

**XIX** encontro nacional  
de pesquisa em  
ENANCIB ciência da informação

// SUJEITO INFORMACIONAL E AS  
PERSPECTIVAS ATUAIS EM CIÊNCIA  
DA INFORMAÇÃO. //

**22-26**  
**OUTUBRO**  
**2018**  
LONDRINA/PR



## XIX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2018

### GT-4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

#### **AFFORDANCES E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO: UMA REVISÃO DE LITERATURA**

Larriza Thurler (IBICT/UFRJ)

Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti (COPPE/IBICT/UFRJ)

#### **AFFORDANCES AND KNOWLEDGE SHARING: A SYSTEMATIC REVIEW OF LITERATURE**

#### **Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral**

**Resumo:** Compartilhar conhecimento é uma dinâmica relevante para a gestão do conhecimento e, para propiciá-la, as organizações fazem consideráveis investimentos nas mais diversas tecnologias. Este artigo pretende investigar o compartilhamento de conhecimento organizacional em redes sociais mediadas tecnologicamente com foco nos elementos tecnológicos que propiciam o engajamento, a partir da abordagem da Teoria das *Affordances*. O conceito de *affordance* aposta que as propriedades materiais dos objetos indicariam potencialidades de ações do usuário, o que mostrou-se apropriado e inspirador para se pensar diferentes relações dos indivíduos com plataformas diversas para compartilhamento *online* de conhecimento. A temática envolve um vasto e complexo conjunto de questões a serem enfrentadas por metodologias e abordagens complementares, em um movimento exploratório interdisciplinar. Nessa perspectiva, foi realizada uma Revisão Sistemática de Literatura para que, a partir da pesquisas empíricas realizadas em organizações que utilizam redes sociais, fossem analisados os efeitos – positivos, negativos, neutros e suas gradações - dessas tecnologias no compartilhamento de conhecimento organizacional. Os resultados revelaram que há outras variáveis no cenário organizacional envolvidas nessa dinâmica que devem ser analisadas em conjunto com as *affordances*. Além de agregar reflexões teóricas aos estudos já existentes sobre o tema, esta pesquisa pode auxiliar profissionais que desejam implementar redes sociais ou tornar o uso das existentes mais eficiente por meio da adoção de *affordances* que se mostraram positivas no que se refere ao compartilhamento de conhecimento ou da eliminação das que se mostraram desencorajadoras.

**Palavras-Chave:** *Affordances*; Sites de Redes Sociais; Compartilhamento de Conhecimento; Gestão do Conhecimento; Revisão Sistemática de Literatura.

**Abstract:** Knowledge sharing is a relevant dynamics for knowledge management and, to make it possible, organizations make considerable investments in the most diverse technologies. This article

intends to investigate organizational knowledge sharing in technologically mediated social networks with a focus on the technological elements that foster engagement, based on the approach of Affordance Theory. The concept of affordance defines that the material properties of the objects would indicate the potentialities of the user's actions. That seemed appropriated and inspiring to investigate different relationships between individuals with different platforms for online knowledge sharing. The theme involves a vast and complex set of issues to be addressed by methodologies and complementary approaches, in an exploratory interdisciplinary movement. From this perspective, a Systematic Review of Literature was carried out to analyze the positive, negative and neutral effects, and its gradations, of these technologies on organizational knowledge sharing, based on empirical research carried out in organizations that use social networks. The results revealed that there are other variables in the organizational scenario involved in this dynamics that should be analyzed together with affordances. In addition to adding theoretical reflections to the existing studies on the subject, this research can help professionals who wish to implement social networks or make the use of existing ones more efficient through the adoption of affordances that have proven positive regarding the sharing of knowledge or through the elimination of those that have been discouraging.

**Keywords:** Affordances; Social Network Sites; Knowledge Sharing; Knowledge Management; Systematic Literature Review.

## 1 INTRODUÇÃO

Uma pesquisa realizada pela organização americana *American Productivity and Quality Center (APQC)* sobre as prioridades de gestão do conhecimento para 2015 e para os próximos três anos<sup>1</sup> revelou que 87% dos entrevistados consideram importante ou muito importante possibilitar o compartilhamento e a colaboração entre equipes e parceiros. Ainda de acordo com o estudo, três em cada cinco respondentes afirmaram que suas organizações tinham alguma forma de plataforma para colaboração e, metade deles, uma rede social corporativa.

Compartilhar conhecimento é, assim, uma dinâmica relevante para a gestão do conhecimento, sendo consideravelmente investigada por pesquisadores da área. Em uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL) sobre gestão do conhecimento, os 50 artigos mais citados de 1966 a 2009 na base Scopus estudaram os processos de compartilhar conhecimento (34%), criar conhecimento (8%), compartilhar e criar conhecimento (12%) e outros (43%) (KRAEMER *et al.*, 2012, p.445). A temática envolve um vasto e complexo conjunto de questões a serem enfrentadas por metodologias e abordagens complementares, em um movimento exploratório interdisciplinar.

Nessa perspectiva, este artigo pretende investigar as dinâmicas de compartilhamento de conhecimento com foco nas redes sociais mediadas tecnologicamente e, mais

---

<sup>1</sup> Pesquisa realizada com 524 pessoas, sendo a mais recente na temática realizada pela APQC. Disponível para ser adquirida em: <<https://www.apqc.org/knowledge-base/collections/2015-knowledge-management-priorities>>. Acesso em: 23 jul. 18.

especificamente, nos elementos tecnológicos que propiciam o engajamento para compartilhar conhecimento, por meio de uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL). Há características tecnológicas que poderiam induzir o acesso contínuo a essas plataformas, de modo a garantir uma atualização constante do conteúdo? É possível que a interface e o *design* de uma rede social encoraje interações? A transparência e os rastros deixados nas redes estimulariam ou desestimulariam o compartilhamento? Essas são algumas das questões que nortearam o recorte deste estudo, baseado conceitualmente na Teoria das *Affordances* (GIBSON, 1986; NORMAN, 1988), que defende que as propriedades materiais dos objetos indicariam potencialidades de ações do usuário. O conceito de *affordances*, que será mais detalhado posteriormente, mostrou-se apropriado e inspirador para se pensar diferentes relações dos indivíduos com plataformas diversas para compartilhamento *online* de conhecimento.

