

ANDREIA SATOMI KAWATA

Wiki e a gestão do conhecimento nas empresas: uma pesquisa social na Wikipédia sobre as estratégias para incentivar a criação e edição de artigos em uma wiki

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO

**São Paulo
2018**

ANDREIA SATOMI KAWATA

Wiki e a gestão do conhecimento nas empresas: uma pesquisa social na Wikipédia sobre as estratégias para incentivar a criação e edição de artigos em uma wiki

Monografia apresentada ao Curso de Pós Graduação *Lato Sensu* em Gestão da Tecnologia da Informação do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de São Paulo, Câmpus São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Tecnologia da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Domingos Bernardo Gomes Santos

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO

**São Paulo
2018**

Catalogação na fonte
Biblioteca Francisco Montojos - IFSP Campus São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

K22w	<p>Kawata, Andreia Satomi</p> <p>Wiki e a gestão do conhecimento nas empresas: uma pesquisa social na wikipédia sobre as estratégias para incentivar a criação e edição de artigos em uma wiki / Andreia Satomi Kawata. São Paulo: [s.n.], 2018. 75 f.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Domingos Bernardo Gomes Santos</p> <p>Monografia (Especialização em Gestão da Tecnologia da Informação) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, IFSP, 2018.</p> <p>1. Empresa. 2. Gestão do Conhecimento. 3. Wiki. 4. Wikipédia. I. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo II. Título.</p> <p>CDD 658.404</p>
------	---

AGRADECIMENTOS

Ao professor Dr. Domingos Bernardo Gomes Santos pela orientação, ajuda e conselhos, fundamentais para a conclusão deste trabalho.

Aos meus amigos pelo auxílio e encorajamento para o desenvolvimento do estudo.

À minha família pelo apoio, compreensão e incentivo necessários para a conclusão da pesquisa.

Aos demais professores que contribuíram direta ou indiretamente na execução deste estudo.

ANDREIA SATOMI KAWATA

Wiki e a gestão do conhecimento nas empresas: uma pesquisa social na Wikipédia sobre as estratégias para incentivar a criação e edição de artigos em uma wiki

Monografia apresentada ao Curso de Pós Graduação *Lato Sensu* em Gestão da Tecnologia da Informação do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de São Paulo, Câmpus São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Tecnologia da Informação.

Data da aprovação ____/____/____

Prof. Dr. Domingos Bernardo Gomes Santos (Orientador)
IFSP – Instituto Federal de São Paulo

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Domingos Bernardo Gomes Santos (Orientador)
IFSP – Instituto Federal de São Paulo

Prof. Me. Antonio Airton Palladino (Membro)
IFSP – Instituto Federal de São Paulo

Prof. Dr. José Braz de Araújo (Membro)
IFSP – Instituto Federal de São Paulo

RESUMO

O presente estudo aborda o uso da wiki para a gestão do conhecimento nas empresas. A partir da observação da implementação em algumas organizações, percebe-se que poucas delas elaboraram uma estratégia para efetuar o controle e incentivar o engajamento dos colaboradores na utilização da wiki. Sendo assim, a pesquisa tem como objetivo identificar as possíveis ações para motivar os funcionários a contribuírem com a gestão do conhecimento através da criação e edição de artigos na wiki. Para tanto, foi realizada uma pesquisa social com os usuários mais participativos da Wikipédia Lusófona em 2017. O ambiente de estudo foi a Wikipédia, pois diversos autores acreditam que o sucesso do site colaborou na disseminação do uso da wiki nas organizações e que também os usuários da Wikipédia podem servir como base de comparação em uma wiki utilizada nas organizações. A partir da análise dos resultados, pode-se observar que há diversas estratégias que as organizações podem adotar para incentivar a criação e edição de artigos na wiki, tais como: utilizar uma wiki com funcionalidades similares à Wikipédia; ter um guia de orientação claro e objetivo; evitar o uso de incentivos materiais; destacar os artigos de melhor qualidade; ranquear os usuários mais participativos; atribuir funções administrativas conforme o nível de participação dos usuários na comunidade.

Palavras-chave: empresa, gestão do conhecimento, wiki, Wikipédia.

ABSTRACT

The present study is about the use of wiki for knowledge management in companies. From the observation of the implementation in some organizations, it is noticed that few of them elaborated a strategy to control and encourage the engagement of the collaborators in the use of wiki. Thus, the research aims to identify possible actions to motivate employees to contribute to knowledge management through the creation and editing of articles in a wiki. To do so, a social research was conducted by with the most participative users of Lusophone Wikipedia in 2017. The study environment was Wikipedia because several authors believe that the success of the site collaborated in the dissemination of the use of wiki in organizations and also the Wikipedia's users can serve as a basis for comparison in a wiki used in the organizations. From the analysis of the results, it can be observed that there are several strategies that the organizations can adopt to encourage the creation and edition of articles in a wiki, such as: to use a wiki with similar Wikipedia features; have a clear and objective guide; avoid the use of material incentives; highlight the articles of better quality; ranking the most participatory users; assign administrative functions according to the level of user participation in the community.

Keywords: company, knowledge management, wiki, Wikipedia.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Modelo SECI.....	8
Figura 2 - Estágios da Transferência do Conhecimento	10
Figura 3 - Modelo de Transferência do Conhecimento	12
Figura 4 - Classificação dos Trabalhadores do Conhecimento	14

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade por Classificação dos Elementos da Amostra.....	31
Tabela 2 - Distribuição da Amostra por Gênero	31
Tabela 3 - Distribuição da Amostra por País.....	32
Tabela 4 - Distribuição da Amostra por Unidade Federativa Brasileira	33
Tabela 5 - Média de Afiliação na Wikipédia	34
Tabela 6 - Cálculo de RM nas Questões de Avaliação	34
Tabela 7 - Cálculo de RM nas Questões de Importância/Relevância	35
Tabela 8 - Respondentes da Pesquisa Social.....	35
Tabela 9 - Respostas da Avaliação das Funcionalidades Disponíveis para Criar Artigos na Wikipédia.....	37
Tabela 10 - Respostas da Avaliação das Funcionalidades Disponíveis para Editar Artigos na Wikipédia	37
Tabela 11 - Respostas sobre a Usabilidade da Wikipédia	38
Tabela 12 - Respostas da Adoção de Incentivos Materiais na Wikipédia	40
Tabela 13 - Respostas dos Momentos para Adotar os Incentivos Materiais na Wikipédia.....	42
Tabela 14 - Respostas da Adoção de Incentivos Sociais na Wikipédia	44
Tabela 15 - Respostas do Uso das Funções Administrativas na Gestão de Conteúdo na Wikipédia	46
Tabela 16 - Respostas das Políticas de Meritocracia na Atribuição de Funções Administrativa.....	48
Tabela 17 - Respostas Sobre a Importância do Uso da Wiki nas Empresas ...	49
Tabela 18 – Respostas da Frequência de Uso da Wiki da Empresa	49

SUMÁRIO

1	Introdução.....	1
1.1	Objetivo	3
1.2	Justificativa	3
2	Referencial Teórico.....	5
2.1	Gestão de Serviços	5
2.2	Gestão do Conhecimento	6
2.3	Modelos de Gestão do Conhecimento.....	7
2.3.1	Nonaka (1994)	8
2.3.2	Szulanski (1996)	9
2.3.3	Alavi e Leidner (2001).....	11
2.3.4	Gagné (2009).....	11
2.4	Trabalhador do Conhecimento	13
2.5	Métricas de Gestão do Conhecimento.....	15
2.6	Ferramentas de Gestão do Conhecimento.....	18
2.7	Uso da Wiki nas Empresas.....	19
2.8	Wikipédia	21
3	Materiais e Métodos.....	23
3.1	Formulação do Problema de Pesquisa.....	23
3.2	Operacionalização das Variáveis.....	24
3.3	Delineamento da Pesquisa	25
3.3.1	Amostra de Pesquisa	25
3.3.2	Estratificação de Elementos.....	27
3.3.3	Instrumentos para Coleta de Dados.....	27
3.3.4	Pré-Teste	28
4	Análise e Interpretação dos Resultados	31
4.1	Caracterização dos Elementos da Pesquisa	31
4.2	Ranking Médio.....	34
4.3	Apresentação da Análise dos Resultados	35
4.3.1	Usabilidade	36
4.3.2	Incentivo Material	39

4.3.3	Incentivo Social	43
4.3.4	Funções Administrativas na Gestão de Conteúdo	45
4.3.5	Uso Wiki nas Empresas	48
5	Estratégias para Motivar o Uso da Wiki nas Empresas	51
6	Conclusões do Trabalho	55
	Referências Bibliográficas.....	58
	Apêndice A - Questionário Enviado.....	62
	Apêndice B - Resultado por Grupo de Classificação	66

1 INTRODUÇÃO

Serviços de TI são importantes em uma organização e é fundamental uma gestão adequada capaz de transformar capacidades e recursos para agregar um alto valor para os clientes (RANCE, 2011).

A criticidade e complexidade dos serviços de TI demandam uma gestão organizada e efetiva. Para ajudar na gestão de serviços de TI, foi criado um guia de boas práticas para orientação das empresas que é chamado de *Information Technology Infrastructure Library* (ITIL) (MAGALHÃES; PINHEIRO, 2007).

Um dos processos na gestão de serviços sugeridos pelo ITIL é gerenciamento do conhecimento que fornece valor em todas as etapas do ciclo de vida do serviço (RANCE, 2011).

A gestão do conhecimento é muito importante em uma organização, pois ajuda a disponibilizar o conhecimento certo para as pessoas corretas em tempo de incorporá-lo na construção de produtos e serviços com um diferencial competitivo (JENNEX; SMOLINK; CROASDELL, 2008; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Apesar da importância da gestão do conhecimento, pode-se observar que há diversas dificuldades para que o conhecimento das empresas seja repassado de forma natural. Segundo Szulanski (1996), os principais desafios para disseminar o conhecimento são: má interpretação do conteúdo no contexto aplicado; falta de motivação para compartilhar e/ou aprender; falta de confiança entre o receptor e o detentor do conhecimento; problemas de relacionamentos que geram uma comunicação falha entre as pessoas.

Para compreender e minimizar as barreiras citadas por Szulanski (1996), deve-se entender o fluxo do conhecimento nas organizações. Por isso, há diversos modelos de gestão do conhecimento na literatura que focam diferentes perspectivas nas empresas.

Um dos modelos estudados é de Alavi e Leidner (2001) que abordam a fluidez do conhecimento com o foco de sistemas de informação. Assim, a TI pode oferecer diversas ferramentas que auxiliam os trabalhadores do conhecimento a atuar com maior efetividade na geração de valor na empresa.

Além de facilitar a disponibilização do conhecimento, as ferramentas de TI fornecem dados para que os gestores possam avaliar o processo e definir melhorias na organização (BOSE, 2009; GAGNÉ, 2009).

Atualmente, as empresas adotam diversas ferramentas que ajudam na gestão do conhecimento e focam nas pessoas, como: *blog*, rede social e wiki (KIRCHNER; RAZMERITA; SUDZINA, 2009; LEVY, 2009). Além de servir de repositório de conteúdo, as ferramentas incentivam os colaboradores a participarem ativamente e trabalhar em conjunto para melhorar o conteúdo (LEVY, 2009).

A wiki, foco deste trabalho, consiste em um site bem estruturado com páginas padronizadas que são mantidas por diversos usuários (LEVY, 2009).

Segundo Hasan e Plaff (2006), a wiki permite a criação de uma biblioteca eficaz através dos esforços colaborativos dos trabalhadores do conhecimento. Por isso, o sucesso da wiki está diretamente relacionado não apenas ao apoio da alta gestão, mas também ao engajamento dos funcionários em uma cultura organizacional cooperativa.

Um conhecido exemplo de wiki é a Wikipédia que possui um nome que representa a combinação do uso dos conceitos de wiki e enciclopédia (WIKIPÉDIA, 2017).

A Wikipédia conquistou diversos usuários para criar, editar ou ler os artigos e demonstra que diversas pessoas podem trabalhar de maneira colaborativa para produzir conteúdo (WIKIPÉDIA, 2017). O grande sucesso da Wikipédia ajudou a alavancar o uso da wiki em empresas de diversos setores (SHAOHUA; FAN, 2008; HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010).

Segundo Arazy *et al.* (2009), os usuários da Wikipédia contribuem na comunidade por diversos fatores, tais como: diversão, aprendizagem, pressão social e benefícios pessoais.

Os fatores motivacionais da Wikipédia são semelhantes aos dos usuários de uma wiki utilizada na empresa e podem servir como base de comparação para as métricas empresariais (ARAZY *et al.*, 2009).

No cenário empresarial, observa-se a importância e a necessidade do engajamento dos funcionários em produzir conteúdo na wiki para contribuir com a produção do conhecimento. As próximas seções apresentam o objetivo e a justificativa do estudo.

1.1 OBJETIVO

Este trabalho tem como principal objetivo identificar as estratégias para motivar as pessoas a contribuírem com a gestão do conhecimento através da criação e edição de artigos em uma wiki.

1.2 JUSTIFICATIVA

Na gestão de serviço, o ITIL orienta quatro atividades na gestão do conhecimento: estratégia; transferência do conhecimento; gerenciamento de informações e dados; e uso de um sistema de gestão do conhecimento de serviço (RANCE, 2011).

Ao analisar as atividades sugeridas no ITIL e a implementação da gestão do conhecimento em quatro empresas da área de TI, a autora do trabalho pode perceber que as organizações focavam na adoção de uma ferramenta, mas pecavam na elaboração de uma estratégia para efetuar o controle e incentivar o engajamento dos colaboradores na mudança, tornando o processo de transição lento e, muitas vezes, falho.

A wiki em uma empresa apresenta diversas vantagens na gestão do conhecimento, tais como: captura e disseminação do conhecimento na organização; localização e filtragem de conhecimento; manutenção dinâmica do conteúdo através da colaboração dos funcionários (KINITI; STANDING, 2013).

A sustentabilidade e longevidade da wiki dependem do apoio da alta gestão e de uma cultura organizacional colaborativa (HASAN; PFAFF, 2012).

A criação de uma cultura participativa possibilita um maior engajamento dos funcionários nas práticas de gestão do conhecimento (LIN, 2007) e o uso intensivo e consciente da wiki (HASAN; PFAFF, 2012).

Ao efetuar o levantamento na literatura sobre a motivação das pessoas para o uso da wiki nas empresas para a gestão do conhecimento, a autora do estudo pode encontrar diversas pesquisas que abordavam os fatores motivacionais para a aceitação e adoção da wiki pelos colaboradores, mas poucos autores abordaram o tema referente às estratégias de gestão do conhecimento que podem ser utilizadas para incentivar o uso na organização.

Um exemplo de wiki é a Wikipédia que possuía quase 998 mil artigos e aproximadamente 6,2 mil usuários ativos até Maio de 2018 (WIKIPÉDIA, 2018a).

Além do crescente conteúdo e dos usuários cadastrados, o site é listado como um dos mais visitados em 2018. Segundo Alexa (2018), a Wikipédia está em quinto lugar no *ranking* global e décimo segundo no brasileiro. Desta forma, pode-se verificar que a comunidade possui um grande volume de visitas, conteúdo e usuários engajados na manutenção dos artigos.

O grande sucesso da Wikipédia introduziu o conceito da wiki para o público em geral e colaborou para as empresas adotarem a tecnologia (SHAOHUA; FAN, 2008; HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010).

Arazy *et al.* (2009) acreditam que os dados sobre o crescimento e as motivações dos usuários da Wikipédia podem servir como base de comparação na wiki empresarial.

Sendo assim, pode-se utilizar a Wikipédia Lusófona para obter os elementos da amostra da pesquisa a fim de identificar as estratégias que podem ser utilizadas incentivar as pessoas a produzirem conteúdo na wiki.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo apresenta as relações entre elementos identificados como importantes para o entendimento da pesquisa com base em uma análise crítica das referências bibliográficas.

2.1 GESTÃO DE SERVIÇOS

Um serviço de TI é um meio de agregar valor aos clientes através da combinação de tecnologia da informação, pessoas e processos com o objetivo de ajudar a empresa a obter os resultados (RANCE, 2011).

A gestão dos serviços de TI é fundamental para alocar corretamente os recursos disponíveis e os controlar de forma integrada para que os clientes possam perceber a qualidade do serviço (MAGALHÃES; PINHEIRO, 2007).

Quanto mais madura é a gestão de serviços, maior é a capacidade de produzir consistentemente serviços de qualidade que atendam as necessidades estratégicas de negócio de forma oportuna e econômica (RANCE, 2011).

