

MÍDIAS SOCIAIS E
CONHECIMENTO:
ANÁLISE DO
POTENCIAL DA
EXISTÊNCIA DO
BA DIGITAL



SOCIAL MEDIA AND KNOWLEDGE: ANALYSIS OF THE
POTENTIAL OF THE EXISTENCE OF THE DIGITAL BA

Frederico Divino Dias¹
a226841698@fumec.edu.br

Armando Sérgio de Aguiar Filho²
armando.filho@fumec.br



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative
Commons Attribution 3.0.

Data de Submissão: 20/09/2022.
Data de Aprovação: 17/11/2022.

RESUMO

Este estudo tem como tema principal as mídias sociais e os processos de criação e compartilhamento de conhecimento. Em um cenário de diversa gama de plataformas sociais que integram usuários de diversas localidades e contextos distintos, cabe lançar luz sobre os processos relativos à criação e ao compartilhamento do conhecimento nestes cenários. Tal pesquisa – parte integrante de uma pesquisa de doutorado – objetiva apresentar as mídias sociais como potenciais contextos capacitantes – *ba* – na atualidade. Para tanto os autores realizaram uma revisão tradicional de literatura por meio da qual foram levantados tópicos necessários para esta discussão de forma mais pormenorizada. As análises partiram considerando-se três plataformas, a saber: YouTube®, Facebook® e Twitter®. Obteve-se como resultados parciais o entendimento de que as mídias analisadas apresentam um grande potencial de se colocarem como um *ba* digital na atualidade devido ao seu potencial de interação e criação de redes e comunidades sociais.

Palavras-chave: mídias sociais; conhecimento; YouTube®; Facebook®; Twitter®.

ABSTRACT

*This study has as its main theme social media and the processes of creating and sharing knowledge. In a scenario of diverse range of social platforms that integrate users from different locations and different contexts, it is important to shed light on the processes related to the creation and sharing of knowledge in these scenarios. This research – an integral part of a doctoral research – aims to present social media as potential enabling contexts – *ba* – today. For that, the authors carried out a traditional literature review through which topics necessary for this discussion were raised in more detail. The analyzes started considering three platforms, namely: YouTube®, Facebook® and Twitter®. It was obtained as partial results the understanding that the analyzed media have a great potential to place themselves as a digital *ba* today due to their potential for interaction and creation of networks and social communities.*

Keywords: social media; knowledge; YouTube®; Facebook®; Twitter®.

- 1 Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento da Universidade FUMEC – PPGSIGC
<https://orcid.org/0000-0002-8863-175X>
a226841698@fumec.edu.br
- 2 Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento da Universidade FUMEC – PPGSIGC
<https://orcid.org/0000-0001-5542-7165>
armando.filho@fumec.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Entendido como algo intrinsecamente humano, o conhecimento vem ao longo do tempo sendo estudado por diversos estudiosos de diversas áreas. Conforme elucida Polanyi (1958) o conhecimento assume em si um caráter subjetivo o qual perpassa todas as visões objetivas da realidade humana e se concretiza na tomada de consciência do ser vivente. Este bem que se estrutura e reestrutura ao longo da caminhada dos sujeitos pode ser encontrado em diversos contextos formais e informais nos quais estes mesmos seres estão envolvidos e em processo de contínua interação recíproca.

Inserido dentro de um cenário com constante mutação e agilidade, o ser humano desenvolve teias continuamente, nas quais os processos de troca de dados, informações e conhecimentos se fazem presentes. Em maior ou menor medida novas interações – com ampla efetividade e intensidade – estimulam estes sistemas que oportunizam novos momentos de aprendizados para os sujeitos. Conforme elucidam Polanyi (1958) e Nonaka e Takeuchi (1997) os processos interativos e cooperativos entre os usuários garantem os processos de criação e compartilhamento de conhecimentos.

Na atualidade novas configurações de transmissão de conhecimento têm assumido protagonismo e revolucionado as formas clássicas – transmissão oral e escrita, por exemplo – de criar e compartilhar dados, informações e conhecimentos. As mídias sociais, surgidas a partir dos anos 2000, assumem uma potencialidade de criação de redes e comunidades sociais outrora desconhecida e que, conforme elucidam diversos teóricos, podem assumir em si um caráter potencialmente benéfico no que tange os processos comunicacionais e de conhecimento.