A pesquisa está estruturada da seguinte maneira: a seção seguinte apresenta os eixos conceituais que nortearam a RSL, a seção 3 descreve a metodologia utilizada, a seção 4 aponta os resultados encontrados e a seção 5 os discute. Por fim, são apresentadas as considerações finais e sugestões de estudo futuros.

## 2 EIXOS CONCEITUAIS

Os eixos conceituais descritos a seguir alicerçaram a questão de pesquisa e a elaboração dos termos de busca da RSL, assim como auxiliaram na seleção dos estudos válidos.

### 2.1 *Affordances*

A Teoria das *Affordances*, também conhecida como Teoria da Percepção ou Psicologia Ecológica, foi desenvolvida pelo psicólogo americano James J. Gibson, um dos mais importantes no campo da percepção visual, na década de 1970. O conceito de *affordance* está relacionado a como os animais, incluso o homem, percebem visualmente determinados objetos e agem em determinados ambientes. Ele refere-se, portanto,

ao que o ambiente oferece ao animal, proporciona ou provê, seja para o bem ou para o mal. (...) O verbo proporcionar/propiciar/dispôr/fornecer [*to afford*] é encontrado no dicionário, o substantivo *affordance* não. Eu o inventei. Quero dizer com ele algo que se refere tanto ao ambiente quanto ao animal de um modo que nenhum outro termo faz (GIBSON, 1986, p.127).

Se uma superfície é, por exemplo, praticamente horizontal e plana, suficientemente extensa (em relação ao tamanho de um animal), constituída por uma substância rígida (em relação ao peso desse animal), então ela *affords* (ou proporciona/propicia/fornece) apoio. As quatro características listadas – horizontal, plano, extensa e rígida – não são características

físicas, mas sim relativas a um determinado animal; a superfície pode apresentar *affordance* de apoio para um gato, por exemplo, mas não para um elefante. Portanto, as medidas das *affordances* não podem ser as mesmas usadas em física, considerando que elas são relacionais e únicas para um determinado animal.

Trata-se de um conceito complexo e, com o seu uso ao longo do tempo por diversos campos, há algumas divergências em relação ao mesmo. Na formulação inicial de Gibson, por exemplo, as *affordances* são propriedades do ambiente que podem ou não ser percebidas pelo animal/agente. Norman, entretanto, discorda de Gibson quando esse alega que as *affordances* não têm necessariamente de ser percebidas. Ele teve a oportunidade de travar intensos diálogos sobre o conceito com o próprio Gibson e adaptou muitas das suas ideias, tornando o conceito de *affordances* amplamente conhecido nos estudos de design e interação humano-computador com o livro *The Psychology of Everyday Things - POET* (1988)<sup>2</sup>. Para ele, deve existir pistas/indicações/dicas para que as *affordances* sejam percebidas. Um outro ponto de divergência com Gibson é que enquanto para esse último a *affordance* está unicamente relacionada à percepção visual, para Norman ela está estreitamente relacionada com experiência e conhecimento anteriores.

Desde sua concepção original, o conceito de *affordance* teve muitos usos ao longo dos anos. Além das adaptações de Norman para o campo do *design* e dos estudos de interação humano-computador, ele “[...] vem sendo usado para explorar possibilidades de uso propiciadas por uma nova tecnologia assim como maneiras de se referir a interações entre características e contexto organizacional para produzir *affordances* genéricas” (ZAMMUTO et al., 2007; MARKUS, SILVER, 2008; TREEM, LEONARDI, 2012; *apud* MAJCHRZAK et al., 2013, p.58).

O conceito mostrou-se apropriado por levar em conta não apenas a estrutura e a forma material do objeto/ambiente, mas os objetivos do usuário em relação a eles, as “[...] percepções da utilidade de um objeto” (LEONARDI; TREEM, 2012, p.145) e as “[...] possibilidades de ação disponíveis no ambiente para um indivíduo” (MCGRENERE; HO, 2000, p.1). Isso significa que as pessoas não interagem com os objetos sem antes perceberem para que servem. A materialidade dos objetos, entretanto, oferece diferentes possibilidades para ação baseadas no contexto em que são usadas. Entender melhor essas interações pode

---

<sup>2</sup> Posteriormente publicado com o nome de *The Design of Everyday Things*, Doubleday, New York, 1990.

auxiliar nas dinâmicas de compartilhamento de conhecimento. Nesta RSL, foram considerados não apenas o conceito original de Gibson, como também suas apropriações.

## 2.2 Compartilhamento de conhecimento

Em uma revisão de literatura sobre “compartilhar conhecimento” para o Banco Mundial, notou-se que “[...] compartilhamento de conhecimento bem sucedido envolve processos ampliados de aprendizagem, em vez de simples processos de comunicação (CUMMINGS, 2003, p.1)”. Os artigos selecionados para esta RSL consideram “compartilhar conhecimento” como etapa inicial de um processo maior de criação de conhecimento, como estabelecem diversas teorias (NONAKA, TAKEUCHI, 1997; NONAKA, KONNO, 2003; KOENIG, 2002; FIRESTONE, MCELROY, 2003; MCINERNEY, 2006 *apud* KRAEMER *et al.*, 2012, p.443).