Para ajudar a implementação da gestão de serviços nas empresas, foram criados diversos modelos que contribuem a reduzir os custos e riscos referentes às transformações dos processos organizacionais (HOCHSTEIN; ZARNEKOW; BRENNER, 2005).

Um desses modelos é o *Information Technology Infrastructure Library* (ITIL) que é um guia com as boas práticas para orientar as empresas a efetuar o gerenciamento de processos internos da área de TI com efetividade (MAGALHÃES; PINHEIRO, 2007).

Além de facilitar a entrega de serviços de TI de alta qualidade a um custo justificável (GALUP *et al.*, 2009), o ITIL proporciona diversos benefícios para a organização, como: infraestrutura mais previsível, rigor aprimorado em testes e mudanças no sistema, serviço contínuo de ponta a ponta, processos documentados e consistentes de gerenciamento de serviços de TI em toda a organização (CATER-STEEL; TOLEMAN; TAN, 2007).

O ITIL é construído em torno de uma perspectiva de sistemas baseados em processos de controle e gerenciamento de operações de TI, incluindo melhoria contínua e métricas (GALUP *et al.*, 2009).

Os processos do ITIL estão organizados em cinco áreas: estratégia, desenho, transição, operação e melhoria contínua (RANCE, 2011).

A transição de serviços corresponde aos processos que contribuem para o gerenciamento da mudança ou da criação de um serviço no ambiente produtivo (RANCE, 2011).

Um dos processos fundamentais na transição é o gerenciamento do conhecimento por causa da necessidade de se ter o conhecimento relevante e apropriado durante a transição do serviço (RANCE, 2011). Devido à importância da gestão do conhecimento neste estudo, o assunto é detalhado na próxima seção.

2.2 GESTÃO DO CONHECIMENTO

Davenport e Prusak (1998) possuem uma visão ocidental do conhecimento e o descrevem como uma mistura constante de experiência, valores, informações contextualizadas e discernimento.

Já Nonaka (1994) tem uma visão oriental e acredita que o conhecimento é composto por dois componentes que se complementam: explícito e tácito. O explícito é expresso em palavras, números ou sons e pode ser transmitido em linguagem formal e sistemática. O tácito é a parte do conhecimento de difícil de formalização e comunicação por estar profundamente ligado na ação, comprometimento e envolvimento do indivíduo em um contexto específico.

Além de estar diretamente relacionado com a capacidade de oferecer um serviço de qualidade (RANCE, 2011), o conhecimento se tornou fundamental em muitas empresas por possibilitar uma vantagem competitiva e um diferencial nos produtos oferecidos (DAVENPORT; PRUSAK, 1998; TAKEUCHI; NONAKA, 2008; O'DELL; HUBERT, 2011). Por isso, percebe-se a necessidade de um processo contínuo para gerir o conhecimento organizacional.

A gestão do conhecimento é um processo para a empresa atuar com a máxima inteligência possível através da compreensão, criação, renovação e aplicação do conhecimento (WIIG, 1997). Desta forma, o conhecimento pode ser disseminado por toda a organização e incorporado rapidamente em novas tecnologias e produtos (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

A gestão do conhecimento também pode ser definida como a simplificação da criação, transferência e compreensão do conhecimento da empresa com objetivo de

criar valor para a organização (DAVENPORT e PRUSAK, 1998; O'DELL e HUBERT, 2011). Sendo assim, uma boa gestão no conhecimento da empresa permite a obtenção do conhecimento no lugar certo, pela pessoa correta e no momento adequado para melhorar o desempenho organizacional e individual, reduzindo a necessidade de redescobrir o conhecimento (JENNEX; SMOLINK; CROASDELL, 2008; RANCE, 2011).

Como se pode observar, a gestão do conhecimento é discutida por diversos autores na literatura e possui diferentes definições complementares. Por isso, Leite e Costa (2006) generalizaram as definições e concluíram que a gestão do conhecimento está relacionada às boas práticas para criação, compartilhamento e utilização do conhecimento disponível na organização.

Baseando-se nos benefícios da gestão do conhecimento, é importante compreender como o conhecimento flui dentro das empresas para propor melhorias no processo. A próxima seção apresenta alguns modelos de gestão encontrados na bibliografia.

2.3 MODELOS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

Assim como existem inúmeras definições para gestão do conhecimento, também há diferentes modelos na literatura para fazer com que o conhecimento flua na organização. Entretanto, Alavi e Leidner (2001) acreditam que não há conceitos subjacentes nos variados modelos utilizados, mas sim pequenas divergências em termos de números e nomenclatura nos processos.

Com o intuito de entender o fluxo do conhecimento, o estudo apresenta quatro modelos propostos por diferentes autores: Nonaka (1994), Szulanski (1996), Alavi e Leidner (2001) e Gagné (2009).

Os autores foram escolhidos por possuírem enfoques distintos em suas pesquisas:

- **Nonaka (1994):** concentra-se nas conversões do conhecimento na organização;
- **Szulanski (1996):** destaca a transferência do conhecimento nas empresas;
- **Alavi e Leidner (2001):** focam na gestão do conhecimento com o uso de sistemas da informação;

- **Gagné (2009)**: estuda a criação de um ambiente propício para a gestão do conhecimento nas empresas.

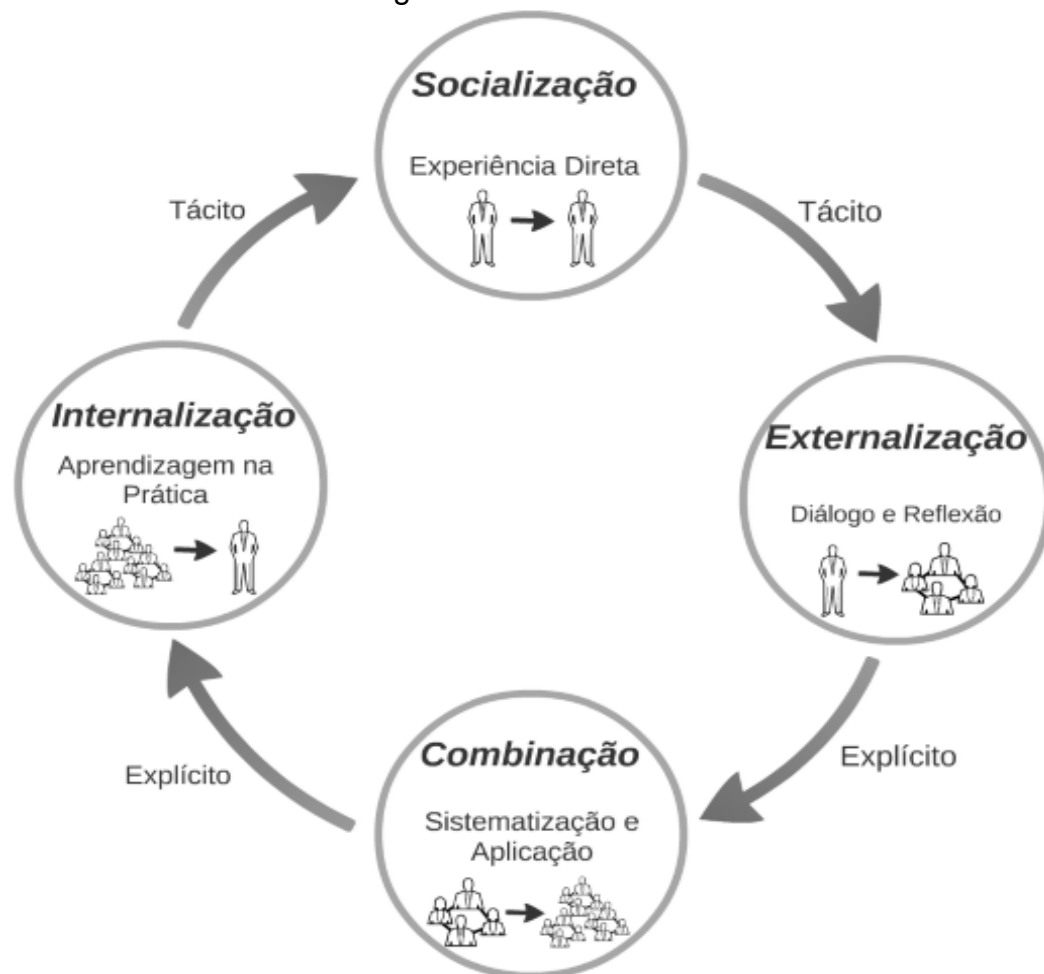
As próximas seções detalham cada um dos modelos.

2.3.1 NONAKA (1994)

O modelo proposto por Nonaka (1994) é a espiral do conhecimento que representa como os componentes tácitos e explícitos são convertidos dentro da organização a fim de agregar valor nos produtos.

Conforme mostra a Figura 1, o modelo possui quatro formas de transformação: **S**ocialização, **E**xternalização, **C**ombinação e **I**nternalização (SECI) (NONAKA, 1994; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Figura 1 - Modelo SECI



Fonte: adaptado de Takeuchi e Nonaka (2008)

A criação se inicia com a socialização que ocorre quando um indivíduo compartilha e cria conhecimento tácito através da experiência direta para outro indivíduo no dia a dia (NONAKA, 1994; TAKEUCHI; NONAKA, 2008). Desta forma, é possível gerar ativos de conhecimento experimentais na organização (SMITS; MOOR, 2004).

A segunda transformação é a externalização na qual um indivíduo dissemina o conhecimento tácito através do diálogo e da reflexão para um grupo, ou seja, o conhecimento é articulado de tácito para explícito e se torna a base para um novo conhecimento (NONAKA, 1994; TAKEUCHI; NONAKA, 2008). A externalização contribui para os ativos de conhecimento conceituais (SMITS; MOOR, 2004).

A terceira conversão é a combinação que acontece quando um grupo sistematiza o conteúdo coletado e aplica o conhecimento explícito na organização (NONAKA, 1994; TAKEUCHI; NONAKA, 2008). O conhecimento combinado pertence ao ativo de conhecimento sistemático na organização (SMITS; MOOR, 2004).

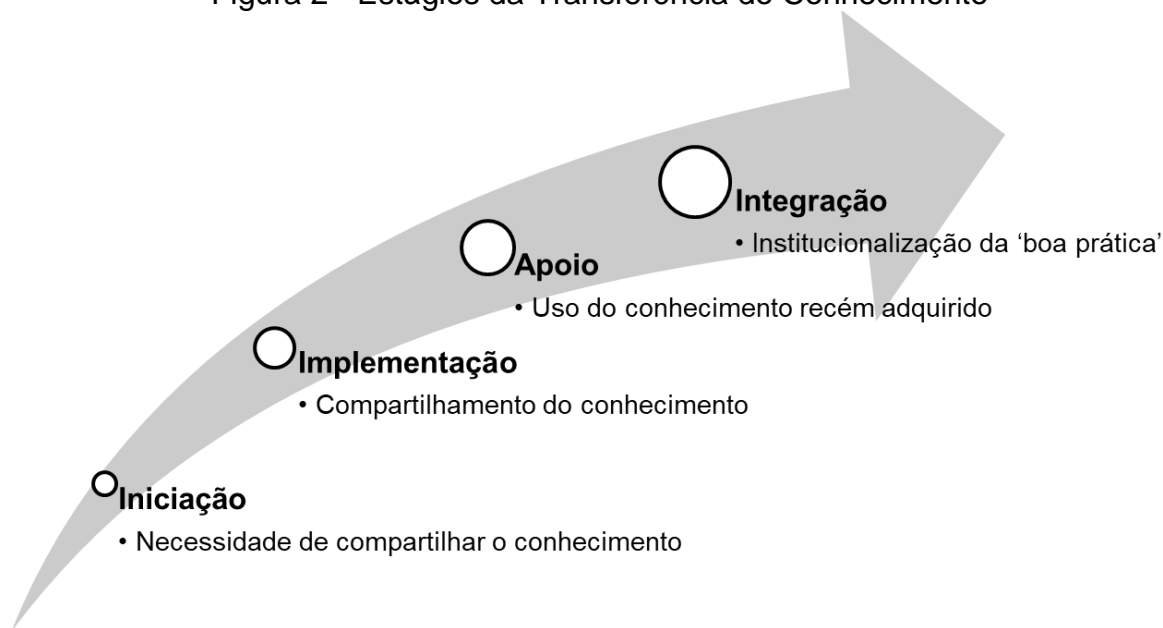
A última forma de transformação é a internalização que representa quando uma organização aprende e o indivíduo adquire um novo conhecimento tácito na prática (NONAKA, 1994; TAKEUCHI; NONAKA, 2008). Smits e Moor (2004) definem este tipo de conhecimento como sendo operacional ou rotineiro.

Ao analisar o modelo proposto por Nonaka, Smits e Moor (2004) constatam que há uma similaridade entre o capital humano e estrutural da empresa com os conhecimentos tácito e explícito. Segundo os autores, o capital humano pode ser subdividido em experimental e operacional e rotineiro que estão vinculados ao conhecimento tácito no modelo SECI. Já o capital estrutural pode ser fragmentado entre o ativo de conhecimento conceitual e o sistemático que se relacionam com o conhecimento explícito (SMITS; MOOR, 2004).

2.3.2 SZULANSKI (1996)

Szulanski (1996) estudou como o conhecimento flui na organização com o foco na transferência e identificou quatro estágios (Figura 2): iniciação, implementação, apoio e integração.

Figura 2 - Estágios da Transferência do Conhecimento



Fonte: o autor

O estágio da iniciação ocorre quando se verifica a necessidade de um conhecimento que pode existir na organização, mas que possivelmente está escondido (SZULANSKI, 1996). Ao longo da primeira fase, são realizadas pesquisas e análises das soluções em potencial para identificar solução mais apropriada no momento (SZULANSKI, 1996).

Durante o estágio seguinte, implementação, o detentor do conhecimento repassa o conhecimento para outra pessoa, fazendo as adaptações no conteúdo de acordo com a necessidade do receptor para minimizar os problemas vivenciados anteriormente e facilitar a assimilação (SZULANSKI, 1996). As atividades desse estágio terminam ou diminuem depois que o destinatário começa a usar o conhecimento transferido (SZULANSKI, 1996).

O próximo estágio, o de apoio, começa quando o conhecimento transferido é utilizado, possibilitando a identificação e correção de problemas (SZULANSKI, 1996).

Por fim, o estágio de integração se inicia depois que o receptor atingiu bons resultados com o conhecimento transferido (SZULANSKI, 1996). Esta 'boa prática' se tornará gradualmente uma rotina até ser institucionalizada (SZULANSKI, 1996).

2.3.3 ALAVI E LEIDNER (2001)

Alavi e Leidner (2001) analisaram diversos modelos de gestão do conhecimento e sintetizaram quatro processos básicos para os sistemas da informação: criação, armazenamento, transferência e aplicação.

A criação representa a construção ou substituição de conteúdos na organização através da integração contínua entre as dimensões tácitas e explícitas que faz com que o conhecimento flua de níveis individuais, grupais e organizacionais (ALAVI; LEIDNER, 2001). Ou seja, a criação envolve todos os estágios do modelo SECI proposto por Nonaka (1994).

O processo de armazenamento simboliza o recolhimento, a organização e a recuperação do conhecimento explícito e tácito representando a memória da organização (ALAVI; LEIDNER, 2001). Segundo Stein e Zwass (1995), a memória organizacional é o conhecimento de experiências passadas que contribuem para a redução de custos e tomadas de decisões mais efetivas.

A transferência se caracteriza a comunicação do conhecimento explícito e/ou tácito dos indivíduos da organização (ALAVI; LEIDNER, 2001).

Por fim, o processo de aplicação corresponde à etapa em que há a integração e uso do conhecimento para aperfeiçoar o desempenho organizacional (ALAVI; LEIDNER, 2001).

2.3.4 GAGNÉ (2009)

A necessidade de mudança do comportamento dos profissionais fez com que as empresas apliquem algumas ações para criar um ambiente propício para a gestão do conhecimento. Gagné (2009) estudou diversas teorias para a transmissão do conhecimento e propôs um modelo para incentivar a criação e manutenção de uma cultura organizacional favorável para a colaboração.

O modelo possui cinco práticas: seleção de colaboradores, desenho de trabalho, estilo gerencial, avaliação de desempenho e sistema de recompensa e treinamento. A Figura 3 apresenta como as ações estão organizadas nas empresas.

Figura 3 - Modelo de Transferência do Conhecimento



Fonte: o autor

A primeira prática é no momento da seleção de pessoas. Gagné (2009) defende a necessidade de possuir um critério para avaliar a compatibilidade dos valores do candidato e da organização. Desta forma, a empresa tende a contratar pessoas com atitudes positivas para disseminar os seus conhecimentos.

