivíduo para o contexto, deste para o ambiente de interação, e retornando para o indivíduo, têm-se os conhecimentos e boas práticas validadas contextualmente de forma constante.

5 CONSIDERAÇÕES

Considerando que a pesquisa é um produto parcial gerado de um projeto de tese em andamento, diante dos resultados, pode-se afirmar que o modelo explicativo proposto conseguiu demonstrar teoricamente, para futuro teste empírico, o percurso de geração de conhecimento em ambiente de contexto capacitante e Ba virtual.

Além disso, é crível afirmar que o Facebook se caracteriza como uma plataforma de mídia social digital ideal para funcionar como ambiente de contexto capacitante e Ba dada a sua amplitude de acesso e funcionalidade multi-recursos. No entanto, outras plataformas podem ser consideradas como possibilidade de ambiente para testagem do modelo.

Sugere-se que abordagem do modelo proposto para teste empírico seja aplicada em via estudos de casos únicos que considerem contextos situacionais específicos, com o uso de

técnicas de pesquisa exploratória e ferramentas auxiliares para extração e tratamento de dados que funcione melhor de acordo com a característica da plataforma intencionada.

Caso o teste empírico do modelo proposto neste estudo seja aplicado em ambiente físico, sugere-se que a coleta de dados aconteça via entrevistas individuais em profundidade, pois assim seria possível obter as informações necessárias para maior entendimento e avaliação crítica do percurso de geração de informação e conhecimento no contexto situacional averiguado.

Este estudo permite apontar ainda que, a elaboração de um modelo explicativo que considera o ambiente de contexto capacitante e Ba é justificável, pois é único, e traz à baila uma discussão ainda pouco percebida na literatura, uma vez que objetiva estudar o processo de interação e compartilhamento de conhecimento de grupos contextuais diversos tendo o Facebook como plataforma para esse fim.

Indo além, outra justificativa é que o modelo proposto considera o momento de descoberta (contexto situacional) do indivíduo que envolve turbulências emocionais e desconhecimento, ficando evidente a contribuição social de se propor explicar como o conhecimento circula e é atualizado em uma plataforma virtual, visando, de forma ampla, auxiliar os indivíduos na busca e compartilhamento de conhecimentos e experiências sobre o assunto contextual em que vive.

Em relação às lacunas, a análise preliminar realizada na literatura constata que, em grande parte dos modelos formulados, explicativos, preditivos ou prescritivos sobre a Gestão da Informação e do Conhecimento baseados em compartilhamento e conversão do conhecimento, abordam questões ligadas a negócios, empresas públicas ou privadas e organizações ligadas a entidades específicas. Entretanto, não se percebe modelos que tratem de compreender os grupos temáticos de Facebook. Assim o esforço pretendido tem relevância ao apresentar um modelo que trata de uma questão, seja ela de contexto empresa ou não empresa, que precisa ser trabalhado.

Nesse ínterim, entender sobre um fenômeno social pode levar tanto à compreensão de benefícios pragmáticos ligados à Gestão do Conhecimento e de como uma rede social pode promover o compartilhamento de boas práticas para lidar com a situação problema, quanto com os benefícios mais subjetivos que envolvem questões psicológicas e de qualidade de vida do indivíduo, o que garante a relevância para o modelo que é de cunho acadêmico, social e prático.

XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB
Aracaju-SE – 06 a 10 de novembro de 2023

Por fim, agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais pelo suporte com bolsa de apoio à pesquisa em nível de doutorado.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA NETO, Rivadávia Correa Drummond de; CHOO, Chun Wei. Expanding the concept of Ba: managing enabling contexts in knowledge organizations. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 16, p. 2-25, 2011. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pci/a/LPYjqxpqtVBCtkR99Cc9B3t/abstract/?lang=en>

Acesso em: 12 mar. 2023.