Considerando-se esta realidade, o presente estudo objetiva apresentar as mídias sociais como potenciais contextos capacitantes – *ba*³ – na atualidade. Para tanto os pesquisadores buscaram analisar as mídias sociais mais amplamente utilizadas no contexto atual: levantaram características básicas acerca das funcionalidades das mesmas, além de avaliar o potencial de serem prováveis *ba* digital.

Esta proposta de estudo vem do questionamento inicial da pesquisa de doutoramento do pesquisador principal que visa esclarecer acerca do potencial de mídias e redes sociais na criação e compartilhamento do conhecimento. Os pesquisadores entendem que este estudo é de grande relevância social e científica considerando-se o nível de alcance e abrangência que tais recursos possuem na atualidade. A perspectiva de diversas mídias – totalmente digitais – alcançarem um número imensurável de usuários ao longo de alguns breves minutos e gerarem nestes sujeitos novos conhecimentos ou a possibilidade de desconstruir e reorganizar outros outrora já consolidados, merece – na perspectiva dos autores – que a academia lance luzes e análises pormenorizadas.

2 BASE TEÓRICA

2.1 Web 2.0 e Mídias Sociais

Surgida entre os anos de 1950 e 1960, a internet tornou-se, com o passar do tempo, uma grande ferramenta social e organizacional, que vem sendo utilizada com grande frequência por variados usuários dispersos pelo mundo. Com finalidades distintas, como por exemplo: lazer, educação, trabalho, inclusão social entre outras, a internet atuou na denominada ‘explosão informacional’ quando da facilitação de transmissão de dados com maior

3 Em uma perspectiva existencialista, *ba* é um contexto que acolhe o conhecimento humano. Ele pode ser entendido como um espaço compartilhando intangível onde são adquiridos – via experimentação – o conhecimento emaranhado em si. É entendido como uma ‘plataforma’ ideal para a criação do conhecimento, para a existência de uma relação emergente de troca de informações que não terão um fim em si mesmos. De forma física, virtual ou ambas, *ba* é o princípio da interação humana, porém, em uma realidade coletiva na qual transcende-se o conhecimento individual e/ou coletivo (NONAKA; KONNO, 1998).

agilidade e acessibilidade às pessoas. Conforme apresenta Gasque (2016), ao longo de sua existência vários foram os avanços sofridos por ela, e, em meados dos anos 2000, as redes sociais assumiram o protagonismo dentro do cenário de relacionamentos mais rápidos e eficazes, porém, mais impessoais e distantes.

Neste sentido é apresentada, no ano de 2005, a terminologia 'Web 2.0' que considera exatamente o alto nível de interatividade que passa a ocorrer dadas estas novas possibilidades de relações interpessoais mediadas via mídias sociais. A partir deste momento surgem diversas plataformas digitais as quais atuaram – ou ainda atuam – na direção de favorecer a melhora dos processos relacionais entre os usuários, independentemente de sua natureza ou finalidade. Gasque (2016), Souza, Costa e Aparicio (2017) e Santos (2019) vem, em suas obras, exatamente elucidar estas bases mediadoras de troca de dados, informação e conhecimento. Este seguimento passa a ser apresentado por mídias como por exemplo: Orkut®, Facebook®, Twitter®, Instagram®, *blogs*, *vlogs* dentre variadas outras plataformas existentes.

Concordante ao exposto, Hussain (2015) reitera que a *Web 2.0* é amplamente utilizada em diversos espaços sociais, como em universidades, organizações médicas, sociedade civil e até mesmo bibliotecas. Para o autor, este pode ser considerado um dos grandes avanços da era atual, observando-se a importância das dinâmicas interativas e experienciais, as quais os usuários podem se valer com o constante aperfeiçoamento de *softwares*. O autor apresenta pontos de destaque que vem ganhando espaço na sociedade – em suas variadas esferas, tais como as bases de compartilhamento de vídeos, redes sociais, *bookmarking* social, mídias sociais (como explicitadas no parágrafo anterior), além de *blogs* e sites.