No dia a dia das atividades, há duas práticas: o estilo gerencial e o desenho de trabalho.

Os gestores devem ser capacitados para terem comportamentos que incentivem a transferência do conhecimento (GAGNÉ, 2009). Por exemplo: compreender as perspectivas dos subordinados, incentivar a autonomia e auto iniciação, fornecer informações relevantes e minimizar pressões (GAGNÉ, 2009)

Já o desenho de trabalho, deve permitir a criação de oportunidades para troca de conhecimento através da influência em três necessidades pessoais: autonomia, competência e necessidade de relacionamento (GAGNÉ, 2009). Por isso, o ambiente deve ser propício para que os colaboradores possam: realizar diversas tarefas e habilidades para atuar no trabalho inteiro; possuir contato direto com os envolvidos nas atividades; ter algum poder de decisão; receber um *feedback* do desempenho (GAGNÉ, 2009)

A atuação no dia a dia deve ser observada e Gagné (2009) orienta a incorporação de indicadores referentes à transferência do conhecimento nas avaliações de desempenho com o intuito de recompensar as pessoas pelo

intercâmbio de conhecimento. Entretanto, vale ressaltar que as métricas voltadas para a gestão e transferência do conhecimento ainda são imaturas, existindo a necessidade de testar diferentes opções para verificar os efeitos na motivação dos funcionários.

Com a avaliação da operação no dia a dia, a empresa pode disponibilizar treinamentos que possibilitem a comunicação e criação regras sobre o comportamento para transmitir o conhecimento (GAGNÉ, 2009). Por exemplo, pode-se fornecer cursos referentes à habilidade de comunicação e para determinar o que e como compartilhar o conhecimento (GAGNÉ, 2009).

Com a adoção das cinco práticas citadas, Gagné (2009) acredita que facilitará o fluxo do conhecimento nas organizações. Entretanto, vale ressaltar que a mudança cultural é algo complexo e deve ser realizado gradualmente na empresa para que os trabalhadores do conhecimento atuem com efetividade na geração de valor da empresa. A próxima seção detalha os conceitos de um trabalhador do conhecimento.

2.4 TRABALHADOR DO CONHECIMENTO

Segundo Drucker (1999, 2001), o termo trabalhador do conhecimento é utilizado para referenciar as pessoas com considerável conhecimento teórico e aprendizagem que aplicam intensamente o que sabem no seu trabalho.

Davenport (2006) evoluiu a definição de Drucker ao descrever que são pessoas que possuem grandes níveis de competência, experiência e escolaridade com intuito principal de criar, distribuir ou aplicar o conhecimento em suas atividades.

Carneiro (2000) reforça a importância do trabalhador do conhecimento ao afirmar que é a principal competência intelectual em muitas empresas e fator central para um desenvolvimento sustentável.

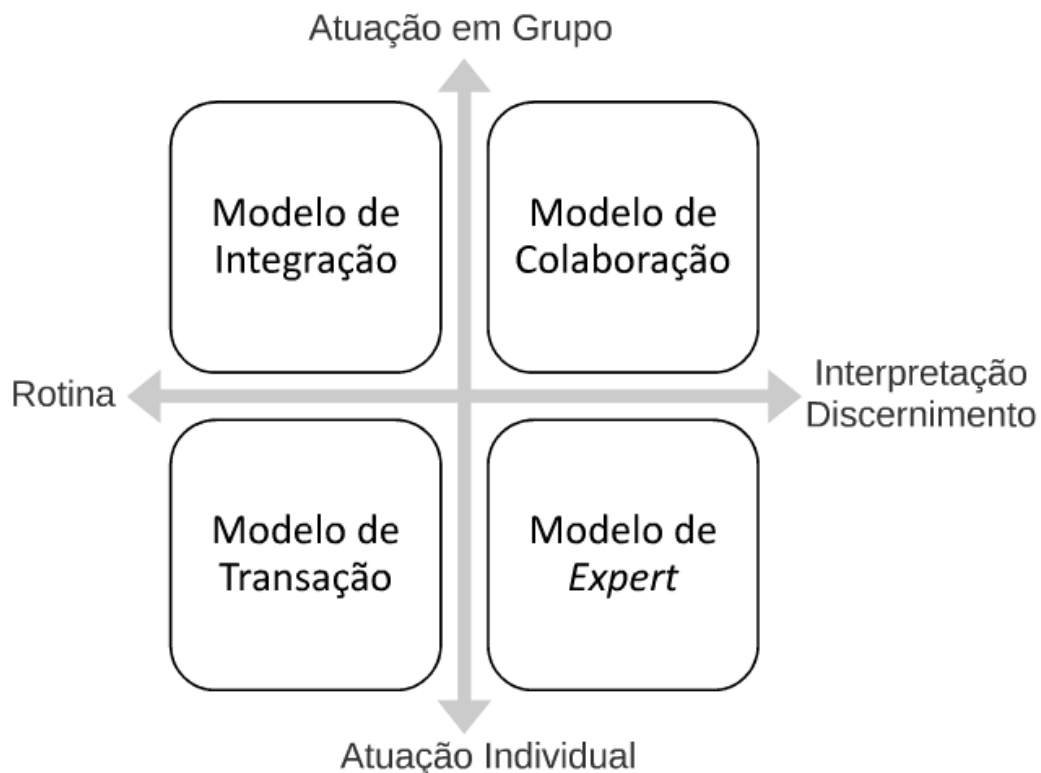
Além de agregar valor nas organizações, os trabalhadores do conhecimento geram desafios à gestão convencional por terem autonomia, motivação e atitude diferente dos demais (DAVENPORT, 2006).

Davenport (2006) destaca as seguintes principais características dos trabalhadores do conhecimento:

- **Autonomia:** não gostam de receber ordens e preferem ter independência dos processos que seguem. Precisam saber “o que” é para ser feito e o prazo. O “como fazer” é tarefa deles para descobrir;
- **Motivação:** estão cientes da importância do trabalho que realizam e se encarregam de efetuar melhorias mais evidentes;
- **Atitude:** são comprometidos com o trabalho e valorizam tanto o conhecimento pessoal que pode ser difícil compartilhá-lo na organização.

Além de detalhar o perfil do trabalhador do conhecimento, Davenport (2006) também os estruturou de acordo com o nível de interdependência na organização e complexidade do trabalho conforme apresenta a Figura 4.

Figura 4 - Classificação dos Trabalhadores do Conhecimento



Fonte: adaptado de Davenport (2006)

De acordo com a Figura 4, o modelo de transação é para os trabalhadores que atuam individualmente em um ambiente mais rotineiro com autonomia limitada. As funções executadas com base em regras, procedimentos e treinamentos formais (DAVENPORT, 2006).

O *expert* atua, geralmente, sozinho e o seu trabalho é altamente interpretativo baseando-se no conhecimento próprio (DAVENPORT, 2006). Dessa forma, pode ser difícil fazer com que utilizem o conhecimento de outras pessoas.

O modelo de integração representam as pessoas que atuam de forma colaborativa e executam tarefas sistemáticas e repetitivas através da aplicação de processos, metodologias e padrões formais (DAVENPORT, 2006). Segundo Davenport (2006), este tipo de trabalhador geralmente preocupa-se em captar o conhecimento para reutilizá-lo.

O colaborador atua em equipes e o seu trabalho requer a improvisação do seu conhecimento para a execução de suas atividades, sendo o mais difícil de ser aprimorado de forma estruturada (DAVENPORT, 2006).

A classificação proposta por Davenport (2006) contribui para as empresas definirem a maneira mais adequada para gerenciar, avaliar e melhorar o desempenho dos trabalhadores do conhecimento.

A melhoria da produtividade dos trabalhadores é um dos principais desafios dos tempos atuais por haver a necessidade de mensurar o desempenho (DRUCKER, 1999). Entretanto, de acordo Davenport (2006), metrificar o resultado é uma tarefa complexa por envolver medir a qualidade das entregas.

Assim como a avaliação dos trabalhos do conhecimento é uma atividade árdua, aferir a gestão do conhecimento nas empresas também é. A próxima seção aborda algumas as métricas utilizadas que foram encontradas na literatura.

2.5 MÉTRICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

A mensuração da efetividade da gestão do conhecimento é extremamente importante para que os gestores possam avaliar o processo e definir os pontos de melhoria (BOSE, 2009; GAGNÉ, 2009).

As métricas definidas pelas empresas devem estar alinhadas aos objetivos da adoção da gestão do conhecimento e precisam cobrir tanto os aspectos quantitativos quanto qualitativos (GOLDONI; OLIVEIRA, 2010).

Hanley e Malafsky (2003) recomendam as seguintes perguntas para entender os objetivos da gestão do conhecimento:

- Qual é o objetivo do negócio?

- Quais são os métodos e ferramentas utilizadas para a gestão do conhecimento?
- Quem são as partes envolvidas e o que precisam saber?
- Qual é o modelo de métrica mais adequado para a empresa?
- O que se deve medir?
- Quais são os dados a serem coletados e analisados nas métricas?
- O que as métricas podem significar e como se deve mudar?

Na literatura foram encontradas diversas medidas para verificar o conhecimento na organização que focam em pessoas e processos. Com o propósito de melhorar a apresentação das métricas, os resultados foram agrupados de acordo com o tipo de conhecimento avaliado: tácito e explícito.

Como o conhecimento tácito é gerado, principalmente, pela interação entre as pessoas e vivência, as métricas citadas como exemplo envolvem os relacionamentos e uso do conhecimento da prática:

- **Comunicação na equipe:** a necessidade de se medir a comunicação na equipe foi abordada em diversos estudos. Liebowitz e Suen (2000) sugerem metrificar o número de novas relações para saber os relacionamentos gerados na empresa. Smits e Moor (2004) propõem calcular o percentual médio entre os membros que trabalham na mesma sala com o total de membros da mesma equipe para verificar se o ambiente é favorável à interação informal cara a cara;
- **Horas de troca de conhecimento:** Fairchild (2002), Bose (2004) e Smits e Moor (2004) recomendaram medir as horas gastas na troca de conhecimento, mas cada autor teve uma visão diferente. Fairchild (2002) recomenda avaliar as horas internas para melhoria de processos da gestão do conhecimento. Bose (2004) cita mensurar as horas de treinamento por funcionário e as horas de um colaborador mais experiente para explicar a estratégia e as ações. Smits e Moor (2004) propõem focarem no tempo para os encontros informais, pois, geralmente, é onde o conhecimento tácito é trocado positivamente;
- **Melhoria nas competências dos empregados:** a melhoria nas habilidades dos colaboradores foi uma métrica proposta por Govender e

Potas (2007) e Goldoni e Oliveira (2010) com o intuito de avaliar a evolução das competências com a ajuda da gestão do conhecimento;

- **Taxa de rotatividade:** a taxa de rotatividade é importante para avaliar a capacidade da empresa de reter os talentos e foi proposta por Bose (2004) e Govender e Potas (2007);
- **Horas de retrabalho e tempo do ciclo ou processo:** com o aperfeiçoamento da eficiência dos profissionais, tende-se a melhorar a produtividade e a qualidade dos processos e serviços para fazer certo da primeira vez. Por isso, é necessário medir tanto o tempo do ciclo ou processo quanto as horas de retrabalho (FAIRCHILD, 2002; HANLEY; MALAFSKY, 2003; BOSE, 2004; GOVENDER; POTAS, 2007; JENNEX; SMOLNIK; CROASDELL, 2008; GOLDONI; OLIVEIRA, 2010).

Para avaliar o conhecimento explícito, verificou-se as métricas que envolvem principalmente os artefatos da empresa (documentos, vídeo, áudio, etc.), pois é um tipo de conhecimento que pode é transmitido em linguagem formal e sistemática. Exemplos:

- **Número de artefatos gerados e armazenados:** Smits e Moor (2004) e Goldoni e Oliveira (2010) indicam medir a quantidade de artefatos gerados e armazenados na base do conhecimento das empresas;
- **Qualidade dos artefatos armazenados:** Goldoni e Oliveira (2010) defendem a importância de avaliar a qualidade dos artefatos por especialistas no assunto para garantir que apenas os itens relevantes sejam guardados na base de conhecimento da empresa;
- **Frequência de atualização dos artefatos:** Hanley e Malafsky (2003) e Goldoni e Oliveira (2010) sugerem avaliar a frequência de acesso. Entretanto, deve-se ter atenção com a métrica por poder representar a evolução dos artefatos ou a correção do conteúdo armazenado erroneamente (GOLDONI; OLIVEIRA, 2010);
- **Frequência de uso dos artefatos:** a mensuração da frequência de uso dos artefatos foi proposta por Hanley e Malafsky (2003) e Goldoni e Oliveira (2010). No entanto, deve-se existir um cuidado na análise da medida por poder identificar apenas a relevância do assunto e não que

as pessoas realmente utilizam o conteúdo (GOLDONI; OLIVEIRA, 2010);

- **Avaliação do uso dos artefatos:** a avaliação do uso do artefato pode ser utilizada para verificar se o conhecimento adquirido foi possível ser incorporado no processo e/ou produto de modo a ser reutilizado pela empresa (HANLEY; MALAFSKY, 2003; BOSE, 2004; JENNEX; SMOLNIK; CROASDELL, 2008; GOLDONI; OLIVEIRA, 2010).

Pode-se observar na literatura que as métricas de gestão do conhecimento ainda são imaturas e deve ser avaliada a viabilidade de coleta de dados para a geração dos indicadores. Desta forma, a etapa referente à avaliação do modelo da Gagné (2009) é algo bem complexo para definição das empresas.

Além da dificuldade na definição do modo de avaliação da gestão do conhecimento, as empresas também enfrentam um desafio de criar uma cultura organizacional favorável para a colaboração. Segundo Takeuchi e Nonaka (2008), a construção de um ambiente propício ocorre através da formulação da intenção organizacional e aceitação por parte dos colaboradores para se ter um comprometimento coletivo.

Sendo assim, pode-se observar a necessidade do envolvimento dos colaboradores na gestão do conhecimento através do uso consciente de ferramentas que colaboram para a troca de conhecimento entre as pessoas. A próxima seção aborda algumas tecnologias utilizadas pelas empresas para a gestão do conhecimento que focam mais nas pessoas que na própria ferramenta em si.

2.6 FERRAMENTAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

Há diversas tecnologias utilizadas nas atividades diárias que facilitam a gestão do conhecimento. Por exemplo, o e-mail, a videoconferência e as ferramentas de mensagem instantânea colaboram para a comunicação e para a colaboração entre pessoas que não necessariamente estão no mesmo ambiente fisicamente (GHANI, 2009).

Atualmente, há uma tendência na adoção de ferramentas que focam mais nas pessoas que na própria tecnologia (KIRCHNER; RAZMERITA; SUDZINA, 2009). Dentre elas, pode-se destacar: *blogs*, redes sociais e *wiki*.

Os *blogs* podem ser considerados como um diário pessoal onde são encontradas diversas narrações de histórias e lições aprendidas (LEVY, 2009). A tecnologia permite a publicação de ideias e conteúdo, a construção de comunidades, a promoção do pensamento dos líderes, etc. (KIRCHNER; RAZMERITA; SUDZINA, 2009).

As redes sociais permitem a construção de comunidades de prática com o foco nos problemas profissionais (LEVY, 2009). As comunidades de prática são grupos auto-organizáveis em que as pessoas compartilham os seus conhecimentos de maneira colaborativa (DORAIRAJ; NOBLE; MALIK, 2012). Desta forma, é possível discutir soluções para desafios em comum e criar de ideias.

A wiki é um site bem estruturado com diversas páginas padronizadas nas quais o conteúdo é criado e/ou mantido por diversos usuários (LEVY, 2009). Wiki é um termo havaiano que nasceu em 1994 e significa rápido, simbolizando a agilidade dos processos de edições (HASAN; PLAFF, 2006; LEVY, 2009).

A ferramenta é formada por dois componentes: a tecnologia colaborativa wiki e as normas sociais habilitadas pela tecnologia que são considerados um código de conduta (KINITI; STANDING, 2013).

A wiki contribui para que as atividades organizacionais de gestão do conhecimento sejam mais flexíveis e adaptáveis através da colaboração dos trabalhadores do conhecimento (HASAN; PFAFF, 2012). Por ser o foco deste estudo, a próxima seção detalha o uso da wiki para a gestão do conhecimento pelas empresas.

2.7 USO DA WIKI NAS EMPRESAS

A wiki tem um grande potencial de incentivar a evolução dos trabalhadores do conhecimento através do compartilhamento de experiências e pensamentos estratégicos em uma estrutura facilmente adaptável para as necessidades da empresa e usabilidade dos usuários (HASAN; PFAFF, 2006; HENRIKSSON; MIKKONEN; VADÉN, 2008; HASAN; PFAFF, 2012).