Assim, compartilhar conhecimento compreenderá ações que envolvam o compartilhamento dos seguinte tipos de conhecimento: *know-how* (saber-como, “[...] conhecimento prático usado em uma situação específica para o cumprimento eficiente de uma dada tarefa”), *know-what* (saber o quê, “[...] *Gestaltungswissen*, é o conhecimento sobre o saber como e o saber o porquê deveriam ser usados”), *know-why* (saber o porquê ou “[...] o conhecimento que fornece uma explicação causal de um determinado estado de assuntos”) (ZAHN *et al.*, 2000 *apud* CAPURRO, 2011, p. 8). Além desses, considerando a importância das redes sociais, também será contemplado o *know-who* (saber quem, saber a quem procurar para obter determinada informação/conhecimento, conhecimento sobre quem sabe o quê e quem sabe fazer o quê).

## 2.3 Sites de Redes Sociais

As redes sociais vêm sendo estudadas desde o século XX por teóricos de diversas áreas, como por exemplo Sociologia, Ciência da Informação, Biblioteconomia, Administração, Economia, Engenharia de Produção, Ciência da Computação, para mencionar algumas. A literatura sobre redes sociais aponta como precursores do conceito o antropólogo J. A. Barnes (1954) e E. Bott (1957), e posteriormente J. C. Mitchell (1969) (MARTELETO, 2010).

Nesta RSL, foram selecionados artigos que entendem redes sociais como

[...] um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e re-construindo a estrutura social (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, P.75).

É a partir desse *framework* que foram investigadas as dinâmicas de compartilhamento de conhecimento na internet. Como o recorte do eixo conceitual deve ser mais específico para direcionar melhor os resultados da RSL, foi usada a definição de Sites de Redes Sociais (SRS) para marcar que serão considerados também os elementos tecnológicos das redes sociais, ou seja, estudos cujo objeto são redes sociais na internet. Um dos trabalhos mais citados sobre o conceito é "*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*", de danah m. boyd<sup>3</sup> e Nicole B. Ellison (2007), com artigos interdisciplinares que analisam um amplo espectro de SRS. De acordo com boyd e Ellison (2007, p.211):

Definimos sites de redes sociais como serviços baseados na *web* que permitem que indivíduos (1) construam um perfil público ou semi-público em um sistema limitado (2) articulem uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão e (3) vejam e percorram sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema.

Essas interações na internet têm características próprias. Segundo Recuero, na *web*, os dois elementos da rede – atores e conexões – podem não ser imediatamente discerníveis. Além disso, um outro diferencial nas interações mediadas por computador são os rastros sociais deixados na *web*, que “[...] permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros (RECUERO, 2009, p.24)”. Recuero ainda classifica os SRS em sites de rede social propriamente ditos e sites de redes sociais apropriados. O primeiro tipo englobaria aqueles sites focados em expor e publicar as redes sociais dos atores, com perfis e espaços específicos para a publicização das conexões com os indivíduos. Já o segundo tipo refere-se aqueles que não originalmente voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim (RECUERO, 2009, p.104). Ambos foram considerados nesta RSL.

### 3 METODOLOGIA

Diante da complexidade e interdisciplinaridade dos conceitos apresentados anteriormente, optamos por realizar uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL) a fim de obter um panorama amplo sobre o que vem sendo estudado sobre *affordances* de redes sociais para compartilhamento de conhecimento, a partir de estudos primários. A metodologia permite, ainda, observar o maior conjunto de *affordances* possível, de autores

---

<sup>3</sup> A autora danah m. boyd optou por usar apenas minúsculas em seu nome e os motivos estão explicados em seu site. Disponível em: <<https://www.danah.org/name.html>>. Acesso em: 6 ago. 18.

diversos, considerando-o mais uma espécie de mapeamento inicial e especulativo dos elementos perceptíveis e materiais que podem estar em jogo na afetação dos movimentos de conhecimento do que determinantes inexoráveis nas ações de compartilhamento de conhecimento.

Quando comparada às revisões narrativas ou tradicionais, um dos diferenciais da RSL é responder a uma questão específica, definida a partir de um objetivo e de eixos conceituais. Uma RSL é uma

[...] revisão de uma pergunta formulada de forma clara, que utiliza métodos sistemáticos e explícitos para identificar, selecionar e avaliar criticamente pesquisas relevantes, e coletar e analisar dados desses estudos que são incluídos na revisão (GALVÃO; PANZANI; HARRAD, 2015, p.335).

Trata-se, ainda, de um método científico possível de ser replicado por outros pesquisadores que sigam os mesmos critérios de pesquisa. A área da saúde foi a primeira a empregar a metodologia, geralmente ancorada em pesquisas quantitativas. Posteriormente, a RSL passou a ser usada também nas ciências sociais devido aos padrões metodológicos de transparência, rigor e reprodutibilidade.

Neste artigo, foi desenvolvida uma revisão sistemática qualitativa. Para elaborar uma RSL é preciso seguir um protocolo e optou-se pelo desenvolvido por Hedges e Cooper (1994), composto dos seguintes passos: formulação do problema, coleta de dados, avaliação de dados, análise e interpretação dos dados, apresentação pública.

### **3.1 Formulação do problema**

Considerando que o objetivo desta RSL é investigar a relação entre os elementos tecnológicos das redes sociais (especificamente sob a abordagem de *affordances*) e a ação de compartilhar conhecimento organizacional, utilizou-se a estratégia PI(C)O para formulação da pergunta de pesquisa. Trata-se de um acrônimo para *Patient* (População), *Intervention* (Intervenção), *Comparison* (Comparação) e *Outcome* (Resultado) (GALVÃO, PEREIRA, 2014, p.184). Não foi usado o eixo Comparação, muito frequente em estudos de saúde quando se utiliza um grupo controle – o que não se aplica neste estudo. O Quadro 1 apresenta os componentes da questão de pesquisa.