Assim como elucidado por Hussain (2015), Santos (2019) corrobora o ideal de que a *Web 2.0* proporciona uma mediação no que se refere à criação de redes e grupos de grande interação quando se trata da colaboração. Este cerne facilita, segundo o autor, o compartilhamento do conhecimento e o fortalecimento de grupos organizados com princípios participativos e colaborativos, superando barreiras por meio das tecnologias. É reforçado, ainda, por Santos (2019) que essa ruptura com demandas técnicas em vistas da criação e aperfeiçoamento das redes sociais, se dá de forma facilitada uma vez que as gerações mais novas nasceram e cresceram em um contexto tecnológico intenso; estes sujeitos possuem maior familiaridade com diversas ferramentas digitais.

Associado às falas de Santos (2019), Gasque (2016) ressalta acerca das redes que podem ser originadas destes ambientes colaborativos. Plataformas digitais criam determinados 'ecossistemas' que tornam cada vez mais fortes os vínculos estabelecidos entre os sujeitos que integram este espaço. Citando Di Felice (2012), Gasque (2016) ressalta que os usuários imersos em uma própria biosfera estabelecem processos comunicativos, territoriais, sociais, mercadológicos, entre outros, que formam redes dentro das próprias redes principais. Neste mesmo contexto Hussain (2015) sustenta a argumentação das grandes possibilidades que as tecnologias atuais ofertam de benefícios a estes ecossistemas; as rápidas mudanças, a adaptação e o contexto praticamente instantâneos, são alguns dos pontos valorizados pelos usuários que refletem diretamente nas dinâmicas sociais.

Perpassando esta discussão dos ecossistemas, Costa e Martins (2020) agregam a esta fala o entendimento do elo entre a *Web 2.0* e as mídias sociais. Para os autores estas redes oportunizam as relações entre pessoas de forma informatizada e, tais interações, podem impactar mudanças tanto nas vidas sociais quanto laborais dos sujeitos

envolvidos, por exemplo. Citando Rheingold (1996), Costa e Martins (2020, p. 4) afirmam que “*social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace*”; ou seja, estes ecossistemas fortalecem-se quando há discussões continuadas sobre determinada temática dentro dos espaços tecnológicos.

Cabe ressaltar que este olhar atento às mídias sociais amplia o horizonte de discussões acerca destas redes de interrelações. Gasque (2016), sob este viés, alega que estes contextos permitem aos usuários experimentar a oportunidade da organização dos dados e informações aos quais tem acesso; nestas mídias sociais os sujeitos são convidados, por exemplo, a gerenciar, categorizar e impulsionar determinados conteúdos de seu interesse. Esta estruturação midiática de conteúdo – por assim dizer, pode ofertar aos usuários o que a autora denomina ‘letramento informacional’ que, sob sua ótica, “refere-se ao processo que integra as ações de localizar, selecionar, acessar, organizar, usar informação e gerar conhecimento” (GASQUE, 2016, p. 17).

Para Santos (2019) o estabelecimento de redes sociais por meio de mídias sociais – exemplificadas em seu estudo com o foco nos processos de ensino-aprendizagem – é de grande valia, uma vez que poderia oportunizar aos usuários destes recursos tecnológicos o desenvolvimento de autonomia, novas competências, responsabilidades de comunicação, divulgação e colaboração nos processos educativos. O autor reitera da positividade destes recursos atualmente disponíveis em vistas de melhoria dos processos de criação e compartilhamento dos variados conhecimentos por meio do próprio olhar pessoal de cada indivíduo membro das redes mediadas pela tecnologia. Assim como afirmam Souza, Costa e Aparicio (2017), estes

lugares que incentivam o espírito comunicacional, de colaboração e partilha, podem ser claramente visualizados como *ba* dentro dos aspectos da Gestão do Conhecimento.

Esta visualização das mídias sociais como *ba* é detalhada por Souza, Costa e Aparicio (2017) ao elucidarem que este contexto pode ser visto como um espaço virtual de intercâmbio de dados, informações e conhecimentos. É necessário o entendimento da relação que se assume neste cenário da necessidade de um espaço (localidade) e de um tempo para os quais a informação será difundida, analisada e interpretada por todos os emissores e receptores da informação. Para tanto, Gasque (2016) tem o pensamento concordante com o exposto e reitera que estes espaços midiáticos são importantes ferramentas para este intercâmbio de informações, partindo-se do constatado que os usuários das informações passam grande parte dos seus dias conectados a estas fontes de informação – o que seria um facilitador para os processos de compartilhamento do conhecimento, por exemplo.