A adoção da wiki no mundo corporativo está em crescimento. Há empresas que a utilizam para algumas atividades em equipe, tais como: desenvolvimento de ideia e disseminação de resultados de experimentos, anotações de reuniões, eventos, reporte de conferências, etc. (HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010).

Além do uso nas atividades em equipe, a wiki satisfaz algumas necessidades da gestão do conhecimento, tais como: captura e disseminação do conhecimento específico, localização e filtragem de conhecimento e manutenção dinâmica do conteúdo em um modelo colaborativo (KINITI; STANDING, 2013).

Todavia, a estrutura cooperativa da wiki pode incentivar o vandalismo do conteúdo, dificultar a avaliação da qualidade da informação e gerar uma incerteza dos usuários no propósito do uso da ferramenta.

Segundo Hasan e Pfaff (2006), o vandalismo ocorre através da edição voluntária com o objetivo de desfigurar o site ou alterar o conteúdo para incluir informação irrelevante ou até mesmo errada. Os autores acreditam que o problema pode ser minimizado através do controle de versão das modificações que permitem corrigir a parte que foi danificada.

Para a dificuldade de medir a qualidade do conteúdo, Hasan e Pfaff (2006) defendem o uso de medidas de processo e estrutura como indicadores indiretos de qualidade, por exemplo: confiabilidade de informações, qualificação de autores e uso ou aceitação do conteúdo pelos outros funcionários.

Já a insegurança dos usuários no propósito da adoção pode ser sanada através da definição clara e divulgação de um guia e regras de uso contendo o objetivo da ferramenta, o critério do conteúdo que pode ser compartilhado, o nível de formalismo dos artigos, etc. (HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010).

Hasan e Pfaff (2012) ressaltam que a sustentabilidade e longevidade da wiki dependem diretamente do apoio da alta gestão e da criação de uma cultura organizacional colaborativa.

A criação de uma cultura participativa deve envolver o engajamento dos funcionários nas práticas de gestão do conhecimento e no uso intensivo e consciente das ferramentas. Lin (2007) afirma que as empresas apenas conseguem gerir o conhecimento de maneira eficaz quando os seus trabalhadores estão dispostos a compartilhar o que sabem com os demais.

Os princípios individuais que incentivam a gestão do conhecimento foram estudados por diversos autores. Kwok e Gao (2004) e Lin (2007) afirmam a existência de dois fatores: extrínseco e intrínseco. O extrínseco envolve as razões orientadas por objetivos podendo ser gerados através de recompensas ou benefícios obtidos ao realizar uma atividade (KWOK; GAO, 2004; LIN, 2007). A

motivação intrínseca indica o envolvimento por conta própria, por interesse, ou pelo prazer e satisfação em uma atividade com objetivos altruístas (KWOK; GAO, 2004; LIN, 2007).

Pinto e Silva (2017) ressaltam que é importante para as empresas compreenderem os fatores motivacionais para ajudar a determinar as estratégias mais adequadas para que os funcionários se mantenham focados e esforçados em produzir conteúdo na wiki.

Como a adoção da wiki nas empresas foi incentivada pela popularização da Wikipédia (SHAOHUA; FAN, 2008; HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010), a próxima seção aborda a Wikipédia e possui o objetivo para contribuir com o entendimento do ambiente de pesquisa deste trabalho.

2.8 WIKIPÉDIA

A Wikipédia, administrada pela Fundação Wikimedia, foi fundada em 2001 e o seu nome é uma adequação lusófona pra representar a combinação dos conceitos da tecnologia wiki e enciclopédia (WIKIPÉDIA, 2017).

O site permite que todos publiquem o conteúdo de forma voluntária e colaborativa desde que sejam respeitadas as regras básicas da comunidade (WIKIPÉDIA, 2017).

Pode-se observar um aumento da notoriedade da Wikipédia Lusófona. Além de possuir quase 998 mil artigos até Maio de 2018 (WIKIPÉDIA, 2018a), um estudo de 2017 mostrou que 66,4% de alunos em Santa Catarina já utilizaram o site como fonte de pesquisa e 55% dos professores aceitaram receber trabalhos com a referência da enciclopédia virtual (VIEIRA; CHRISTOFOLETTI, 2017). Embora ainda exista um conservadorismo no corpo docente, natural em todo processo inovador, percebe-se uma receptividade dos educadores ao não recusar os estudos (VIEIRA; CHRISTOFOLETTI, 2017).

Pode-se perceber uma preocupação na qualidade dos artigos que estão publicados na comunidade. Stvilia *et al.* (2008) verificaram que embora exista uma liberdade na postagem de conteúdo, os resultados são revisados cuidadosamente e discutidos pelos usuários.

A Wikipédia possui diversas ações que ajudam a melhorar a qualidade, como: evolução de políticas e procedimentos de qualidade da informação que permitem

uma visão geral da comunidade com relação ao tema; e debates e discussões que revelam como os problemas de qualidade são abordados em casos específicos (STVILIA *et al.*, 2008).

A qualidade no conteúdo divulgado no site pode ser um dos fatores motivacionais para o uso da Wikipédia. A pesquisa realizada por Yang e Lai (2011) revelou que os usuários com percepção positiva da qualidade na comunidade tendem a contribuir mais frequentemente que os demais.

Os princípios motivacionais foram abordados por diversos autores. Nov e Oded (2007) afirmam que as pessoas contribuem na Wikipédia por diversão e por acreditar na ideologia de que a informação deve ser livre.

Cho, Chen e Chung (2010) colaboram com os estudos ao constatar que o altruísmo, reciprocidade, sensação de pertencer na comunidade e auto eficácia do conhecimento são fatores fundamentais para induzir a colaboração dos usuários na Wikipédia.

Como os fatores motivacionais podem variar de acordo com a cultura das pessoas, Pinto e Silva (2017) fizeram um estudo na Wikipédia Lusófona e verificaram que a atitude, o altruísmo por identificação e altruísmo por reputação colaboram para incentivar o uso da comunidade.

Segundo Pinto e Silva (2017), a atitude está relacionada às crenças comportamentais do indivíduo que impactam na avaliação favorável para a adoção da Wikipédia. O altruísmo por identificação está diretamente vinculado ao grau de proximidade que o colaborador possui com os demais usuários. Por fim, o altruísmo por reputação se referente à necessidade de ajudar, participar e contribuir com conteúdo de qualidade para melhorar a imagem do usuário que a comunidade possui (PINTO; SILVA, 2017).

As seções abordadas no referencial teórico permitiram o entendimento do estudo e serviram como base para a realização da pesquisa. Os próximos capítulos abordam a descrição dos procedimentos utilizados na pesquisa e a análise dos resultados obtidos.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O capítulo aborda a descrição da metodologia utilizada da pesquisa social proposta no trabalho.

O estudo baseou-se nas seguintes etapas utilizadas por Santos (2016):

- Formulação do problema de pesquisa através de uma pergunta que o estudo deve responder;
- Operacionalização das variáveis que serão utilizadas para aferir os resultados;
- Delineamento da pesquisa com a definição da amostra de estudo, especificação das ferramentas para coleta de dados e descrição do pré-teste realizado;
- Descrição do processo realizado para coleta de dados;
- Descrição da análise e interpretação dos resultados obtidos;
- Redação do relatório com a descrição das etapas e procedimentos, resultados e conclusões da pesquisa.

As próximas seções detalham as etapas e procedimentos utilizados para a elaboração da pesquisa.

3.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O engajamento dos gestores é um dos fatores que contribuem para a criação de uma cultura colaborativa propícia para a gestão do conhecimento. O modelo proposto por Gagné (2009) recomenda que o gestor tenha um estilo de coordenação que incentive o compartilhamento do conhecimento entre os funcionários.

Em uma wiki a situação não é diferente. Hasan e Pfaff (2012) acreditam que o apoio da gestão permite a sustentabilidade e longevidade da wiki e cooperação na organização.

Com o intuito de ajudar os gestores a criar um ambiente favorável para o uso da wiki, o estudo foi realizado através da formulação da seguinte pergunta de pesquisa: quais as estratégias que as empresas podem utilizar para incentivar os colaboradores a criar e editar artigos na wiki?

3.2 OPERACIONALIZAÇÃO DAS VARIÁVEIS

A fim de validar a pesquisa, foram utilizadas as seguintes variáveis: usabilidade, incentivos materiais, incentivos sociais, funções administrativas na gestão de conteúdo e uso da wiki nas empresas.

A usabilidade no estudo representa a disponibilidade de funcionalidades intuitivas e que atendam as necessidades dos usuários. A existência de uma interface amigável é um ponto que pode facilitar o uso inicial da wiki (HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010). Para verificar a usabilidade na Wikipédia, a pesquisa utiliza os seguintes indicadores: funcionalidades disponíveis na criação e edição de artigos; e usabilidade na pesquisa e na criação e edição de artigos.

Os incentivos materiais envolvem o uso de recompensas materiais ou virtuais para estimular a criação e edição de artigos na Wikipédia (CHEN; CHANG; LIU, 2012). A variável foi utilizada por ser um tema controverso na literatura. Alguns autores defendem a adoção como uma estratégia de motivação, mas outros acreditam que não é um fator determinante para a contribuição em uma ferramenta wiki.

Nesta pesquisa os incentivos materiais serão avaliados pela importância do uso de algumas práticas para o aumento da participação na Wikipédia e pelos momentos em que podem ser adotados na comunidade.

Os incentivos sociais correspondem às estratégias que podem ser adotadas para motivar socialmente através da comparação da performance de um usuário em relação aos demais (CHEN; CHANG; LIU, 2012). Para mensurar os incentivos sociais, a pesquisa irá verificar do uso de algumas práticas para aumentar a criação e edição de artigos na Wikipédia.

As funções administrativas na Wikipédia contribuem para uma melhor gestão de conteúdo e mitigam os problemas de qualidade nos artigos existentes na comunidade. A percepção positiva da qualidade tende a incentivar os usuários a contribuírem mais frequentemente na comunidade (YANG; LAI, 2011). Para tanto, as funções administrativas serão verificadas pelos seguintes indicadores: uso de política de meritocracia para concessão de papéis na comunidade; e importância de algumas funções administrativas para a gestão de conteúdo.

O uso wiki nas empresas é uma variável para observar o entendimento dos usuários da Wikipédia do uso da wiki para a gestão do conhecimento nas

organizações. Sendo assim, foram utilizados os seguintes indicadores: importância do uso nas empresas e frequência que utiliza/utilizaria a wiki para compartilhar os conhecimentos.

Por fim, os indicadores da pesquisa foram medidos com as escalas nominais e ordinais.

Segundo Gil (2014), a escala nominal é aquela que apresenta categorias para classificar os objetos ou indivíduos. Na pesquisa a escala nominal foi utilizada apenas para identificar quando um incentivo material poderia aumentar a participação na edição e criação de artigos.

A escala ordinal determina a posição relativa do item em relação a uma característica (GIL, 2014) e foi adotada neste estudo para os demais indicadores com o intuito de avaliar as frequências e os níveis de relevância/importância.

3.3 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Além de formular a questão de estudo, e variáveis, foi necessário delimitar a amostra da pesquisa social.

Por isso, este tópico apresenta a amostra de pesquisa, caracterização dos elementos da amostra, estratificação de elementos, instrumentos utilizados para coleta de dados e a descrição do pré-teste realizado.

3.3.1 AMOSTRA DE PESQUISA

A amostra da pesquisa é não probabilística. Segundo Gil (2014), uma amostra não probabilística é aquela formada sem fundamentação matemática ou estatística, ou seja, depende unicamente dos critérios do pesquisador.

Sendo assim, o ambiente de estudo escolhido foi a Wikipédia Lusófona dos seguintes fatores:

- A Wikipédia ajudou a disseminar o uso da wiki (SHAOHUA; FAN, 2008; HOLTZBLATT; DAMIANOS; WEISS, 2010);
- Os usuários da Wikipédia podem ser uma base de comparação para os funcionários que utilizam a wiki empresarial;
- A Wikipédia Lusófona é formada pelas nações que compartilham a língua e cultura portuguesa, tais como: Angola, Brasil, Cabo Verde, Portugal, etc.;

- A maioria dos usuários da Wikipédia Lusófona possui uma familiaridade com a cultura brasileira visto que mais de 83% das edições em artigos foram feitos no Brasil (WIKIMEDIA, 2018).

O tipo da amostra não probabilística adotado na pesquisa é por tipicidade. Uma amostragem por tipicidade ou intencional é a seleção do grupo que, com base nas informações disponíveis, possa representar toda a população de maneira genérica (GIL, 2014).

A amostra desta pesquisa procurou envolver os usuários registrados mais participativos na criação e edição de artigos na Wikipédia em 2017. Para tanto, a escolha dos elementos da amostra foi determinada através do site pt.wikiscan.org que possui estatísticas da participação dos usuários na Wikipédia.

Como primeiro filtro, foram utilizados os seguintes critérios: criação de mais de dez artigos e/ou edição de mais de 250 artigos. Ao total, obteve-se 725 usuários.

Os usuários levantados no primeiro filtro foram analisados para obter as seguintes informações:

- Data de afiliação na Wikipédia;
- Quantidade de meses em que o usuário ficou ativo na Wikipédia em 2017;
- Período de bloqueio na comunidade desde Janeiro de 2016;
- Se o usuário está inativo na Wikipédia;
- Se é uma conta adicional de outro usuário registrado na Wikipédia.

Após obter os dados, pode-se excluir 166 usuários pelos seguintes motivos:

- Inativos na comunidade;
- São contas adicionais de outros usuários registrados na Wikipédia;
- Estão ou foram bloqueados na comunidade em qualquer momento desde Janeiro de 2016.

Por fim, obteve-se uma população para a pesquisa de 559 usuários mais participativos na Wikipédia em 2017.

Os detalhes da caracterização dos elementos da amostra de pesquisa são tratados na seção 4.1 Caracterização dos Elementos da Pesquisa.

Vale ressaltar que a pesquisa está limitada aos membros registrados da Wikipédia Lusófona, sendo que usuários anônimos também podem contribuir na edição e criação de artigos.

3.3.2 ESTRATIFICAÇÃO DE ELEMENTOS

Conforme seção anterior, foi efetuado o levantamento dos seguintes itens para ajudar na estratificação dos elementos: data de afiliação da Wikipédia e quantidade de meses em que o usuário esteve ativo na comunidade em 2017.

Através das duas informações, pode-se obter o grau de participação em 2017 através do seguinte cálculo:

- Se usuário foi afiliado na Wikipédia antes de 2017:
 - $(\text{Quantidade de meses ativo em 2017} * 100) / 12$
- Se usuário foi afiliado na Wikipédia em de 2017:
 - $(\text{Quantidade de meses ativo em 2017} * 100) / \text{Quantidade de meses de afiliação em 2017}$

O grau de participação na comunidade em 2017 possibilitou a distribuição dos elementos da amostra em três grupos conforme a assiduidade:

- Excelente: usuários que tiveram frequência de 100% dos meses em que estiveram cadastrados na Wikipédia em 2017;
- Regular: usuários que tiveram frequência entre 70% à 99,99% dos meses em que estiveram cadastrados na Wikipédia em 2017;
- Fraca: usuários que tiveram frequência até 69,99% dos meses em que estiveram cadastrados na Wikipédia em 2017;

O objetivo da classificação dos usuários é para identificar se há alguma discordância de opinião sobre o tema da pesquisa.

3.3.3 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada em duas etapas distintas. A primeira envolveu a seleção dos usuários participantes da pesquisa com o intuito de levantar diversas informações no perfil da Wikipédia, tais como: gênero, localização e mês/ano de afiliação na Wikipédia.

A segunda etapa envolveu o envio do questionário para os usuários identificados na primeira fase. O questionário foi utilizado para que a pesquisa

atingisse uma maior quantidade de pessoas independente da distância e da disponibilidade dos respondentes.

Com o intuito de facilitar a coleta de dados do questionário, utilizou-se a ferramenta web *SurveyMonkey*. A ferramenta possui diversas funcionalidades, como por exemplo, segregação dos respondentes em grupos, acompanhamento da evolução em tempo real, gestão dos resultados, etc.

Uma vez criado o questionário no *SurveyMonkey*, foi elaborada uma mensagem padrão e o link foi disponibilizado nas páginas de discussão dos elementos da amostra. A página de discussão tem como objetivo a troca aberta de mensagens entre os usuários da Wikipédia.