**Quadro 1 – Descrição da Estratégia PI(C)O.**

<b>Eixos</b>	<b>Definição do que está sendo analisado pelos estudos primários (artigos publicados em anais ou em periódicos)</b>
<b>População</b>	Sites de Redes Sociais usados por organizações, empresas ou equipes de trabalho
<b>Intervenção</b>	Efeitos das <i>affordances</i> dos SRS no compartilhamento de conhecimento organizacional
<b>Resultados</b>	Compartilhamento do conhecimento

**Fonte: Elaborado pelos autores.**

Assim, a questão de pesquisa desta RSL é: quais os efeitos das *affordances* dos Sites de Redes Sociais no compartilhamento *online* de conhecimento organizacional?

### 3.2 Coleta de dados

A estratégia PI(C)O e uma pesquisa bibliográfica preliminar sobre o tema auxiliaram na definição dos termos de busca (quadro 2). Em relação aos termos referentes à informação e ao conhecimento, foi usado também como base o Tesouro Brasileiro de Ciência da Informação (PINHEIRO, FERREZ, 2014).

Existem estudos que diferenciam “compartilhamento do conhecimento” de “transferência”, “difusão”, “troca” e “disseminação” de conhecimento – estando alguns mais ligados à transferência de tecnologia/inovação. Com base em uma busca bibliográfica preliminar, observou-se, entretanto, que muitos pesquisadores usam os termos como sinônimos e que a maior parte dos resultados apresentou “compartilhamento” nos resultados. A partir de testes iniciais para recuperar artigos na RSL, notou-se que o número de artigos estava muito restrito apenas com o termo “*knowledge sharing*”.

Assim, para não restringir muito os resultados da RSL, foram incluídos nas expressões de busca os termos “*knowledge transfer*”, “*knowledge exchange*”, “*knowledge management*”, “*knowledge circulation*”, “*knowledge dissemination*”, além de “*information sharing*” e “*information exchange*”. Na leitura dos artigos, foi verificado se a base conceitual dos artigos encontrados estava alinhada com a nossa.

O termo mídias sociais também é usado para se referir a redes sociais ou Sites de Redes Sociais e inicialmente optou-se por não usá-lo como termo de busca. Primeiramente, porque mídia social parece ser um conceito equivocado, pois toda mídia é, a rigor, social. Por se tratar de um mediador de comunicação, há pelo menos duas pessoas envolvidas. Tampouco implica a ideia de indivíduos de interesse mútuo reunidos em rede e traz a ideia apenas de dispositivo material de comunicação na internet, pois uma mídia pode permitir uma estrutura em rede ou não.

No entanto, a partir de testes iniciais para recuperar artigos na RSL, notou-se que o número de artigos estava muito restrito sem o termo “*social media*”. Deste modo, foram incluídos nas expressões de busca os termos “*online*”, “*virtual*”, “*Social Network Site*”, “*SNS*” e “*Social Media*”. Como nas buscas iniciais os resultados estavam trazendo uma quantidade demasiadamente extensa de artigos, para especificar a perspectiva organizacional, foram acrescentados os termos “*Organization\**”, “*Team*” e “*Enterprise*”, por meio do operador booleano “AND”, tendo em vista que se tratam de termos distintos e o objetivo era encontrar a interseção deles.

**Quadro 2: Termos de busca.**

<b>População</b>	<b>Intervenção</b>	<b>Resultados</b>
<i>Organization*</i>	<i>Affordance</i>	<i>Knowledge sharing</i>
<i>Team</i>		<i>KS</i>
<i>Enterprise</i>		<i>Knowledge transfer</i>
<i>AND</i>		<i>Knowledge exchange</i>
<i>Online</i>		<i>Knowledge management</i>
<i>Virtual</i>		<i>Knowledge circulation</i>
<i>Social Network Site</i>		<i>Knowledge dissemination</i>
<i>SNS</i>		<i>KM</i>
<i>Enterprise Social Network</i>		<i>Information sharing</i>
<i>Social Media</i>		<i>Information Exchange</i>

**Fonte: Elaborado pelos autores.**

Em relação à abrangência temporal, optou-se por restringir os estudos a partir de 1995, quando a primeira rede social foi criada, a Classmates. Como foram usadas bases internacionais, foi escolhido o idioma inglês. Isso poderia introduzir o viés de língua; para minimizá-lo, a busca não se restringiu apenas ao inglês, para termos um levantamento idiomático dos artigos. Todos os artigos encontrados e selecionados, entretanto, foram em inglês.

Como fontes de dados foram escolhidas bases generalistas e as mais relacionadas à temática do estudo, a saber: Web of Science; Scopus; Wiley Online Library; Library, Information Science & Technology Abstracts with Full Text (LISA); JSTOR Arts & Sciences III Collection (Social Sciences).

#### **4 APRESENTAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS DADOS**

A busca, seleção dos estudos e extração dos resultados foram realizadas por dois pesquisadores. Todos os procedimentos foram documentados. A estratégia de busca resultou em 122 artigos. Para selecionar aqueles aderentes à pergunta da pesquisa, foram considerados como critérios de exclusão: pesquisas cuja população não envolve Sites de Redes Sociais ou compartilhamento de conhecimento organizacional e pesquisas que não tiverem a

abordagem de *affordances*. Além disso, foram descartados os que não foram revisados por pares, para manter o rigor na qualidade das pesquisas. Tampouco foram considerados estudos secundários, pois o insumo desta RSL são estudos empíricos e originais.

Depois dos critérios de exclusão e da retirada de artigos repetidos, chegou-se a oito artigos. O quadro 3 apresenta os resultados de busca por base, áreas, anos e idiomas.