No cenário brasileiro, Costa e Martins (2020) bem como Gasque (2016), aclaram de forma mais enfática acerca das mídias sociais as quais os usuários têm tido maior acesso e maiores oportunidades de geração de redes e de compartilhamento do conhecimento. São destacadas as mídias sociais: Facebook®, WhatsApp®, YouTube® e Twitter®. Costa e Martins (2020) ressaltam acerca do YouTube® como um meio de geração do conhecimento de forma positiva; dentro de sua análise, os pesquisadores apresentam dados que reforçam esta afirmação oriunda de outras pesquisas científicas realizadas anteriormente. A ação de assistir aos vídeos poderia atuar na perspectiva de formação de sujeitos e na conscientização e comunicação entre as pessoas da rede social.

2.2 YouTube®

Em uma perspectiva marcadamente social, do ponto de vista das redes e tecnologias disponíveis na atualidade, mídias sociais como o YouTube® podem ser vistas como contextos capacitantes ou mesmo *ba*, no olhar de Souza, Costa e Aparicio (2017), ao promover a interação dos sujeitos em um mesmo espaço, como narra Costa e Martins (2020). Estes espaços respeitariam a argumentação de Gasque (2016) ao promoverem a interação e discussão de determinadas temáticas pertinentes para aquele espaço e tempo ocorrentes.

Concordantes a esta discussão, Dias e Aguiar Filho (2020) tratam em seu estudo especificamente da plataforma colaborativa YouTube®. Na pesquisa, os autores vêm explanar considerações para reforçar os argumentos apresentados acima quando afirmam, por exemplo, que tal rede de interrelações tem um elevado potencial para o compartilhamento da informação e do conhecimento. Usuários e produtores de conteúdo estão – de forma intencional ou não – imersos em um sistema que pode replicar a espiral do conhecimento, narrada por Nonaka e Takeuchi (1997) e Choo (2003), inúmeras vezes. Por possuir um potencial grandioso – visto os conteúdos ilimitados que podem ser abordados – o YouTube® atua diretamente em variadas esferas com o seu ideal de colaboração, como por exemplo, em escalas: local, regional, nacional e internacional.

Aprofundando o olhar sobre este prisma das interrelações as quais podem ser originadas por meio das dinâmicas entre usuários e influenciadores, é interessante destacar, conforme elucida Maia *et al.* (2015), os impactos das conexões mediadas pelas tecnologias da informação na atualidade. As autoras explicitam acerca das grandes oportunidades de conversação que tais relações podem originar. Dentro de uma grande gama de opções tecnológicas, o YouTube®, como uma plataforma

de conteúdo colaborativo, apresenta-se como um campo no qual há a possibilidade de interação entre os usuários e os geradores de conteúdo dentro de determinados cenários, a saber: usuários x usuários (comentários e respostas), usuários x *youtuber* (respostas aos comentários) ou ausência de interação (opção do influenciador de ocultar a barra de comentários).

Nestes cenários há a chance de interações dialógicas por meio de falas e argumentações de variados usuários e espectadores. O YouTube®, segundo Maia *et al.* (2015), tem a característica de ser uma mídia social de conteúdo participativo, na qual pode ocorrer criação de conexões e relações entre variados sujeitos que demandam por determinada temática. Outra característica ressaltada pelas pesquisadoras é a abertura que esta mídia oferta ao grande público; não há restrições – salvo opção do influenciador de suprimir os comentários – de restringir ou bloquear argumentações oponentes, quando for o caso. É fundamental entender, portanto, que a plataforma destacada pode ser vista como uma mídia social a qual cria vínculos entre variados sujeitos, espectadores ou não, e os envolve em uma determinada rede de relações e comunicações.

2.3 Facebook® e Instagram®

Quando analisadas estas outras plataformas sociais, pode-se deparar com estudos de pesquisadores tais como Reis (2018), Güllich e Bervian (2021) e Rodrigues e Brennand (2021) que as apresentam como outros cenários de alta interatividade – até superior à do YouTube® – e que possibilita aos usuários a inserção em processos de geração e compartilhamento de conhecimentos ricamente dinâmicos.