Em um primeiro momento, o envio do questionário ocorreu de maneira manual através da postagem de mensagem na página de discussão de cada usuário. Depois de alguns dias, um administrador da Wikipédia entrou em contato e orientou o uso de mensagem em massa. O recurso é liberado apenas para alguns administradores da comunidade e consiste o envio de uma mensagem para as páginas de discussões de diversos usuários que estão em uma lista.

Para tanto, foram criadas três páginas (uma para cada classificação dos elementos: excelente, regular e fraca) com a lista de usuários e a mensagem de envio:

- [https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio\(a\):Andreiakawata/MassMessage/1](https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio(a):Andreiakawata/MassMessage/1);
- [https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio\(a\):Andreiakawata/MassMessage/2](https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio(a):Andreiakawata/MassMessage/2);
- [https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio\(a\):Andreiakawata/MassMessage/3](https://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio(a):Andreiakawata/MassMessage/3).

Após a definição das páginas, foi solicitado ao administrador o envio em massa para os elementos da amostra.

3.3.4 PRÉ-TESTE

Antes de aplicar o questionário elaborado na pesquisa social, foram realizados dois testes preliminares com o intuito de mitigar os problemas de entendimento, complexidade e coerência das perguntas e respostas.

O primeiro pré-teste foi enviado para um grupo bem diversificado de onze pessoas. Após as considerações dos respondentes, foram realizadas as seguintes melhorias no questionário:

- Como a usabilidade é um termo muito amplo, optou-se por focar apenas na usabilidade em pesquisar e em criar e editar artigos na Wikipédia. Os dois itens foram definidos estarem diretamente relacionados à produção de conteúdo na comunidade;
- Explicar o papel de cada função administrativa da Wikipédia que há nas opções de resposta uma vez que nem todos os usuários podem ter conhecimento sobre os papéis existentes;
- No texto das perguntas referentes ao uso da wiki nas empresas se deve evitar o termo “Wikipédia”, pois pode gerar confusão para os respondentes.

Com as alterações feitas, o questionário foi enviado para outras doze pessoas, sendo que duas delas também responderam na primeira rodada. O objetivo do reenvio foi de avaliar a evolução do questionário.

Apesar de ser um grupo bem diversificado, todos os participantes do pré-teste possuem um entendimento do uso da wiki nas empresas. Dessa forma, puderam agregar valor em aproximar a pesquisa do ambiente da Wikipédia para o mundo corporativo.

Ao final da coleta dos dados dos pré-testes, os respondentes foram questionados a respeito do assunto e do questionário. Dessa forma, foi possível obter diversas conclusões, tais como:

- Necessidade de incluir a resposta “não sei” para algumas questões visto que podem ter usuários sem opinião formada para os itens avaliados. Desta forma, é possível mitigar o risco de respostas sem o conhecimento prévio;
- Criar campos opcionais de sugestões em algumas perguntas com objetivo de enriquecer a coleta de dados;
- Mais detalhamento nas perguntas relacionadas à wiki da empresa visto que nem todos os usuários podem ter a visão do uso no mundo corporativo.

Por fim, os testes preliminares contribuíram para melhorar a qualidade do questionário a fim de mitigar problemas de interpretação e não exaurir o respondente.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

O capítulo aborda a análise das respostas e interpretação dos resultados obtidos na pesquisa social.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ELEMENTOS DA PESQUISA

Esta seção apresenta as principais características dos 559 usuários da Wikipédia que foram elencados como amostra a pesquisa. Os respondentes foram classificados em três grupos de acordo com a assiduidade na Wikipédia em 2017.

A Tabela 1 apresenta a quantidade de usuários que se enquadraram em cada grupo de acordo com o grau de participação em 2017. Conforme mostra a tabela, 328 questionários foram enviados para usuários que possuíram uma excelente participação; 112 para contribuições regulares; e 119 para uma fraca assiduidade na Wikipédia.

Tabela 1 - Quantidade por Classificação dos Elementos da Amostra

Classificação	Quantidade	%
Excelente (ativos em 100% dos meses)	328	58,68%
Regular (ativos entre 70% à 99,99% dos meses)	112	20,04%
Fraca (ativos em até 69,99% dos meses)	119	21,29%
Total	559	100,00%

Fonte: o autor

Como o levantamento dos usuários foi feito através da pesquisa nos perfis da Wikipédia, algumas itens não foram informados e constam na caracterização dos elementos da amostra como sendo 'não encontrado'.

No levantamento pode-se observar que apenas 5,01% dos elementos da amostra foram identificados como sendo do gênero feminino conforme apresentado na Tabela 2. Essa divergência também pode ser observada em estudos passados de diferentes países: Nov e Oded (2007) (7,3%), Yang e Lai (2010) (13,2%), Pinto e Silva (2017) (7,4%).

Tabela 2 - Distribuição da Amostra por Gênero

Classificação	Feminino		Masculino		Não Encontrado	
	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Excelente	16	2,86%	235	42,04%	77	13,77%
Regular	5	0,89%	76	13,60%	31	5,55%
Fraca	7	1,25%	77	13,77%	35	6,26%
Total	28	5,01%	388	69,41%	143	25,58%

Fonte: o autor

Com relação ao país de residência, a Tabela 3 demonstra que um pouco mais da metade dos usuários são brasileiros (50,98%). Desta forma, a amostra de pesquisa possui uma cultura representativa da realidade brasileira.

Tabela 3 - Distribuição da Amostra por País

País	Excelente		Regular		Fracá		Total	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Não Encontrado	110	33,54%	39	34,82%	51	42,86%	200	35,78%
Alemanha	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
Angola	3	0,91%	2	1,79%	1	0,84%	6	1,07%
Astúrias	-	-	-	-	1	0,84%	1	0,18%
Brasil	176	53,66%	57	50,89%	52	43,70%	285	50,98%
Canadá	-	-	1	0,89%	-	-	1	0,18%
China	-	-	1	0,89%	-	-	1	0,18%
Colômbia	-	-	-	-	2	1,68%	2	0,36%
El Salvador	-	-	-	-	1	0,84%	1	0,18%
Espanha	-	-	1	0,89%	1	0,84%	2	0,36%
EUA	1	0,30%	1	0,89%	-	-	2	0,36%
Filipinas	-	-	1	0,89%	-	-	1	0,18%
Holanda	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
Itália	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
México	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
Países Catalães	-	-	-	-	1	0,84%	1	0,18%
Portugal	31	9,45%	8	7,14%	9	7,56%	48	8,59%
Suécia	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
Tailândia	1	0,30%	1	0,89%	-	-	2	0,36%
Uruguai	1	0,30%	-	-	-	-	1	0,18%
Total	328	100,00%	112	100,00%	119	100,00%	559	100,00%

Legenda: Q = Quantidade

Fonte: o autor

A Tabela 3 permite observar que embora a Wikipédia Lusófona represente as nações que compartilham a língua e cultura portuguesa, há alguns usuários cadastrados que residem em países que não são de origem portuguesa.

Durante o levantamento pode observar que alguns dos usuários possuíam o português como língua materna, mas se mudaram para outro país. Outros usuários não falavam o português como língua materna e atuavam, principalmente, na tradução de artigos na Wikipédia Lusófona.

Como houve um elevado número de brasileiros, foram identificadas as unidades federativas de residência dos usuários. A Tabela 4 apresenta a compilação dos resultados em que a região com a maior concentração de elementos da amostra

foi a Sudeste por causa, principalmente, de São Paulo (26,67%) e Rio de Janeiro (9,12%).

Tabela 4 - Distribuição da Amostra por Unidade Federativa Brasileira

UF	Excelente		Regular		Fracá		Total	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Centro-Oeste	11	6,25%	4	7,02%	3	5,77%	18	6,32%
DF	6	3,41%	-	-	2	3,85%	8	2,81%
GO	2	1,14%	3	5,26%	1	1,92%	6	2,11%
MS	1	0,57%	-	-	-	-	1	0,35%
MT	2	1,14%	1	1,75%	-	-	3	1,05%
Norte	7	3,98%	4	7,02%	1	1,92%	12	4,21%
AC	1	0,57%	-	-	-	-	1	0,35%
AM	2	1,14%	-	-	1	1,92%	3	1,05%
AP	1	0,57%	-	-	-	-	1	0,35%
PA	2	1,14%	3	5,26%	-	-	5	1,75%
RO	-	-	1	1,75%	-	-	1	0,35%
TO	1	0,57%	-	-	-	-	1	0,35%
Nordeste	29	16,48%	3	5,26%	6	11,54%	38	13,33%
AL	-	-	-	-	1	1,92%	1	0,35%
BA	9	5,11%	1	1,75%	2	3,85%	12	4,21%
CE	5	2,84%	1	1,75%	1	1,92%	7	2,46%
MA	3	1,70%	-	-	-	-	3	1,05%
PB	2	1,14%	-	-	-	-	2	0,70%
PE	2	1,14%	1	1,75%	-	-	3	1,05%
PI	2	1,14%	-	-	-	-	2	0,70%
RN	5	2,84%	-	-	1	1,92%	6	2,11%
SE	1	0,57%	-	-	1	1,92%	2	0,70%
Sul	22	12,50%	7	12,28%	5	9,62%	34	11,93%
PR	6	3,41%	4	7,02%	2	3,85%	12	4,21%
RS	11	6,25%	3	5,26%	3	5,77%	17	5,96%
SC	5	2,84%	-	-	-	-	5	1,75%
Sudeste	76	43,18%	25	43,86%	16	30,77%	117	41,05%
ES	1	0,57%	1	1,75%	-	-	2	0,70%
MG	7	3,98%	4	7,02%	2	3,85%	13	4,56%
RJ	16	9,09%	7	12,28%	3	5,77%	26	9,12%
SP	52	29,55%	13	22,81%	11	21,15%	76	26,67%
Não Encontrado	31	17,61%	14	24,56%	21	40,38%	66	23,16%
Total	176	100,00%	57	100,00%	52	100,00%	285	100,00%

Legenda: Q = Quantidade

Fonte: o autor

Com relação ao tempo de afiliação na Wikipédia, demonstrado na Tabela 5, pode-se observar que os elementos da amostra possuem uma alta média de participação na comunidade (aproximadamente cinco anos e três meses). Desta

forma, é possível verificar uma grande experiência dos usuários no intenso uso da wiki.

Tabela 5 - Média de Afiliação na Wikipédia

Classificação	Média de Afiliação (em anos)
Excelente	5,8
Regular	4,6
Fraca	4,3
Total Geral	5,3

Fonte: o autor

Para concluir, a caracterização dos elementos da amostra de pesquisa permitiu generalizar e determinar o perfil predominante dos usuários participantes: brasileiro, do gênero masculino e afiliado na Wikipédia à aproximadamente cinco anos e três meses.

4.2 RANKING MÉDIO

Com o intuito de auxiliar a interpretação dos dados, foi realizado o cálculo do Ranking Médio (RM) das respostas. Conforme Oliveira (2005), a operação é uma abordagem quantitativa e possibilita obter o grau médio de concordância ou discordância das questões avaliadas.

O cálculo é obtido através de uma média ponderada do peso atribuído à resposta e a quantidade de respondentes que escolheram a opção.

O RM foi efetuado nas perguntas referentes à avaliação dos usuários que possuem uma escala de cinco pontos. Os resultados menores que três representam a discordância; os iguais a três significam um ponto neutro; e os maiores que três equivalem à concordância. A Tabela 6 exemplifica o cálculo realizado.

Tabela 6 - Cálculo de RM nas Questões de Avaliação

Item na Resposta	Peso	Quantidade de Respondentes
Excelentes	5	15
Boas	4	17
Medianas	3	5
Ruins	2	3
Péssimas	1	0
Total de Respostas Válidas	-	40
Cálculo	$((1*0)+(2*3)+(3*5)+(4*17)+(5*15))/40 = 4,1$	

Fonte: o autor

Conforme a Tabela 6, o ranking médio é 4,1 e representa o grau de concordância dos respondentes para a questão de pesquisa.

Além de ser utilizado nas perguntas relacionadas à avaliação, o RM também foi aplicado nos questionamentos de importância e relevância. Entretanto, foi necessária uma adaptação da interpretação dos resultados por não existir um ponto neutro nas opções de pesquisa.

Sendo assim, os valores menores que três representavam a discordância; os iguais a três significam o entendimento da importância/relevância; e os maiores que três equivalem à concordância. A Tabela 7 exemplifica o cálculo.

Tabela 7 - Cálculo de RM nas Questões de Importância/Relevância

Item na Resposta	Peso	Quantidade de Respondentes
Indispensável	5	6
Muito	4	7
Importante/Relevante	3	8
Pouco	2	9
Nenhuma	1	10
Total de Respostas Válidas	-	40
Cálculo	$((1*10)+(2*9)+(3*8)+(4*7)+(5*6))/40 = 2,75$	

Fonte: o autor

Conforme a Tabela 7, o ranking médio é 2,75 e representa a discordância dos respondentes para a questão de pesquisa.

4.3 APRESENTAÇÃO DA ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção descreve a análise das respostas coletadas na pesquisa social.

O questionário é composto por 11 questões sendo que a última é para os usuários incluírem o e-mail caso queiram receber o resultado do estudo.

Os dados foram coletados durante os meses de Março e Abril de 2018. A Tabela 8 mostra a quantidade de respondentes.

Tabela 8 - Respondentes da Pesquisa Social

Classificação	Quantidade	Entrevistados	% Resposta
Excelente (ativos em 100% dos meses)	328	138	42,07%
Regular (ativos entre 70% à 99,99% dos meses)	112	59	52,68%
Fraca (ativos em até 69,99% dos meses)	119	49	41,18%
Total	559	246	44,01%

Fonte: o autor

Conforme apresentado na Tabela 8, a pesquisa teve uma taxa de resposta de 44,01% dos questionários enviados. Sendo que o maior percentual de respondente

foi dos usuários classificados como Regulares com 52,68%, seguido pelos Excelentes com 42,07% e por último os Fracos com 41,18%.

As próximas seções abordam a interpretação das respostas das perguntas do questionário.

4.3.1 USABILIDADE

Rogers (1995) estudou sobre os fatores de aceitação para a adoção de uma nova tecnologia pelas pessoas e um dos itens abordados para incentivar o uso é a necessidade de possuir funcionalidades que atendam as exigências dos usuários e que sejam fáceis de entender e de utilizar.

Na wiki a necessidade não é diferente. Holtzblatt, Damianos e Weiss (2010) identificaram que a falta de uma interface amigável para os usuários pode ser uma barreira para o uso inicial da wiki.

Kinit e Standing (2013) citam diversas dificuldades que podem desmotivar o uso da wiki pelos colaboradores, tais como: lentidão no tempo de resposta, dificuldade em aprender a sintaxe da wiki, duplicação de páginas, etc.

Levando este ponto em consideração, a variável de usabilidade nesta pesquisa representa a disponibilidade de funcionalidades intuitivas e que atendam as necessidades dos usuários.

A variável foi verificada através das seguintes perguntas:

- Como você avalia as funcionalidades disponíveis para inclusão de artigos na Wikipédia?
- Como você avalia as funcionalidades disponíveis para edição de artigos na Wikipédia?
- Como você classifica a usabilidade na pesquisa e na criação/edição de artigos da Wikipédia?

A Tabela 9 exibe o resultado obtido da opinião sobre as funcionalidades disponíveis para a criação de artigos na Wikipédia.

Tabela 9 - Respostas da Avaliação das Funcionalidades Disponíveis para Criar Artigos na Wikipédia

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	40	16,26%
Boas	169	68,70%
Medianas	33	13,41%
Ruins	1	0,41%
Péssimas	1	0,41%
Não sei	2	0,81%
RM		4,01

Fonte: o autor

Percebe-se na Tabela 9 que 16,26% dos respondentes acreditam que as funcionalidades disponíveis são excelentes e 68,70% as consideram boas, havendo um consenso positivo na opinião dos usuários com 4,01 de ranking médio.

O ponto de vista dos entrevistados foi semelhante com relação às funcionalidades para a edição de artigos na Wikipédia (Tabela 10).

Tabela 10 - Respostas da Avaliação das Funcionalidades Disponíveis para Editar Artigos na Wikipédia

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	66	26,83%
Boas	154	62,60%
Medianas	21	8,54%
Ruins	4	1,63%
Péssimas	1	0,41%
Não sei	0	0,00%
RM		4,14

Fonte: o autor

Conforme a Tabela 10, 26,83% consideram as funcionalidades excelentes; 62,60% boas e apenas 8,54% medianas. Sendo assim, o ranking médio foi favorável com um valor de 4,14.

Alguns respondentes perceberam uma evolução nas funcionalidades disponíveis na Wikipédia, mas acreditam que ainda há pontos a melhorar.