**Quadro 3: Síntese dos resultados da busca.**

Base	Resultados	Áreas	Anos	Idiomas
<b>Web of Science</b>	5 artigos ( <i>Articles</i> ) / 2 depois dos critérios de exclusão e duplicados	- <i>Information Science &amp; Library Science</i> (1) - <i>HR, Learning &amp; Organization Studies, / Information &amp; Knowledge Management</i> (1)	- 2016 (1) - 2017(1)	- Inglês (2)
<b>Wiley</b>	72 artigos ( <i>Journals</i> ) / 5 depois dos critérios de exclusão e duplicados	- <i>Communication; Information Science &amp; Library Science</i> (2) - <i>Information Science &amp; Technology</i> (2)	- 2013 (1) - 2014 (1) - 2016 (1) - 2017 (1)	- Inglês (4)
<b>Library, Information Science &amp; Technology Abstracts with Full Text (LISTA)</b>	2 artigos / 2 artigos depois dos critérios de exclusão e duplicados	- <i>Information Technology</i> (1) - <i>Technology Management</i> (1)	- 2016 (1) - 2017 (1)	- Inglês (2)
<b>Scopus</b>	5 artigos / 0 depois dos critérios de exclusão e duplicados	-	-	-
<b>JSTOR Arts &amp; Sciences III Collection (<i>Social Sciences</i>)</b>	38 artigos / 0 depois dos critérios de exclusão e repetidos	-	-	-

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados mostram primeiramente que são realizados poucos estudos empíricos para investigar a temática *affordances* e compartilhamento de conhecimento organizacional. A maior parte realiza uma revisão de literatura, muitas vezes com artigos apenas teóricos. A análise mostra ainda que muitos autores não desenvolvem o conceito de *affordances*, citando-o apenas de modo muito breve, sem classificá-lo em tipos ou relacioná-lo diretamente com compartilhamento de conhecimento. Por fim, muitos artigos analisam o compartilhamento de conhecimento em outros contextos que não o organizacional e/ou grupos de trabalho, como entre estudantes ou no meio rural.

Os oito artigos foram lidos na íntegra e seguiram conceitualmente os três eixos temáticos apresentados anteriormente. A três palavras-chave mais recorrentes foram *affordances*, *knowledge sharing* e *social media*, próximas aos nossos eixos conceituais. Houve uma preferência pelo termo “mídias sociais” em vez de “Sites de Redes Sociais”. No entanto, em todos os estudos foram pesquisadas mídias sociais cujo uso as qualifica como redes sociais.

A temática foi estudada em sua maior parte por grupos interdisciplinares, de departamentos, universidades e algumas vezes países diferentes.

## 5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

O quadro 4 traz um resumo das tecnologias avaliadas, do grupo pesquisado e dos tipos de *affordances* elencados. Por se tratar de estudos diferentes e qualitativos, não foi realizada uma metanálise, ou seja, uma soma estatística dos resultados de cada estudo.

**Quadro 4: Tecnologia e grupo pesquisado / *Affordances* identificadas.**

Artigo	Tecnologia e grupo pesquisado	<i>Affordances</i> identificadas
1. SUH, Ayoung; WAGNER, Christian. How gamification of an enterprise collaboration system increases knowledge contribution: an affordance approach. <i>Journal of Knowledge Management</i> , Vol. 21 Iss 2 pp., 2017.	Rede Social Corporativa (Jive) / 166 empregados de uma empresa global de consultoria	- <b>Recompensa</b> : permite que usuários obtenham compensação quando completam tarefas pré-designadas em uma RSC com <i>gamification</i> - <b>Visibilidade da conquista</b> : permite que usuários visualizem as conquistas por meio de níveis, <i>ranking</i> , selos e troféus - <b>Competição</b> : permite que usuários comparem seu desempenho com o de outros
2. OOSTERVINK, Nick; AGTERBERG, Marlous; HUYSMAN, Marleen. Knowledge sharing on enterprise social media: Practices to cope with institutional complexity. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i> , v. 21, n. 2, p. 156-176, 2016.	Rede Social Corporativa / Empresa de TI com funcionários em mais de 50 países	- <b>Associação</b> : possibilidade de estabelecer conexões com usuários e entre usuários e conteúdo - <b>Visibilidade</b> : permite que a posição de um usuário na rede, perfil, discussões, contribuições e mensagens públicas estejam visíveis para todos - <b>Persistência</b> : contribuições, em geral, permanecem acessíveis até que sejam deletadas, permitindo que usuários recombinem trabalhos anteriores com novas contribuições - <b>Atenção notificada</b> : permite que usuários sejam notificados quando há atualizações em comentários, posts, etc. e demandam a atenção do usuário - <b>Seletividade</b> : possibilita que usuários se inscrevam ou selecionem um grupo ou pessoa específica ou outra fonte que considere relevante
3. GIBBS, Jennifer L.; ROZAIDI, Nik Ahmad; EISENBERG, Julia. Overcoming the “ideology of openness”: Probing the affordances of social media for organizational knowledge sharing. <i>Journal of Computer-</i>	Wikis, Google Docs for Business, Google Talk e Skype chat / 12 engenheiros de uma <i>start-up</i>	- <b>Metavocalização</b> : engajar-se numa conversação <i>online</i> de conhecimento em andamento reagindo a presença, perfis, conteúdo e atividades de outros <i>online</i> - <b>Participação desencadeada</b> : engajar-se numa conversação <i>online</i> de conhecimento permanecendo não envolvido na produção de conteúdo ou na conversação até que um alerta automatizado lhe informe