ALVARENGA NETO, Rivadávia C. Drummond; CHOO, Chun Wei. The Post Nonaka Concept of Ba: eclectic roots, evolutionary paths and future advancements. **Proceedings of the American Society for Information Science and Technology**, v. 47, n. 1, p. 1-10, 2010.

Disponível em: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/meet.14504701104>

Acesso em: 12 mar. 2023.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: Senac São Paulo, 2003. 426 p.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 3. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2010.

CUNHA, Antonio Geraldo. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4. Ed. Rio de Janeiro, Lexikon, 2010.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DESLANDES, Suely; COUTINHO, Tiago. Social research in digital environments in COVID-19 times: theoretical and methodological notes. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, 2020.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csp/a/hz9h4Fm4mdrvnZwTfKRpRNq/abstract/?lang=en>

Acesso em: 12 mar. 2023.

DIAS, Frederico Divino; AGUIAR FILHO, Armando Sérgio de. Análise webométrica do compartilhamento de informação e conhecimento gastronômico via YouTube®. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 25, p. 01-19, 2020.

Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/147/14763386051/14763386051.pdf>

Acesso em: 12 mar. 2023.

DIAS, Frederico Divino; AGUIAR FILHO, Armando Sérgio de. Mídias sociais e conhecimento: análise do potencial da existência do ba digital. **Código 31: revista de informação, comunicação e interfaces**, v. 1, n. 1, p. 54-62, 2023. Disponível em:

<http://revista.fumec.br/index.php/codigo31/article/view/9280>

Acesso em: 12 mar. 2023.

DIAS, Frederico Divino; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; AGUIAR FILHO, Armando Sérgio de. Interação, Ba e conhecimento: uma análise do youtube como canal de compartilhamento do conhecimento no contexto da gastronomia. **Informação & Informação**, v. 27, n. 1, p. 604-624, 2022. Disponível em:

<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/44984>

Acesso em: 12 mar. 2023.

DONATO, Helena; DONATO, Mariana. Etapas na condução de uma revisão sistemática. **Acta Médica Portuguesa**, v. 32, n. 3, p. 227-235, 2019. DOI: <https://doi.org/10.20344/amp.11923>. disponível em:

<https://www.actamedicaportuguesa.com/revista/index.php/amp/article/view/11923>

Acesso em: 12 mar. 2023.

FACEBOOK Business, 2022. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>

Acesso em: 12 mar. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.v. 4.

KROGH, Georg Von; ICHIJIO, Kazuo; NONAKA, Ikujiro. **Facilitando a Criação de Conhecimento**: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Rio de Janeiro: Campus, 2001. Disponível em: <https://shre.ink/HGas>

Acesso em: 12 mar. 2023.

MAFRA PEREIRA, Frederico Cesar. Necessidades e usos da informação: a influência dos fatores cognitivos, emocionais e situacionais no comportamento informacional de gerentes. **Perspectivas em Ciência da informação**, v. 15, p. 176-194, 2010. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pci/a/LKnvCSs5JXLw5qBb4nk7BHN/?format=pdf&lang=pt>

Acesso em: 12 mar. 2023.

NONAKA, Ikujiro.; KONNO, Noboru. O CONCEITO DE “Ba”: criando bases para a Criação do Conhecimento. **California Management Review**, v. 40, p. 40-54, 1998. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41165942?journalCode=cmra>

Acesso em: 12 mar. 2023.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. São Paulo: ELSEVIER, 1997. 380p.

OLIVEIRA, Eloy Macchiute de *et al.* Esperança x sofrimento nas mídias sociais: o que motiva seguidores do Instagram a seguir a temática câncer? **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 13, n. 4, p. 784-802, 2019. Disponível em:

<https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/38747>

Acesso em: 12 mar. 2023.

PALETTA, Francisco Carlos; GONZALES, José Antonio Moreiro. **Modelos De Busca Recuperação Da Informação Na WEB**, v.24, n.2, p. 182-210, 2019. Disponível em:

<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/35261>

XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB
Aracaju-SE – 06 a 10 de novembro de 2023

Acesso em: 12 mar. 2023.