Um ponto de melhoria comentado por alguns respondentes é o guia de uso e de orientações. Os usuários acreditam que os tutoriais são extensos desnecessariamente e complexos de entendimento. Por isso, recomendaram uma melhoria para torná-los mais objetivos e ainda incluir demonstrações de uso quando pertinentes.

A falta de tutoriais sucintos também aumenta a complexidade de criar e editar artigos através de codificação principalmente para os iniciantes na comunidade. Um respondente ainda comenta que a interface é um pouco carregada e com muitas opções que acabam dificultando as práticas corretas, como por exemplo, a formatação de referências ou ligações internas.

Por isso, uma das melhorias feitas na Wikipédia para diminuir a complexidade foi a disponibilização de um editor visual para criar e editar artigos. Os usuários acreditam tanto nos benefícios do editor que recomendaram evoluir para permitir todas as opções existentes no editor por código fonte.

Diversos respondentes acreditam que a implementação de artigo por código fonte pode ser uma das barreiras para os iniciantes na comunidade. Sendo assim, propuseram a disponibilização de duas funcionalidades: permitir a criação de um artigo a partir de um arquivo e gerar um artigo copiando outro.

Os respondentes também se mostraram preocupados com os novatos na comunidade. Acreditam que deve haver um acompanhamento e orientação mais próximos pelos usuários mais experientes. Desta forma, podem-se evitar conflitos, melhorar a qualidade nos artigos e aumentar a participação dos principiantes de acordo com as regras da comunidade.

A pergunta referente à usabilidade confirmou a opinião positiva dos respondentes com relação ao quesito das funcionalidades existentes na Wikipédia. A Tabela 11 apresenta o resultado.

Tabela 11 - Respostas sobre a Usabilidade da Wikipédia

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelente	52	21,14%
Boa	152	61,79%
Mediana	37	15,04%
Ruim	5	2,03%
Péssima	0	0,00%
RM		4,02

Fonte: o autor

Conforme apresentado na Tabela 11, a maior parte dos respondentes classifica que a usabilidade da Wikipédia é excelente (21,14) ou boa (61,79%). Poucos acreditam que é mediana e ruim, com 15,04% e 2,03% respectivamente.

Observa-se que a Wikipédia apesar dos pontos de melhoria, oferece funcionalidades intuitivas e que atendem as necessidades dos usuários. Por isso, a wiki da empresa pode se inspirar nos recursos da Wikipédia e ainda disponibilizar um editor visual mais completo para deixar a interface amigável.

Além da wiki possuir um boa usabilidade, é fundamental que a empresa se preocupe em manter guias de orientações e uso que sejam claros e sucintos para ajudar e treinar os usuários. Desta forma, os funcionários que tiverem dificuldade poderão se apoiar nos tutoriais e em outros usuários da comunidade.

Outra forma de treinamento é a criação de um sistema de tutoria para os novos usuários com o objetivo de orientar e acompanhar os primeiros artigos e/ou até que o usuário sinta uma maior confiança na wiki.

A próxima seção aborda a análise dos resultados da pesquisa referente ao incentivo material.

4.3.2 INCENTIVO MATERIAL

O incentivo material foi utilizado como variável na pesquisa por ser um tema controverso na literatura.

Chen, Chang e Liu (2012) e Pinto e Silva (2017) foram favoráveis à adoção de incentivos materiais. Chen, Chang e Liu (2012) comprovaram que as recompensas materiais ou virtuais estimulariam os usuários a participarem mais das comunidades. Pinto e Silva (2017) recomendam uma melhoria no sistema de recompensas simbólicas na wiki uma vez que o esforço os membros é determinado pelo altruísmo.

Em contrapartida, Nov e Oded (2007) verificaram que as pessoas não contribuem na Wikipédia por reconhecimento financeiro.

Dessa forma, a pesquisa questionou: qual a importância dos seguintes incentivos materiais para aumentar a criação e edição de artigos na Wikipédia:

1. Benefício financeiro;
2. Desconto em produtos/serviços de parceiros da Wikipédia;
3. Presentes/souvenirs ofertados pela Wikipédia (ex.: livros, revistas, etc.);
4. Benefícios em programas de fidelidade de websites terceiros.

A Tabela 12 aborda o resultado da pesquisa, sendo que as colunas apresentam as sugestões propostas no questionário e, as linhas as alternativas da pergunta.

Tabela 12 - Respostas da Adoção de Incentivos Materiais na Wikipédia

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	9	7	8	10
	%	3,83%	2,89%	3,25%	4,07%
Muito	Quantidade	7	10	21	9
	%	2,98%	4,13%	8,54%	3,66%
Importante	Quantidade	29	42	53	41
	%	12,34%	17,36%	21,54%	16,67%
Pouco	Quantidade	39	44	51	49
	%	16,60%	18,18%	20,73%	19,92%
Nenhuma	Quantidade	136	126	103	122
	%	57,87%	52,07%	41,87%	49,59%
Não sei	Quantidade	15	13	10	15
	%	6,38%	5,37%	4,07%	6,10%
RM		1,70	1,81	2,07	1,86

Legenda:

1. Benefício financeiro;
2. Desconto em produtos/serviços de parceiros da Wikipédia;
3. Presentes/souvenirs ofertados pela Wikipédia (ex.: livros, revistas, etc.);
4. Benefícios em programas de fidelidade de websites terceiros.

Fonte: o autor

Conforme demonstrado na Tabela 12, o estudo colaborou com a opinião de Nov e Oded (2007), pois ficou evidente que a maioria não acredita que o incentivo material pode aumentar a contribuição na Wikipédia.

A sugestão com menor nível de aceitação (RM 1,7) foi o benefício financeiro. Sendo que foi considerado como pouco importante por 12,34% e com nenhuma para 57,87%.

O desconto em produtos/serviços de parceiros da Wikipédia teve uma rejeição semelhante com 16,60%% considerando como pouco importante e 52,07%% com nenhuma.

Em seguida, a opção de benefícios em programas de fidelidade de websites teve uma rejeição de 1,86 com 19,92% opinando como pouco importante e 49,59% sem importância.

Por fim, o item de presentes/souvenirs ofertados pela Wikipédia apesar de possuir um grau de rejeição um pouco menor, confirmou a não aceitação dos entrevistados para o uso de incentivos materiais. Obteve-se 20,73% como pouco importante e 41,87% com nenhuma.

Esta pergunta possuía um campo para os respondentes sugerirem incentivos materiais caso preferirem e os comentários mostraram que houve um consenso de visão. A sua maioria acredita que o incentivo material pode atrair novos contribuintes, mas a prática pode prejudicar a dinâmica da comunidade:

- A disputa pelo incentivo material pode ocasionar diversos conflitos de interesses e gerar um resultado negativo do projeto;
- Pode transformar a wiki em uma mercadoria ou fonte de renda e acabar com a natureza colaborativa da comunidade;
- Pode corromper a motivação dos usuários que iriam contribuir apenas enquanto existissem os benefícios além de diminuir a qualidade dos artigos;
- A distribuição de incentivos materiais pode ocasionar uma dificuldade estrutural em se manter um projeto sem fins financeiros.

Embora a maioria não concorde com os incentivos materiais sugeridos na pesquisa, alguns entrevistados sugeriram outros tipos de motivações materiais:

- Reconhecimento formal através de certificados e eventos nacionais;
- Além de livros, fornecer cursos e outros materiais de capacitação para os usuários mais participativos;
- Disponibilizar espaços de armazenagem e outros serviços na internet;
- Incentivar as instituições de pesquisa a procura de candidatos na Wikipédia.

Outro autor que abordou a recompensa material para motivar a disseminação do conhecimento nas empresas foi Lin. Assim como alguns entrevistados, Lin (2007) acredita que o incentivo material assegura apenas o compartilhamento temporário e deve ser uma ação secundária de implementação nas empresas para promover a mudança do comportamento. Por isso, a pesquisa fez a seguinte pergunta: quando podem ser adotadas ações de incentivo material para aumentar a criação e edição de artigos na Wikipédia?

- Quando um artigo atingir um determinado número de visualizações: indicador proposto por Hanley e Malafsky (2003) e Goldoni e Oliveira (2010) e que representa a frequência do uso dos artefatos criados por um usuário;

- Quando um autor atingir um determinado número de artigos criados: medição proposta por Smits e Moor (2004) e Goldoni e Oliveira (2010);
- Quando um autor atingir um determinado número de artigos editados: métrica proposta por Smits e Moor (2004) e Goldoni e Oliveira (2010);
- Quando um autor atingir um determinado tempo de afiliação na Wikipédia: pode ser considerada uma maneira de medir as horas gastas do usuário para a troca de conhecimento. Este indicador foi recomendado por Fairchild (2002), Bose (2004) e Smits e Moor (2004);
- Evitar o incentivo material.

A Tabela 13 apresenta a compilação dos resultados.

Tabela 13 - Respostas dos Momentos para Adotar os Incentivos Materiais na Wikipédia

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Quando um artigo atingir um determinado número de visualizações	42	17,07%
Quando um autor atingir um determinado número de artigos criados	74	30,08%
Quando um autor atingir um determinado número de artigos editados	70	28,46%
Quando um autor atingir um determinado tempo de afiliação na Wikipédia	39	15,85%
Evitar o incentivo material	146	59,35%

Fonte: o autor

Segundo a Tabela 13, a maioria acredita que se deve evitar o incentivo material (59,35%). Entretanto, caso seja necessária a adoção da prática, pode-se utilizar como condição quando um autor atingir uma certa quantidade de artigos criados e/ou editados.

Diversos respondentes ainda ressaltaram a importância de evitar o uso de critérios meramente numéricos, pois poderia aumentar o fluxo de usuários desinteressados em fazer contribuições de qualidade. Desta forma, sugeriram avaliar a qualidade dos artigos (por exemplo, com fontes válidas, sem erros gramaticais, etc.). Este indicador também foi proposto por Goldoni e Oliveira para verificar a gestão de conhecimento nas empresas (2010).

Outras sugestões feitas pelos entrevistados foram:

- Combinação entre o tempo de afiliação e outros indicadores, por exemplo, a quantidade de artigos criados;
- Quando destacar positivamente certa quantidade de artigos;
- Realização de concursos e maratonas com premiações.

Para concluir o tópico, percebe-se que os incentivos materiais devem ser evitados na comunidade da wiki empresarial.

Caso seja optado pela utilização para atrair novos usuários, uma das possibilidades é oferecer presentes que variem de acordo com a área de atuação da empresa. Desta forma, além de não ser necessário um grande investimento financeiro na wiki, a empresa pode promover os seus produtos ou serviços internamente e engajar os funcionários a se aprofundarem no mercado alvo.

O critério utilizado para um incentivo material deve ser muito bem escolhido para evitar a queda de qualidade dos artigos. Como sugestão, pode-se optar pela combinação de métricas quantitativas e qualitativas. Por exemplo: quantidade e qualidade dos artigos criados e editados por um usuário.

Após verificar o incentivo material, a próxima seção possui a análise dos resultados do incentivo social.

4.3.3 INCENTIVO SOCIAL

Chen, Chang e Liu (2012) verificaram que aumentaria a participação das pessoas se existissem maneiras de confrontar a performance do usuário com relação aos demais. A comparação poderia ser feita através de pontos, troféus e/ou fases para incentivar o altruísmo por reputação e as atividades perante a Wikipédia (gamificação) (PINTO; SILVA, 2017).

Por isso, a pesquisa questionou a importância dos seguintes incentivos sociais para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia:

1. Ranking dos mais participativos;
2. Maior visibilidade;
3. Destaque dos artigos publicados;
4. Jogos com níveis de experiência (gamificação);
5. Medalhas e condecorações.

A Tabela 14 apresenta a compilação dos resultados. As colunas apresentam as sugestões propostas no questionário e, as linhas as alternativas da pergunta.

Tabela 14 - Respostas da Adoção de Incentivos Sociais na Wikipédia

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4	5
Indispensável	Quantidade	22	30	27	11	30
	%	8,98%	12,35%	11,20%	4,53%	12,40%
Muito	Quantidade	69	60	74	13	38
	%	28,16%	24,69%	30,71%	5,35%	15,70%
Importante	Quantidade	92	90	96	68	91
	%	37,55%	37,04%	39,83%	27,98%	37,60%
Pouco	Quantidade	33	35	21	70	52
	%	13,47%	14,40%	8,71%	28,81%	21,49%
Nenhuma	Quantidade	25	21	15	49	26
	%	10,20%	8,64%	6,22%	20,16%	10,74%
Não sei	Quantidade	4	7	8	32	5
	%	1,63%	2,88%	3,32%	13,17%	2,07%
RM		3,12	3,18	3,33	2,37	2,97

Legenda:

1. Ranking dos mais participativos;
2. Maior visibilidade;
3. Destaque dos artigos publicados;
4. Jogos com níveis de experiência (gamificação);
5. Medalhas e condecorações.

Fonte: o autor

De acordo com a Tabela 14, a maioria dos respondentes reconhece que o incentivo social é importante para motivar a edição e criação de artigos.

O incentivo mais bem aceito pelos entrevistados foi o de destaque dos artigos publicados, sendo que 11,20% consideraram o item indispensável, 30,71% muito importante e 39,83% importante.

Diversos respondentes concordaram com incentivo de dar maior visibilidade. 12,35% acreditam que é indispensável, 24,69% muito importante e 37,04% importante.

O grau de aceitação do ranking dos mais participativos também foi bem semelhante. Obteve-se 8,98% das respostas como indispensável, 28,16% muito importante e 37,55% importante.

Apesar do incentivo de medalhas e condecorações ser utilizado na Wikipédia, os entrevistados não o considerou importante para aumentar a criação e edição de artigos. O item ficou apenas na quarta posição e obteve um ranking médio de 2,97, sendo que 12,40% opinaram como indispensável, 15,70% muito importante e 37,60% importante.

O item de jogos com níveis de experiência não foi julgado como importante pelos entrevistados. O grau de rejeição foi de 2,37. Um ponto interessante foi a

quantidade de respostas como 'não sei' (13,17%) que representam não possuir uma opinião formada sobre o assunto.

Com relação aos comentários realizados, teve um respondente que não concorda com qualquer tipo de incentivo, mas acredita que a motivação social pode ser utilizada como suporte paralelo para não comprometer a isenção da Wikipédia.

Alguns respondentes também acreditam que se devem reconhecer os usuários mais experientes que ajudam os iniciantes ou quem precisar. Sendo assim, pode ser uma maneira de motivar os usuários a orientar os demais de acordo com os padrões da comunidade.

Outro ponto sugerido foi de incentivar socialmente os usuários que melhorarem os artigos sem edição a bastante tempo, pois pode ser uma alternativa para motivar a revisão e atualização de artigos antigos.

Por fim, pode-se observar que a wiki deve possuir incentivos sociais para colaborar com a motivação dos funcionários em criar e editar artigos. Além de destacar os artigos de melhor qualidade, a wiki pode ranquear os usuários mais participativos e possibilitar uma maior visibilidade na empresa.

Uma maneira de reconhecer socialmente os funcionários com envolvimento positivo na comunidade pode ser a atribuição de funções administrativas para a gestão de conteúdo da wiki. O assunto é abordado na próxima seção.

4.3.4 FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS NA GESTÃO DE CONTEÚDO

A estrutura colaborativa de uma wiki pode gerar diversos problemas, por exemplo, vandalismo do conteúdo, dificultar a avaliação da qualidade do conteúdo, etc. (HASAN; PLAFF, 2006). Com o intuito de mitigar tais adversidades, a Wikipédia possui algumas funções administrativas que permitem melhorar a gestão de conteúdo.

Por isso, a pesquisa questionou a importância das seguintes funções administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia:

1. Administrador (direitos de operador de sistema);
2. Autorrevisor (marcar automaticamente as próprias edições como patrulhadas);
3. Reversor (reverter edições rapidamente);
4. Eliminator (eliminar e restaurar páginas).

A Tabela 15 apresenta as respostas obtidas, sendo que as colunas são as funções administrativas sugeridas no questionário e, as linhas as alternativas da pergunta.