Mediated Communication, v. 19, n. 1, p. 102-120, 2013.		de uma alteração ao conteúdo específico de interesse
		<p>- <b>Associação informada pela rede:</b> engajar-se numa conversação <i>online</i> de conhecimento ao ser informado por laços relacionais e de conteúdo</p> <p>- <b>Tomada de papéis generativa:</b> engajar-se numa conversa <i>online</i> de conhecimento promovendo ações padronizadas e assumindo papéis sustentadores da comunidade para manter um diálogo produtivo entre os participantes</p> <p>- <b>Visibilidade e associação de conteúdo e de pessoas:</b> primeiro refere-se à quantidade de esforço que as pessoas devem empreender para localizar informação ou outras pessoas. O segundo está relacionado à associação entre pessoas (laços sociais) ou entre pessoas e conteúdo (como uma contribuição em um blog ou wiki).</p> <p>- <b>Persistência e editabilidade de conteúdo:</b> o primeiro refere-se à permanência do conteúdo após a publicação do mesmo, para todos os usuários, sem desaparecer ou expirar. O segundo implica a possibilidade de editar tal conteúdo</p>
4. JARRAHI, Mohammad Hossein. Examining Practice, Structural, and Interpretive Dimensions of Technology Assemblages: The Case of Social Technology Use by Knowledge Workers. Proceedings of the Association for Information Science and Technology, v. 51, n. 1, p. 1-10, 2014.	Redes sociais públicas (Twitter e LinkedIn) / 58 consultores de diversas empresas de consultoria	<p><i>Affordances</i> relacionais das tecnologias sociais:</p> <p><b>Competição e interoperabilidade</b> &gt; novas tecnologias sociais lançadas em um local com outras já existentes devem competir com as anteriores em apoiar práticas de trabalho. Diante de problemas de conhecimento, trabalhadores devem tirar vantagens das diferentes capacidades das várias tecnologias, usando-as de maneira complementar.</p>
5. RICE, Ronald E. et al. Organizational Media Affordances: Operationalization and Associations with Media Use. Journal of Communication, v. 67, n. 1, p. 106-130, 2017.	Emails, telefones, mensagens curtas (incluindo Google Hangout, chats, etc), videoconferência sem vídeo e com vídeo, WhatsApp, intranet, redes sociais públicas para fins de trabalho / Empresa de telecomunicação nórdica, com 3.300 empregados	<p>- <b>Onipresença:</b> estar disponível e obter respostas constantemente;</p> <p>- <b>Editabilidade:</b> poder editar conteúdo próprio, dos outros ou criar coletivamente;</p> <p>- <b>Auto-apresentação:</b> poder apresentar ideias e projetos por meio de mídias;</p> <p>- <b>Buscabilidade:</b> possibilidade de buscar informações;</p> <p>- <b>Visibilidade:</b> transparência das mensagens e conexões;</p> <p>- <b>Consciência:</b> ter conhecimento sobre informações que os colegas têm, sobre projetos e normas e políticas organizacionais.</p>
6. ARAZY, Ofer et al. Motivation to share knowledge using wiki technology and the moderating effect of role perceptions. Journal of the Association for Information Science and Technology, v. 67, n. 10, p. 2362-2378, 2016.	Wiki corporativa / 974 usuários de uma wiki de uma empresa com mais de 350 mil funcionários	- <b>Abertura e transparência:</b> conteúdo e informações sobre revisões/ edições visíveis a todos
7. LEONARDI, Paul M. The social media revolution: Sharing and learning in the age of leaky knowledge. Information and	Rede social corporativa / 60 recém-contratados empregados de um	<p>- <b>Visibilidade</b></p> <p>- <b>Editabilidade</b></p> <p>- <b>Persistência</b></p> <p>- <b>Associação</b></p>

Organization, v. 27, n. 1, p. 47-59, 2017.	empresa de serviços financeiros	
8. RANSBOTHAM, Sam et al. Knowledge entrepreneurship: institutionalising wiki-based knowledge-management processes in competitive and hierarchical organisations. Journal of Information Technology, v. 31, n. 2, p. 226-239, 2016.	Wiki corporativa / NBC Universal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Editabilidade</b></li> <li>- <b>Persistência</b></li> <li>- <b>Associação</b></li> <li>- <b>Visibilidade</b></li> <li>- <b>Experimentação</b>: as mídias sociais encorajam usuários a testar ideias novas</li> </ul>

**Fonte: Estudos selecionados na RSL.**

Em relação ao tipo de tecnologia, cinco de oito estudos foram realizados com redes sociais corporativas. Isso pode indicar que é mais fácil ter acesso a dados por meio de redes privadas e/ou que as redes públicas não são consideradas apropriadas para fins de trabalho, por questões de propriedade do conteúdo e privacidade.

No que se refere aos grupos estudados, notou-se que o uso de redes sociais para compartilhamento de conhecimento organizacional é mais comum em empresas com grande quantidade de funcionários, muitos deles trabalhando remotamente ou dispersos geograficamente em diversas unidades. Uma exceção foi um estudo realizado com *startups*, mas que apresenta um outro perfil de usuário, que tende a usar mais tecnologias. Também destaca-se que em geral são consultores e/ou prestadores de serviços.

As *affordances* foram apresentadas conceitualmente e classificadas em tipos. Alguns autores foram citados recorrentemente no referencial teórico, a seguir, a partir dos mais citados: Leonardi, Majchrzak, Treem, Norman, Gibson e Zamutto. No que toca à classificação das *affordances*, algumas categorias foram recorrentes também. Leonardi desenvolveu, junto com Treem (2012), os tipos de *affordances* que foram mais citados nos estudos: visibilidade (cinco vezes), editabilidade (quatro vezes), persistência (quatro vezes) e associação (quatro vezes).

Ao analisar os resultados com base na pergunta a que se pretende responder a RSL - quais os efeitos das *affordances* dos Sites de Redes Sociais no engajamento para compartilhamento *online* de conhecimento organizacional? – verificou-se que os estudos apresentam diferentes abordagens em relação à temática (positivas, neutras, negativas, em gradações). Foram consideradas como positivas as pesquisas cujos resultados evidenciam um efeito positivo das *affordances* para engajar o usuário a compartilhar conhecimento; neutro quando não há nenhum efeito evidenciado; negativo quando as *affordances* desencorajam a compartilhar conhecimento. As abordagens neutro para positivo e neutro para negativo

referem-se a autores que não destacaram nenhuma *affordance* em especial que engajaria ou desestimularia o compartilhamento, mas desenvolveram argumentos que evidenciam os efeitos positivos ou negativos das tecnologias ou sugerem *affordances* que minimizariam efeitos negativos.