O Facebook® é entendido como uma plataforma que oferta intensa comunicação,

flexibilidade e movimentos de interação que possibilitam aos sujeitos a inserção em processos de educação formal e informal, como citam Güllich e Bervian (2021), de forma simples e intuitiva. As opções de interação – curtir, comentar e compartilhar – ofertadas aos usuários e as novas linguagem comunicacionais que podem surgir neste contexto ofertam à população novas formas de assimilação de novos conhecimentos e reorganização de padrões outrora estabelecidos. A instantaneidade desta mídia proporciona um processo altamente rápido e eficaz no que tange os padrões de interação social entre os sujeitos (REIS, 2018; RODRIGUES; BRENNAND, 2021).

Entendida por Reis (2018) como uma plataforma social ampla e democrática, o Instagram® segue um perfil estrutural visual no qual os usuários possuem a possibilidade de postar, curtir e comentar fotos além de entrar em processos interativos de natureza mais diversa, seja via publicação de vídeos curtos ou mesmo de utilização de filtros específicos para direcionais conteúdos de seu interesse (SENA *et al.*, 2021). Esta mídia possibilita, conforme elucidam Vieira *et al.* (2020) e Nunes *et al.* (2021), o surgimento de redes que fomentam à troca de ideias, discussões e conhecimentos; por meio das funcionalidades da plataforma – *Reels*, *IGTV*, *Stories*, por exemplo – a fluidez comunicacional entre usuários torna-se um potencial social para viabilizar a transmissão de conhecimentos por meio de processos formais ou mesmo informais (NUNES, *et al.* 2021).

O que fica registrado em todos os manuscritos que tratam destas mídias sociais e de outras tais como Twitter® e TikTok, por exemplo, é a importância do entendimento de que tais plataformas têm reinventado os modos tradicionais de comunicação na atualidade. Por consequência tem sido revolucionadas as formas de criação e compartilhamento de conhecimento em novos arranjos sociais, conforme anuncia Reis (2018).

3 METODOLOGIA

O presente estudo teve como natureza da pesquisa um olhar qualitativo; dadas as exposições dos conceitos e discussões de teóricos, os pesquisadores valeram-se deste caráter uma vez que permearam a discussão crítica nestes olhares naturais dos fenômenos. Tratou-se de uma revisão tradicional de literatura que, por meio de literatura específica, discutiu e associou conceitos concernentes às grandes áreas aqui estudadas: criação e compartilhamento do conhecimento e mídias sociais.

Esta pesquisa assumiu um caráter descritivo, considerando-se que ao longo do trabalho os autores descreveram os fenômenos concernentes ao estudo, visando proporcionar uma maior familiaridade com os temas centrais para descobrir relações existentes entre eles. Ao explanar algumas teorias do conhecimento além da apresentação de algumas plataformas tais como: YouTube®, Facebook® e Twitter®, o estudo proporcionou a descrição dos conceitos e variáveis que poderiam se relacionar em um contexto real (GIL, 2019).

Cabe destacar que este manuscrito é parte da pesquisa de doutoramento do pesquisador principal; este recorte apresentado aqui explana acerca das análises realizadas até o momento no sentido de atender ao objetivo aqui proposto e ao questionamento inicial da Tese. Por se tratar de uma revisão de literatura, o referido manuscrito fez as devidas associações ao longo da discussão teórica e apresenta, no capítulo 4, as considerações obtidas por hora.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais aqui apresentadas possuem um amplo potencial de alcance das populações em esferas quantitativas inimagináveis. Os processos de conexão e instantaneidade gerados por tais plataformas ofertam aos usuários possibilidades

infinitas de interação e geração de redes e teias comunicacionais nas quais os processos de influência de dados usuários em outros usuários, pode assumir um caráter desmedido. Assim como enunciados pelos autores trazidos, os processos interativos são chave para – dentro de um *ba* – ofertarem aos usuários a possibilidade de troca de dados e informações que podem refletir diretamente nos conhecimentos humanos.

YouTube®, Facebook® e Twitter® possuem o potencial de atuarem em uma esfera de *ba* digital dentro dos contextos humanos nos dias atuais. Visualizado como uma arena na qual os processos interativos mediarão a criação e o compartilhamento do conhecimento, o *ba* pode existir dentro de uma plataforma digital a qual agrega em

si seres humanos organizados por meio de redes de contatos e comunidades de interesses e trocas.