Tabela 15 - Respostas do Uso das Funções Administrativas na Gestão de Conteúdo na Wikipédia

Alternativas/Papéis		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	103	41	59	58
	%	42,04%	16,67%	23,98%	23,58%
Muito	Quantidade	65	55	61	57
	%	26,53%	22,36%	24,80%	23,17%
Importante	Quantidade	61	103	100	97
	%	24,90%	41,87%	40,65%	39,43%
Pouco	Quantidade	9	16	17	19
	%	3,67%	6,50%	6,91%	7,72%
Nenhum	Quantidade	2	24	7	13
	%	0,82%	9,76%	2,85%	5,28%
Não sei	Quantidade	5	7	2	2
	%	2,04%	2,85%	0,81%	0,81%
RM		4,08	3,31	3,61	3,52

Legenda:

1. Administrador (direitos de operador de sistema);
2. Autorrevisor (marcar automaticamente as próprias edições como patrulhadas);
3. Reversor (reverter edições rapidamente);
4. Eliminator (eliminar e restaurar páginas).

Fonte: o autor

Segundo a Tabela 15, os entrevistados tiveram um alto grau de aceitação com o papel de administrador para a gestão de conteúdo (4,08), sendo que 42,04% acham que é indispensável, 26,53% muito importante e 24,90% importante.

Alguns entrevistados ainda ressaltaram que os administradores precisam ser presentes na comunidade e de fácil acesso para ajudar quem precisa.

Os reversores foram considerados relevantes na Wikipédia. 23,98% acreditam que são indispensáveis, 24,80% muito importantes e 40,65% importantes.

Similarmente, os eliminadores também foram opinados como importantes na gestão de conteúdo. 23,58% julgam como indispensáveis, 23,17% muito importantes e 39,43% importantes.

O último item no grau de aceitação dos usuários foi o autorrevisor com ranking médio de 3,31. 16,67% dos entrevistados acreditam que a função administrativa é indispensável, 22,36% muito importante e 41,87% importante,

Apesar dos papéis contribuírem positivamente na gestão de conteúdo, alguns dos respondentes ressaltaram a importância de um bom treinamento em cada papel. Desta forma, pode-se evitar o conflito na comunidade e prejudicar a qualidade dos artigos.

Os entrevistados também fizeram as seguintes sugestões:

- Supervisor: podem esconder edições que não serão visualizadas nem pelos administradores;
- Corretor: evita a reversão e a eliminação de artigos;
- Ombudsman: função responsável por mediar as discussões na comunidade com imparcialidade e com foco na qualidade e nos padrões da comunidade.
- Algum papel para patrulhar as páginas com menos acessos a fim de identificar os artigos defasados ou com conteúdo parcial ou até mesmo errados. Um simples artigo mal produzido pode afetar a credibilidade da Wikipédia.

Após os respondentes opinarem sobre a importância das funções administrativas, o questionário abordou uma política utilizada na Wikipédia para atribuição de papéis.

Uma regra existente na comunidade é a meritocracia em que a candidatura de um papel está condicionada ao grau de participação do usuário. Por exemplo, o papel de administrador exige que o usuário seja conhecido pela comunidade, digno de confiança, possua ao menos duas mil edições e tem um tempo de afiliação na Wikipédia acima de seis meses (WIKIPÉDIA, 2018b).

Levando-se o cenário utilizado, a pesquisa perguntou: qual a relevância em adotar políticas de meritocracia em que os autores mais participativos tenham acesso a uma maior quantidade de funcionalidades administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia?

A Tabela 16 exhibe as respostas obtidas.

Tabela 16 - Respostas das Políticas de Meritocracia na Atribuição de Funções Administrativa

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	24	9,76%
Muito relevante	117	47,56%
Relevante	59	23,98%
Pouco relevante	20	8,13%
Nenhuma	19	7,72%
Não sei	7	2,85%
RM		3,45

Fonte: o autor

Conforme a Tabela 16, a maioria dos entrevistados acredita que a atribuição de funções de acordo com o nível de participação é muito relevante para melhorar a gestão de conteúdo, sendo que 9,76% opinaram como indispensável, 47,56% muito relevante e 23,98% relevante.

O uso da política também foi abordado positivamente em outro estudo. Chen, Chang e Liu (2012) acreditam que além de gerir o conteúdo, a concessão de papéis vinculada à participação dos usuários também pode incentivar a produção de conteúdo.

Sendo assim, pode-se observar a importância de condicionar a atribuição de papéis na wiki com o nível de participação do usuário.

Vale ressaltar que as empresas devem se atentar à compatibilidade da quantidade de funções administrativas e do volume de artigos e de usuários da comunidade. Desta forma, evita-se sobrecarregar uma determinada pessoa e ao mesmo tempo pode-se oferecer o apoio e tutoria para os usuários que necessitam de maneira mais ágil.

A próxima seção aborda a análise dos resultados da wiki utilizada nas empresas para a gestão do conhecimento.

4.3.5 USO WIKI NAS EMPRESAS

Além de abordar algumas ações que podem incentivar a criação e edição de artigos na Wikipédia, a pesquisa também questionou a opinião dos entrevistados sobre o uso da wiki nas empresas para a gestão do conhecimento.

A primeira pergunta feita foi referente à importância da adoção de nas wiki pelas empresas para produzir e disseminar o conteúdo internamente.

A Tabela 17 aborda o resultado da pesquisa.

Tabela 17 - Respostas Sobre a Importância do Uso da Wiki nas Empresas

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	15	6,10%
Muito importante	106	43,09%
Importante	72	29,27%
Pouco importante	49	19,92%
Nenhuma	4	1,63%
RM		3,32

Fonte: o autor

A Tabela 17 mostra que os usuários entendem a importância do uso da ferramenta. 6,10% consideraram como indispensável, 43,09% muito importante e 29,27% importante.

Após verificar se os entrevistados compreendem a relevância do uso da wiki nas empresas, a pesquisa quis saber a frequência do uso da wiki da empresa para compartilhar os conhecimentos através da criação e edição de artigos.

A Tabela 18 apresenta as respostas obtidas.

Tabela 18 – Respostas da Frequência de Uso da Wiki da Empresa

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Sempre	28	11,38%
Na maioria das vezes	112	45,53%
Eventualmente	55	22,36%
Nunca	22	8,94%
Não sei	29	11,79%

Fonte: o autor

Conforme a Tabela 18, observa-se que os entrevistados que participam ativamente da Wikipédia também se envolveriam em uma wiki corporativa. 11,38% disseram que sempre compartilhariam o conhecimento na comunidade da empresa, 45,53% na maioria das vezes e apenas 22,36% como eventualmente.

Sendo assim, percebe-se que quando uma pessoa possui uma cultura colaborativa, tende a contribuir em qualquer comunidade seja uma aberta (Wikipédia) ou uma particular (empresa).

Nesta seção foi abordada a análise dos resultados das dez questões respondidas por 246 usuários participativos da Wikipédia. Apesar da pesquisa ter

classificado a população em três grupos de acordo com o grau de participação na Wikipédia, não foram encontradas divergências de opiniões que fossem significativas na interpretação dos dados.

Os resultados apresentados na pesquisa permitiram identificar algumas estratégias que podem ser adotadas para incentivar os funcionários a criar e editar artigos em uma wiki. As práticas identificadas foram sumarizadas no próximo capítulo.

5 ESTRATÉGIAS PARA MOTIVAR O USO DA WIKI NAS EMPRESAS

Através da pesquisa realizada com os usuários mais participativos da Wikipédia, foi possível identificar várias estratégias para motivar os funcionários a contribuírem com a gestão do conhecimento nas empresas através da criação e edição de artigos em uma wiki.

O Quadro 1 sumariza as estratégias identificadas nas variáveis utilizadas na pesquisa: usabilidade, incentivos materiais, incentivos sociais, funções administrativas na gestão de conteúdo e uso da wiki nas empresas.

Quadro 1 – Estratégias para Motivar o Uso da Wiki nas Empresas

Variável	Estratégia
Usabilidade	Inicialmente, a wiki pode se inspirar nas funcionalidades da Wikipédia
	Possuir um editor visual completo para facilitar a criação/edição de artigos
	Fácil acesso aos guias de orientações que sejam objetivos e atualizados periodicamente
	Tutoria para os novos usuários
Incentivos Materiais	Evitar os incentivos materiais
	Premiar os usuários com presentes que variem de acordo com a área de atuação da empresa
	Definir os critérios para concessão dos incentivos que envolvam indicadores quantitativos e qualitativos
Incentivos Sociais	Destacar artigos publicados
	Maior visibilidade do usuário
	Ranking dos usuários mais participativos
	Reconhecer os usuários com envolvimento positivo
	Participação ativa dos gestores na wiki
Funções Administrativas na Gestão de Conteúdo	Atribuir funções administrativas de acordo com o nível de participação dos usuários na comunidade
	Treinamento dos usuários para exercer uma determinada função
	Compatibilidade entre a quantidade de funções o volume de artigos e usuários
Uso da Wiki nas Empresas	Avaliar o grau de interesse em participar ativamente na wiki no momento da seleção do novo colaborador

Fonte: o autor

A primeira variável da pesquisa foi a usabilidade e representou a existência de funcionalidades que fossem intuitivas e que atendessem as necessidades dos usuários.

A usabilidade foi utilizada por ser um dos fatores determinantes para a aceitação inicial de uma tecnologia e permitiu verificar que a Wikipédia possui uma boa usabilidade. Sendo assim, inicialmente, pode-se inspirar nas funcionalidades da

Wikipédia e possuir com um editor visual completo para simplificar o uso na edição e criação de artigos na wiki da empresa.

Outra estratégia para contribuir na usabilidade da wiki, é possuir fácil acesso aos guias de orientações e criar uma política de revisão periódica para deixá-los claros, objetivos e atualizados.

Como a falta de usabilidade pode interferir na aceitação inicial da wiki, a empresa pode fazer um sistema de tutoria para os novos usuários. Desta forma, é possível orientar e acompanhar os novatos na comunidade para evitar conflitos e perda de qualidade nos artigos.

A variável de incentivos materiais representou as estratégias referentes à adoção de recompensas materiais ou virtuais para motivar a criação e edição de artigos.

Através da pesquisa, pode-se verificar que as empresas devem evitar os incentivos materiais. Entretanto, como o resultado pode variar conforme o público alvo, uma das ações possível é a distribuição de presentes de acordo com a área de atuação da empresa para seja possível:

- Evitar um grande investimento financeiro para a compra dos prêmios;
- Promover internamente os produtos e/ou serviços da empresa;
- Engajar os funcionários a se manterem atualizados.

Para a empresa efetuar o incentivo material e até mesmo a avaliação da gestão do conhecimento, é importante definir indicadores e utilizar uma wiki que permita facilmente a coleta dos dados.

O critério de avaliação da organização deve ser claro e bem definido. Como sugestão, pode-se optar tanto por medidas quantitativas como qualitativas para mitigar a perda de qualidade devido ao rápido aumento de artigos. Por exemplo, combinar a quantidade de artigos criados e editados com a qualidade do conteúdo produzido.

A variável de incentivos sociais correspondeu às estratégias de motivação através da comparação do desempenho de um usuário com os demais da comunidade. Através da pesquisa, pode-se observar que os gestores da empresa podem adotar uma wiki que possua funcionalidades para destacar os artigos de melhor qualidade, ranquear os usuários mais presentes e possibilitar uma visibilidade do funcionário na empresa.

Entretanto, os incentivos sociais dependem diretamente da participação ativa dos gestores na comunidade para que possam reconhecer os funcionários que tenham envolvimento positivo.

A variável de funções administrativas foi utilizada no estudo por permitir uma gestão de conteúdo e, conseqüentemente, uma melhor qualidade nos artigos existentes na comunidade.

Por intermédio da pesquisa, pode-se observar a importância para atribuir funções administrativas conforme o nível de participação na wiki. Contudo, os usuários precisam ser treinados antes de exercer cada novo papel na comunidade para evitar conflitos e prejudicar a qualidade dos artigos.

É importante ressaltar que a concessão de papéis aos usuários deve ser compatível às necessidades da comunidade. Desta forma, a quantidade de funções administrativas será proporcional ao volume de artigos e de usuários para evitar, por exemplo, a sobrecarga de trabalho para os administradores, falta de atenção para os usuários, etc.

A última variável foi o uso da wiki nas empresas que foi utilizada para observar o entendimento dos usuários da Wikipédia das formas de uso da wiki na gestão do conhecimento nas organizações.

Ao analisar o resultado do estudo, pode-se observar que as pessoas as quais possuem uma cultura colaborativa tendem a contribuir em qualquer comunidade wiki. Sendo assim, pode-se incluir a avaliação do grau de interesse em participar ativamente da wiki da empresa no momento da seleção de um novo funcionário.

A criação de um critério para avaliar a compatibilidade dos valores do candidato e da empresa no momento seleção também foi proposta por Gagné (2009) a qual defendeu que a ação faz as empresas contratarem mais pessoas com atitudes positivas para disseminar os seus conhecimentos.

Por fim, o presente capítulo abordou as estratégias que as empresas podem utilizar para incentivar os colaboradores a criar e editar artigos na wiki com base nos resultados obtidos nos questionários enviados aos usuários mais participativos da Wikipédia.

Vale ressaltar que os gestores das empresas precisam adaptar o uso das estratégias propostas neste capítulo de acordo com as suas necessidades visto que

os fatores motivacionais podem variar de acordo com o público alvo em uma determinada localidade.

O próximo capítulo apresenta as conclusões do trabalho e os possíveis trabalhos que podem ser realizados a partir dos resultados da pesquisa.

6 CONCLUSÕES DO TRABALHO

O ITIL sugere diversos processos para uma melhor gestão de serviços de TI. Um destes processos é a gestão do conhecimento que visa a disponibilização do conhecimento em tempo hábil de ser um diferencial competitivo na organização.

Uma das formas de se implementar a gestão do conhecimento é através do uso de uma wiki para que os funcionários possam compartilhar os conhecimentos relevantes de modo colaborativo na organização.

Para que haja sucesso no uso da wiki, é necessário o engajamento dos funcionários para que participem ativamente da comunidade. Sendo assim, este trabalho teve como objetivo identificar as estratégias para motivar a criação e edição de artigos em uma wiki.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa social através do envio de questionário para os usuários mais participativos da Wikipédia Lusófona em 2017.

A pesquisa abordou as seguintes variáveis: a usabilidade, o incentivo material, o incentivo social, as funções administrativas e o uso da wiki nas empresas.

Através da usabilidade, pode-se observar que em um primeiro momento, a wiki pode se inspirar nas funcionalidades da Wikipédia e possuir um editor visual completo para deixar a interface mais amigável.

A variável de incentivo material permitiu observar que o uso de recompensas materiais ou virtuais deve ser evitado por não interferir no grau de motivação das pessoas em contribuir na wiki.

Caso os gestores da empresa resolvam premiar os usuários mais participativos, uma das possibilidades é oferecer presentes de acordo com o ramo de negócio. Por exemplo, uma empresa de TI poderia recompensar com cursos, livros e/ou revistas da tecnologia utilizada. Além de contribuir para a atualização e treinamento do funcionário, a organização pode divulgar os seus produtos ou serviços internamente.

Com relação à variável de incentivo social, pode-se observar a importância de conscientizar os gestores a serem participativos na wiki e a reconhecer os usuários que se envolvam positivamente na comunidade.

Através da variável de funções administrativas, pode-se observar que é relevante atribuir funções administrativas na gestão de conteúdo da wiki de acordo com o nível de participação positivo do usuário na comunidade.

A pesquisa abordou os seguintes papéis em uma wiki: administrador, autorrevisor, reversionador e eliminador. Apesar de todos serem classificados como importantes, o papel de maior relevância é o administrador. Por isso, uma empresa pode iniciar a wiki apenas com o papel e com o tempo segregando as funções conforme as necessidades da comunidade.

A última variável da pesquisa referente ao uso da wiki nas empresas pôde observar uma boa aceitação dos entrevistados da Wikipédia em utilizar a wiki de uma empresa para compartilhar os seus conhecimentos através da criação e edição de artigos. Por isso, as empresas podem avaliar a viabilidade de incluir o grau de interesse em participar ativamente da wiki no momento da seleção do novo colaborador.

Com relação aos trabalhos futuros, o estudo possibilitou sugerir as seguintes pesquisas:

- Após a análise dos resultados, foi possível identificar as seguintes melhorias no questionário:
 - Verificar a quantidade de respondentes que trabalham em uma empresa que utilize a wiki para a gestão do conhecimento. Desta forma, é possível observar a adoção da wiki entre os respondentes;
 - Ajustar as opções das perguntas referentes à relevância e importância para possuir um ponto neutro, pois ajuda na análise dos resultados.
- Uma limitação do estudo foi o envio do questionário para apenas alguns usuários registrados na Wikipédia. Por isso, uma sugestão de trabalho futuro é repetir o questionário para um público maior da Wikipédia;
- Diversos estudos observaram uma grande diferença de gêneros na participação na wiki. Como a taxa de atividade de pessoas de gênero feminino é bem inferior, pode-se sugerir um estudo mais aprofundado para entender as barreiras e as possíveis ações para incentivar a adoção do público;
- Adequar o questionário utilizado no estudo e realizar uma pesquisa social em uma empresa. Desta forma, é possível comparar os resultados

e verificar as ações que a organização pode tomar para melhorar a gestão do conhecimento ao incentivar o uso da wiki;

- Aplicar as ações propostas através da análise dos resultados em uma empresa para verificar os efeitos na participação dos funcionários na wiki e, conseqüentemente, na gestão do conhecimento;
- Estudar os usuários que diminuíram a contribuição ou se isentaram da Wikipédia para identificar as possíveis ações para incentivar o retorno na comunidade.