PEDROSO, Daniela; LOURENÇO, Bárbara. As Redes Sociais como espaço formativo: um estudo sobre o Facebook na pandemia da Covid-19. **Revista de Educação da Unina**, v. 3, n. 1, p.125-140, 2022. Disponível em: <https://revista.unina.edu.br/index.php/re/article/view/104>
Acesso em: 12 mar. 2023.

PEREIRA, Cíntia Beatriz Duarte. Uma análise amostral das características das páginas do Facebook voltadas para a divulgação de informações sobre o autismo, **Revista ECCOM - Educação Cultura e Comunicação**, v. 11, n. 22, p. 245-252, 2020. Disponível em: https://issuu.com/cadic.adm/docs/v_11_n_22_2020
Acesso em: 12 mar. 2023.

QUINAUD, Adriana Landim. Rede social empresarial-uma proposta de abordagem interdisciplinar, multi teórica e integrativa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 25, n.1, p. 232-262, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/JcXkdspfvJT96QFZbyygPP/?lang=pt&format=html>
Acesso em: 12 mar. 2023.

RAMOS, Bruno Soares et al. Estratégia omnichannel e a experiência do usuário: um estudo na rede social digital LinkedIn. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 10, n. 3, p. 1-11, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/81054>
Acesso em: 12 mar. 2023.

RELATORIO anual meta, 2022. Disponível em: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2022/q1/meta-03.31.2022-exhibit-99.1_final.pdf
Acesso em: 12 mar. 2023.

RODRIGUES, Fernando de Assis; SANT'ANA, Ricardo Cesar Gonçalves. PRIVACY AND ONLINE SOCIAL NETWORK: a model for analysis of collecting personal data. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, v. 17, 2023. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/13936>
Acesso em: 12 mar. 2023.

RODRIGUES, Geovanna Cristina Falcão Soares; BRENNAND, Edna Gusmão de Góes. Learning and interaction in the Facebook social network. **P2P & INOVAÇÃO**, v. 7, n. 1, p. 88-106, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/147738>
Acesso em: 12 mar. 2023.

SALLEH, Suzila Mat *et al.* Knowledge Sharing in Online Community: A Review. **Journal of Physics: Conference Series**, IOP Publishing, v. 17, n. 1, p. 1 - 24. Disponível em: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1529/2/022052/meta>
Acesso em: 12 mar. 2023.

SANTOS, Cristina Mamédio da Costa; PIMENTA, Cibele Andrucioli de Mattos; NOBRE, Moacyr Roberto Cuce. A estratégia PICO para a construção da pergunta de pesquisa e busca de

XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB
Aracaju-SE – 06 a 10 de novembro de 2023

evidências. **Revista latino-americana de enfermagem**, v. 15, p. 508-511, 2007. DOI: 10.1590/S0104-11692007000300023 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rlae/a/cfknnz8mvsqvjz37z77pfsy/?lang=pt>
Acesso em: 12 mar. 2023.

SHTEYNBERG, Garriyet *al.* Shared worlds and shared minds: A theory of collective learning and a psychology of common knowledge. **Psychological Review**, v. 127, n. 5, p. 918, 2020. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2020-27106-001>
Acesso em: 12 mar. 2023.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. Criação e dialética do conhecimento. **Gestão do conhecimento**, v. 12, n. 1, p. 17-38, 2008. Disponível em: <https://statics-americanas.b2w.io/sherlock/books/firstChapter/6818253.pdf>
Acesso em: 12 mar. 2023.

ZHANG, Jiemei; MA, Yuejie; LYU, Bei. Relationships between user knowledge sharing in virtual community with community loyalty and satisfaction. **Psychology Research and Behavior Management**, p. 1509-1523, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.2147/PRBM.S331132>
Acesso em: 12 mar. 2023.