Notou-se que, para além das questões tecnológicas, há outros fatores que influenciam no engajamento, que são muitas vezes englobados na investigação sobre compartilhamento de conhecimento. Tais reflexões estão resumidas no quadro a seguir.

**Quadro 5: Efeitos das *affordances* no engajamento para compartilhamento *online* de conhecimento organizacional e fatores adicionais.**

Artigo	<i>Affordances</i>	Abordagem	Fatores adicionais
1. SUH, Ayoung; WAGNER, Christian. How gamification of an enterprise collaboration system increases knowledge contribution: an affordance approach.	- <b>Recompensa</b> - <b>Visibilidade da conquista</b> - <b>Competição</b>	Positiva	Valor hedônico
2. OOSTERVINK, Nick; AGTERBERG, Marlous; HUYSMAN, Marleen. Knowledge sharing on enterprise social media: Practices to cope with institutional complexity.	Não há nenhuma <i>affordance</i> destacada, pois para os autores o conhecimento não pode ser construído de cima para baixo	Negativa	Cultura organizacional
3. GIBBS, Jennifer L.; ROZAIDI, Nik Ahmad; EISENBERG, Julia. Overcoming the “ideology of openness”: Probing the affordances of social media for organizational knowledge sharing.	Para os autores, o excesso de informação provocaria déficit de atenção e desengajamento. Para minimizar isso, sugerem algumas ações relacionadas às seguintes <i>affordances</i> : <b>visibilidade e associação de conteúdo e pessoas</b> (diferentes níveis de acesso para gerenciar compartilhamento para diferentes audiências); <b>associação informada pela rede / participação desencadeada / metavocalização</b> (funções para sinalizar a disponibilidade e que mostrem atualizações de conteúdo novo sem interrupções)	Neutro para negativo	Privacidade e controle
4. JARRAHI, Mohammad Hossein. Examining Practice, Structural, and Interpretive Dimensions of Technology Assemblages: The Case of Social Technology Use by Knowledge Workers	Os autores não destacam uma <i>affordance</i> específica de uma tecnologia, mas sim entre tecnologias, as <i>affordances</i> relacionais –classificadas como <b>competição e interoperabilidade</b> . Para eles, as tecnologias competem entre si por relevância e quanto mais	Neutro para positivo	Estruturas sociais / institucionais e preferências pessoais

	integração (interoperabilidade), mais engajamento.		
5. RICE, Ronald E. et al. Organizational Media Affordances: Operationalization and Associations with Media Use.	Os autores apresentam o conceito de <i>affordances</i> de mídias organizacionais, destacando seis: <b>onipresença, editabilidade, auto-apresentação, buscabilidade, visibilidade e consciência</b> . Eles então as associam com o uso de mídias organizacionais. A abordagem das <i>affordances</i> , no entanto, levou em consideração que elas seriam vistas como recursos organizacionais, mais do que estarem relacionadas a um meio específico.	Positivo	Contexto, objetivos e agentes
6. ARAZY, Ofer et al. Motivation to share knowledge using wiki technology and the moderating effect of role perceptions.	Não há nenhuma relação entre uma <i>affordance</i> específica e engajamento para compartilhar conhecimento. Os autores concluem que sistemas de GC conversacionais, em especial wikis, desempenham um papel importante ao ajudar as pessoas a compartilhar sua expertise local e em integrar núcleos de conhecimento. A recomendação seria alinhar os procedimentos organizacionais que envolvem a implantação do wiki com as <i>affordances</i> de <b>abertura e transparência</b> .	Neutro para positivo	Motivação interna (autônoma) e externa (controlada)
7. LEONARDI, Paul M. The social media revolution: Sharing and learning in the age of leaky knowledge.	Para o autor, o uso estratégico das seguintes <i>affordances</i> de mídias sociais pode superar barreiras no compartilhamento do conhecimento: <b>visibilidade</b> (da direcionalidade e do conteúdo) e <b>persistência</b> , que caracterizam o que ele chama de propriedade de “vazamento” das mídias sociais.	Positivo	Variáveis para não compartilhar: (1) Falta de incentivo, (2) Facilidade de “pegar carona” no conteúdo sem ter que postar e (3) a crença de que o próprio conhecimento não era útil aos outros. Variáveis para não recuperar conhecimento: (1) Falta de consciência sobre a existência do conhecimento e (2) Preferência por informações de pessoas conhecidas por eles.
8. RANSBOTHAM, Sam et al. Knowledge entrepreneurship: institutionalising wiki-based knowledge-management processes in competitive and hierarchical organisations	Para os autores, as <i>affordances</i> das wikis ( <b>editabilidade, persistência, associação, visibilidade e experimentação</b> ) permitem que usuários construam e re-constuam conteúdo, a partir de colaborações de outros, experimentem novas ideias e torne o conhecimento visível, mas há	Neutro	Papel da liderança

---

inibidores como falta de motivação e receio de alterar posts de colegas e, especialmente, superiores, publicamente. Como solução, eles não destacam nenhuma *affordance*, mas sim o papel da liderança, apresentando o conceito de empreendedor do conhecimento, que contribuiria para a efetividade das *affordances* do wiki corporativo.

---

**Fonte: Elaborado pelos autores.**

Os estudos empíricos revelaram diversos efeitos das *affordances* no compartilhamento do conhecimento, em conjunto com outras variáveis, o que vai ao encontro do conceito ecológico e relacional de *affordance*, e também do conceito de redes sociais, cuja estrutura afeta o comportamento dos indivíduos. Evidenciam também que as *affordances* das redes sociais geram tensões que devem ser administradas para o compartilhamento do conhecimento.