As mídias sociais cumprem os seus papéis de agregar os usuários e mediar – em um contexto totalmente digital – processos relacionais de interesses mútuos de acesso a informações básicas, como por exemplo a simples curiosidade de observar a rotina alheia, ou mesmo de viabilizar processos de ensino formal de conhecimentos. As opções interativas as quais estes usuários possuem na palma de suas mãos (curtir, comentar, compartilhar, postar, entre outros) instigam a todo instante o compartilhamento de conhecimentos explícitos, tácitos e implícitos dos usuários que ali estão.

REFERÊNCIAS

- 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.
- COSTA, L. S.; MARTINS, D. A.** Utilização das redes sociais virtuais no processo de gestão do conhecimento: aplicações e práticas no campo das organizações. **Int. J. Innov.**, São Paulo, v. 1, n. 8, p. 1-18, jan. 2020.
- DI FELICE, M.** Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismos. **Revista USP**, São Paulo, n. 92, p. 9-19, fev. 2012.
- DIAS, F. D.; AGUIAR FILHO, A. S.** Análise webométrica do compartilhamento de informação e conhecimento gastronômico via YouTube. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 25, p. 01-19, 2020.
- GASQUE, K. C. G.** Dias. Internet, mídias sociais e as unidades de informação: foco no ensino-aprendizagem. **Brazilian Journal Of Information Studies: Research Trends**, v. 2, n. 10, p. 14-20, 2016.
- GIL, A. C.** **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. [S.l.]: Editora Saraiva, 2019.
- GÜLLICH, R. I. C.; BERVIAN, P. V.** Facebook como instrumento de mediação no ensino superior: estado do conhecimento. **Tecné, Episteme y Didaxis: Ted**, Bogotá, n. esp., p. 1665-1670, out. 2021.
- HUSSAIN, Akhtar.** Adoption of Web 2.0 in library associations in the presence of social media. **Emerald**, v. 49, n. 2, p. 151-169, 2015.
- MAIA, R. C. M. et al.** Sobre a importância de examinar diferentes ambientes online em estudos de deliberação. **Opinião Pública**, Campinas, v. 21, n. 2, p. 490-513, 2015.
- NONAKA, I.; KONNO, N.** O CONCEITO DE “Ba”: criando bases para a Criação do Conhecimento. **California Management Review**, v. 40, p. 40-54, 1998.
- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H.** **Criação do conhecimento na empresa.** 19. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- NUNES, D. L.; et al.** Utilização do Instagram como ferramenta pedagógica no ensino superior. *In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO*, 13., 2021, Virtual. **Anais [...]**, 2021. p. 1-2.
- POLANYI, M.** **Personal knowledge:** Towards a post-critical philosophy. Londres: The University of Chicago Press, 1958.
- REIS, M. T. V.** **O conhecimento científico no Facebook: revistas brasileiras de saúde pública e as interações com seus seguidores.** 2018. 82 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.
- RHEINGOLD, H.** **Comunidade virtual.** Lisboa: Gradiva, 1996.
- RODRIGUES, G. C. F. S.; BRENNAND, E. G.** G. Aprendizagem e interação na rede social Facebook. **P2P & Inovação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 88-106, fev. 2021.
- SANTOS, C. A. C. M.** Ensino e divulgação em organização do conhecimento com

o apoio de mídias sociais. **Páginas A&b**. S.3, v. 1, n. 11, p. 10-21, 2019.

SENA, M. E. N.; *et al.* O instagram como ferramenta de suporte ao ensino de parasitologia veterinária. **Brazilian Journal Of Development**, Curitiba, v. 7, n. 6, p. 56462-56474, jun. 2021.

SOUZA, N. M.; **COSTA, C. J.**; **APARICIO, Manuela. Ba.** Um Fator Determinante no Uso de Sistemas de Gestão do conhecimento. **Risti**, n. 22, p. 1-19, 2017.

VEIRA, R. Z.; *et al.* O uso do Instagram e do Facebook como ferramentas de disseminação de conhecimento em época de

pandemia. *In*: SEMEX, 8., 2020, Bento Gonçalves. **Anais [...]**. Bento Gonçalves: IFRS, 2020. p. 1-1.