Em um primeiro contato com o conceito, ele pode parecer frágil para avaliar uma determinada tecnologia; se ele está intrinsecamente relacionado às subjetividades dos usuários, como então seria possível generalizar percepções sobre suas utilidades? No entanto, as

[...] *affordances* de uma tecnologia são geralmente as mesmas ou semelhantes em cenários organizacionais diversos porque as características materiais da tecnologia colocam limites no tipo de interpretação que as pessoas podem formar dela e dos usos que pode proporcionar (LEONARDI; TREEM, 2012, p.146).

Dessa maneira, analisar conjuntamente os cenários organizacional e as *affordances* pode auxiliar a reduzir as tensões decorrentes do uso de redes sociais, de modo a propiciar o compartilhamento de conhecimento.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa agrega reflexões às discussões sobre *affordances*, em especial no campo da ciência da informação. O conceito mostrou ser apropriado para se investigar a relação dos usuários com os ambientes informacionais digitais, evitando interpretações sob uma abordagem determinística – seja tecnológica ou social – e contribuindo para o desenvolvimento de teorias de dinâmicas sociomateriais, em vez de teorias referentes a determinadas tecnologias, que podem ficar obsoletas rapidamente, e de teorias organizacionais, que ignoram práticas que possam estar relacionadas com o uso de determinadas tecnologias.

Contribuí, ainda, com o debate sobre o uso de tecnologias e plataformas colaborativas no âmbito da gestão do conhecimento. É consideravelmente elevado o investimento em ferramentas para compartilhamento de conhecimento e são relativamente escassos os estudos sobre a eficiência dos mesmos. Como é bem sabido, hoje há um excesso de ofertas de softwares, plataformas e ferramentas para esse propósito e um olhar crítico, a partir de estudos empíricos e teóricos, poderá ser útil na composição de um ambiente conversacional que realmente estimule o compartilhamento de conhecimento organizacional.

A síntese das pesquisas empíricas realizadas em organizações que já utilizam essas tecnologias pode auxiliar tanto pesquisadores na temática quanto profissionais que desejam implementar redes sociais ou tornar o uso das existentes mais eficiente por meio da adoção de *affordances* que se mostraram positivas no que se refere ao compartilhamento de conhecimento ou da eliminação das que se mostraram desencorajadoras.

Conforme ressaltado anteriormente, trata-se de um tema complexo e interdisciplinar e, portanto, futuros estudos empíricos de comportamento informacional e usabilidade abrangendo mais *affordances*, assim como pesquisas complementares envolvendo variáveis dependentes que podem atuar na dinâmica de compartilhamento de conhecimento enriquecerão ainda mais o debate.

## REFERÊNCIAS

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, 2007. Disponível em: <<https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

CAPURRO, R. Gestão do Conhecimento Cético. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 1, n. 1, p. 4–14, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/10255>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

CUMMINGS, Jeffrey. **Knowledge sharing: A review of the literature**. DC: The World Bank, 2003. Disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/en/180841468339019749/Knowledge-sharing-a-review-of-the-literature>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

GALVÃO, Taís Freire; PANSANI, Thais de Souza Andrade; HARRAD, David. Principais itens para relatar Revisões sistemáticas e Meta-análises: A recomendação PRISMA. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 24, p. 335-342, 2015. Disponível em: <

[http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-49742015000200017](http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-49742015000200017)>.  
Acesso em: 6 ago. 2018.

GALVÃO, Taís Freire; PEREIRA, Mauricio Gomes. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 23, p. 183-184, 2014. Disponível em: < [http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-49742014000100018](http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-49742014000100018)>.  
Acesso em: 6 ago. 2018.

GIBSON, J. J. **The Ecological Approach to Visual Perception**. Boston: Houghton Mifflin, 1986.

HEDGES, L. V.; COOPER, H. M. **The handbook of research synthesis**. Russell Sage Foundation, 1994.

KRAEMER, Rodrigo *et al.* Maturidade de gestão do conhecimento: uma revisão sistemática da literatura para apoiar o desenvolvimento de novos modelos de avaliação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 7, n. 1, p. 66-79, 2017. Disponível em: < <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/32946>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

MAJCHRZAK, A. *et al.* The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 19, n. 1, p. 38–55, 2013. Disponível em: < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12030>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

MARTELETO, R. M. Redes Sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 3, n. 1, p. 27–46, 2010. Disponível em: < <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000009339/e02c06fa980a4788118f8ef357e2d5c0>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

MCGRENERE, J.; HO, W. Affordances : Clarifying and Evolving a Concept. **Graphics Interface**, n. May, p. 179–186, 2000. Disponível em: < [https://www.researchgate.net/publication/221474920\\_Affordances\\_Clarifying\\_and\\_Evolving\\_a\\_Concept](https://www.researchgate.net/publication/221474920_Affordances_Clarifying_and_Evolving_a_Concept)>. Acesso em: 6 ago. 2018.

NORMAN, D. A. **The Psychology of Everyday Things**. New York: Basic Books, 1988.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; FERREZ, Helena Dodd. **Tesouro Brasileiro de Ciência da Informação**. Rio de Janeiro; Brasília: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), 2014. Disponível em: < <http://www.ibict.br/publicacoes-e-institucionais/tesouro-brasileiro-de-ciencia-da-informacao-1>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, n. Especial 1, 2006. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>>. Acesso em: 6 ago. 2018.

TREEM, J. W.; LEONARDI, P. M. Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. **Communication Yearbook**, v. 36, p. 143–189, 2012. Disponível em: <  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23808985.2013.11679130>>. Acesso em: 6 ago. 2018.