Por fim, o estudo permitiu identificar diversas estratégias para incentivar a criação e edição de artigos na wiki que devem ser adaptadas conforme as necessidades do público alvo. Desta forma, é possível contribuir para a formação de uma cultura colaborativa e melhorar o engajamento dos funcionários na gestão do conhecimento.

Com uma boa gestão do conhecimento, além da empresa incorporar o conhecimento em novas tecnologias e produtos mais rapidamente, pode-se melhorar a qualidade dos serviços de TI para agregar um maior valor aos clientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALAVI, M.; LEIDNER, D. E. Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. **MIS Quarterly**, v. 25, n. 1, p. 107–136, 2001.

ALEXA. **Alexa Top 500 Global Sites**. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em: 6 mai. 2018.

ARAZY, O.; GELLATLY, I.; JANG, S.; PATTERSON, R. Wiki deployment in corporate settings. **IEEE Technology and Society Magazine**, v. 28, n. 2, p. 57–64, jan. 2009.

BOSE, R. Knowledge management metrics. **Industrial Management & Data Systems**, v. 104, n. 6, p. 457–468, 2004.

CARNEIRO, A. How does knowledge management influence innovation and competitiveness? **Journal of Knowledge Management**, v. 4, n. 2, p. 87–98, 2000.

CATER-STEEL, A.; TOLEMAN, M.; TAN, W. G. Transforming IT Service Management – the ITIL Impact. **ACIS 2006 Proceedings**, p. 81, 2006.

CHEN, C. S.; CHANG, S. F.; LIU, C. H. Understanding Knowledge-Sharing Motivation, Incentive Mechanisms, and Satisfaction in Virtual Communities. **Social Behavior and Personality: an international journal**, v. 40, n. 4, p. 639–647, 2012.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Working knowledge: How organizations manage what they know**. [s.l.] Harvard Business Press, 1998.

DAVENPORT, T. H. **Pense fora do quadrado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DORAIRAJ, S.; NOBLE, J.; MALIK, P. Knowledge Management in Distributed Agile Software Development. **Agile Conference (AGILE), 2012**, p. 64–73, 2012.

DRUCKER, P. F. Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge. **California Management Review**, v. 41, n. 2, p. 79-94, 1999.

_____. The next society: A survey of the near future. **The Economist**, v. 52, 2001.

FAIRCHILD, A. M. Knowledge management metrics via a balanced scorecard methodology. **Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences**, v. 2002–Janeiro, p. 3173–3180, 2002.

GAGNÉ, M. A model of knowledge-sharing motivation. **Human Resource Management**, v. 48, n. 4, p. 571–589, 2009.

GALUP, S. D.; DATTERO, R.; QUAN, J. J.; CONGER, S. An overview of IT service management. **Communications of the ACM**, v. 52, n. 5, p. 124, 1 maio 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GOLDONI, V.; OLIVEIRA, M. Knowledge management metrics in software development companies in Brazil. **Journal of Knowledge Management**, v. 14, n. 2, p. 301–313, 2010.

GOVENDER, S. S.; POTAS, D. A model to assess the benefit value of knowledge management in an IT service provider environment. **Proceedings of the 2007 annual research conference of the South African institute of computer scientists and information technologists on IT research in developing countries**, p. 36–45, 2007.

GHANI, S. R. Knowledge Management: Tools and Techniques. **DESIDOC Journal of Library & Information Technology**, v. 29, n. 6, p. 33–38, 2009.

HANLEY, S.; MALAFSKY, G. **A guide for measuring the value of KM investments Handbook on Knowledge Management 2: Knowledge Directions**, p. 369-390, 2003.

HASAN, H.; PFAFF, C. The Wiki: an environment to revolutionise employees' interaction with corporate knowledge. **Proceedings of the 18th Australia conference on Computer-Human Interaction: Design: Activities, Artefacts and Environments: Design: Activities, Artefacts and Environments**, p. 377–380, 2006.

HASAN, H.; PFAFF, C. C. An activity-theory analysis of corporate wikis. **Information Technology & People**, v. 25, n. 4, p. 423–437, 2012.

HENRIKSSON, J.; MIKKONEN, T.; VADÉN, T. Experiences of wiki use in Finnish companies. **12th International MindTrek Conference: Entertainment and Media in the Ubiquitous Era**, p. 150–153, 2008.

HOCHSTEIN, A.; ZAMEKOW, R.; BRENNER, W. ITIL as common practice reference model for IT service management: Formal assessment and implications for practice. **Proceedings - 2005 IEEE International Conference on e-Technology, e-Commerce and e-Service, EEE-05**, p. 704–710, 2005.

HOLTZBLATT, L. J.; DAMIANOS, L. E.; WEISS, D. Factors impeding Wiki use in the enterprise. **Proceedings of the 28th of the international conference extended abstracts on Human factors in computing systems - CHI EA '10**, p. 4661-4676, 2010.

JENNEX, M. E.; SMOLNIK, S.; CROASDELL, D. Towards measuring knowledge management success. **Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 41st Annual**, p. 360–367, 2008.

KINITI, S.; STANDING, C. Wikis as knowledge management systems: issues and challenges. **Journal of Systems and Information Technology**, v. 15, n. 2, p. 189–201, 2013.

KIRCHNER, K.; RAZMERITA, L.; SUDZINA, F. New forms of interaction and knowledge sharing on Web 2.0. In: **Web 2.0**. Boston, MA: Springer US, 2009. p. 1–16.

KWOK, J. S. H.; GAO, S. Knowledge sharing community in P2P network: a study of motivational perspective. **Journal of Knowledge Management**, v. 8, n. 1, p. 94–102, 2004.

LEITE, F. C. L.; COSTA, S. Repositórios institucionais como ferramentas de gestão do conhecimento científico no ambiente acadêmico. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 11, n. 2, p. 206–219, 2006.

LEVY, M. WEB 2.0 implications on knowledge management. **Journal of Knowledge Management**, v. 13, n. 1, p. 120–134, 2009.

LIEBOWITZ, J.; SUEN, C. Y. Developing knowledge management metrics for measuring intellectual capital. **JIC Journal of Intellectual Capital**, v. 1, n. 1, p. 54–67, 2000.

LIN, H. F. Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. **Journal of Information Science**, v. 33, n. 2, p. 135–149, 2007.

MAGALHÃES, I. L.; PINHEIRO, W. B. **Gerenciamento de serviços de TI na prática: uma abordagem com base na ITIL : inclui ISO/IEC 20.000 e IT Flex**. [s.l.] Novatec, 2007.

NONAKA, I. A dynamic theory of organizational knowledge creation. **Organization science**, v. 5, n. 1, p. 14–37, 1994.

NOV, O.; ODED. What motivates Wikipedians? **Communications of the ACM**, v. 50, n. 11, p. 60–64, 2007.

O'DELL, C. S.; HUBERT, C. **The new edge in knowledge: how knowledge management is changing the way we do business**. [s.l.] Wiley, 2011.

OLIVEIRA, L. H. **Exemplo de cálculo de Ranking Médio para Likert**. Notas de Aula. Metodologia Científica e Técnicas de Pesquisa em Administração. Mestrado em Adm. e Desenvolvimento Organizacional. PPGA CNEC/FACECA: Varginha, 2005.

PINTO, L. F. S; SILVA, L. F. **Fatores individuais influenciadores do esforço e das contribuições na Wikipédia**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

SANTOS, D. B. G. **O conhecimento e a pesquisa nas nuvens: uma pesquisa social sobre a aplicação das práticas de gestão do conhecimento associadas às tecnologias de computação em nuvem nos ambientes de pesquisas**. Tese (Doutorado em Ciências). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

SHAOHUA, H.; FAN, Y. Comparative Studies on Enterprise Knowledge Sharing and Wiki. **2008 IEEE International Symposium on Knowledge Acquisition and Modeling Workshop**, p. 968–971, 2008.

SMITS, M.; MOOR, A. Measuring Knowledge Management Effectiveness in Communities of Practice. **Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 37th Annual**, p. 1–9, 2004.

STEIN, E. W.; ZWASS, V. Actualizing Organizational Memory with Information Systems. **Information Systems Research**, v. 6, n. 2, p. 85–117, 1995.

STVILIA, B.; TWIDALE, M. B.; SMITH, L. C.; GASSER, L. Information quality work organization in wikipedia. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 59, n. 6, p. 983–1001, 1 abr. 2008.

SZULANSKI, G. Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. **Strategic Management Journal**, v. 17, n. S2, p. 27–43, 1996.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. [s.l.] Bookman Editora, 2008.

RANCE, S. **ITIL Service Transition**. Londres: TSO, 2011.

ROGERS, E. M. **Diffusion of innovations**. [s.l.]. Macmillan Publishing Co., 1995.

VIEIRA, M. V.; CHRISTOFOLETTI, R. Confiabilidade no uso da Wikipédia como fonte de pesquisa escolar. **Revista on line de Política e Gestão Educacional**, n. 15, p. 198–215, 2017.

WIIG, K. M. Knowledge management: Where did it come from and where will it go? **Expert Systems with Applications**, v. 13, n. 1, p. 1–14, 1997.

WIKIMEDIA. **Wikimedia Traffic Analysis Report**. Disponível em: <<https://stats.wikimedia.org/wikimedia/squids/SquidReportPageEditsPerLanguageBreakdown.htm>>. Acesso em: 20 set. 2018.

WIKIPÉDIA. **Wikipédia**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia>>. Acesso em: 5 nov. 2017.

_____. **Página Principal**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal>. Acesso em: 6 mai. 2018a.

_____. **Wikipédia:Administradores**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Administradores>>. Acesso em: 10 jan. 2018b.

YANG, H. L.; LAI, C. Y. Understanding knowledge-sharing behaviour in Wikipedia. **Behaviour & Information Technology**, v. 30, n. 1, p. 131–142, 2011.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ENVIADO

1. Como você avalia as funcionalidades disponíveis para inclusão de artigos na Wikipédia?
 - a. Excelentes
 - b. Boas
 - c. Medianas
 - d. Ruins
 - e. Péssimas
 - f. Não sei

2. Como você avalia as funcionalidades disponíveis para edição de artigos na Wikipédia?
 - a. Excelentes
 - b. Boas
 - c. Medianas
 - d. Ruins
 - e. Péssimas
 - f. Não sei

3. Como você classifica a usabilidade na pesquisa e na criação/edição de artigos da Wikipédia?
 - a. Excelente
 - b. Boa
 - c. Mediana
 - d. Ruim
 - e. Péssima
 - f. Não sei

4. Qual a importância dos seguintes incentivos materiais para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

Sugestão	Indispensável	Muito	Importante	Pouco	Nenhuma	Não sei
Benefício financeiro						
Desconto em produtos/serviços de parceiros da Wikipédia						
Presentes/souvenirs ofertados pela Wikipédia (ex.: livros, revistas, etc.)						
Benefícios em programas de fidelidade de websites terceiros						

Sugestão de incentivo material (opcional): _____

5. Quando podem ser adotadas ações de incentivo material para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

- a. Quando um artigo atingir x visualizações;
- b. Quando um autor atingir x artigos criados;
- c. Quando um autor atingir x artigos editados;
- d. Quando um autor atingir um tempo x de afiliação na Wikipédia;
- e. Evitar o incentivo material;
- f. Sugestão (opcional): _____

6. Qual a importância dos seguintes incentivos sociais para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

Sugestão	Indispensável	Muito	Importante	Pouco	Nenhuma	Não sei
Ranking dos mais participativos						
Maior visibilidade						
Destaque dos artigos publicados						
Jogos com níveis de experiência (gamificação)						
Medalhas e condecorações						

Sugestão de incentivo social (opcional): _____

7. Qual a importância das seguintes funções administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia?

Sugestão	Indispensável	Muito	Importante	Pouco	Nenhuma	Não sei
Administrador (direitos de operador de sistema)						
Autorrevisor (marcar automaticamente as próprias edições como patrulhadas)						
Reversor (reverter edições rapidamente)						
Eliminador (eliminar e restaurar páginas)						

Outra função importante para a gestão de conteúdo (opcional): _____

8. Qual a relevância em adotar políticas de meritocracia em que os autores mais participativos tenham acesso a uma maior quantidade de funcionalidades administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia?

- a. Indispensável;
- b. Muito relevante;
- c. Relevante;
- d. Pouco relevante;
- e. Nenhuma;
- f. Não sei.

9. Um sistema wiki pode ser utilizado como uma ferramenta para produção e disseminação de conteúdos nas organizações.

Qual a importância da adoção de uma versão corporativa da wiki nas empresas?

- a. Indispensável;
- b. Muito importante;
- c. Importante;
- d. Pouco importante;

e. Nenhuma.

10. Um sistema wiki na empresa pode armazenar diversos conteúdos da organização (ex.: melhores práticas, descrição de processos administrativos, etc.).

Com qual frequência você utiliza/utilizaria a wiki da empresa para compartilhar os seus conhecimentos através da criação/edição de artigos?

- a. Sempre;
- b. Na maioria das vezes;
- c. Eventualmente
- d. Nunca
- e. Não sei.

11. Informe o seu e-mail caso queira ser informado a respeito do resultado dessa pesquisa (opcional): _____

APÊNDICE B - RESULTADO POR GRUPO DE CLASSIFICAÇÃO

1. Como você avalia as funcionalidades disponíveis para inclusão de artigos na Wikipédia?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	28	20,29%
Boas	89	64,49%
Medianas	19	13,77%
Ruins	1	0,72%
Péssimas	0	0,00%
Não sei	1	0,72%
RM		4,05

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	3	5,08%
Boas	48	81,36%
Medianas	6	10,17%
Ruins	0	0,00%
Péssimas	1	1,69%
Não sei	1	1,69%
RM		3,90

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	9	18,37%
Boas	32	65,31%
Medianas	8	16,33%
Ruins	0	0,00%
Péssimas	0	0,00%
Não sei	0	0,00%
RM		4,02

2. Como você avalia as funcionalidades disponíveis para edição de artigos na Wikipédia?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	41	29,71%
Boas	82	59,42%
Medianas	13	9,42%
Ruins	2	1,45%
Péssimas	0	0,00%
Não sei	0	0,00%
RM		4,17

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	11	18,64%
Boas	44	74,58%
Medianas	2	3,39%
Ruins	1	1,69%
Péssimas	1	1,69%
Não sei	0	0,00%
RM		4,07

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelentes	14	28,57%
Boas	28	57,14%
Medianas	6	12,24%
Ruins	1	2,04%
Péssimas	0	0,00%
Não sei	0	0,00%
RM		4,12

3. Como você classifica a usabilidade na pesquisa e na criação/edição de artigos da Wikipédia?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelente	34	24,64%
Boa	74	53,62%
Mediana	27	19,57%
Ruim	3	2,17%
Péssima	0	0,00%
RM		4,01

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelente	10	16,95%
Boa	45	76,27%
Mediana	3	5,08%
Ruim	1	1,69%
Péssima	0	0,00%
RM		4,08

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Excelente	8	16,33%
Boa	33	67,35%
Mediana	7	14,29%
Ruim	1	2,04%
Péssima	0	0,00%
RM		3,98

4. Qual a importância dos seguintes incentivos materiais para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

1. Benefício financeiro;
2. Desconto em produtos/serviços de parceiros da Wikipédia;
3. Presentes/souvenirs ofertados pela Wikipédia (ex.: livros, revistas, etc.);
4. Benefícios em programas de fidelidade de websites terceiros.

a) Excelente:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	7	4	5	6
	%	5,38%	2,94%	3,62%	4,35%
Muito	Quantidade	4	6	9	3
	%	3,08%	4,41%	6,52%	2,17%
Importante	Quantidade	13	23	31	27
	%	10,00%	16,91%	22,46%	19,57%
Pouco	Quantidade	23	25	32	29
	%	17,69%	18,38%	23,19%	21,01%
Nenhuma	Quantidade	73	70	56	63
	%	56,15%	51,47%	40,58%	45,65%
Não sei	Quantidade	10	8	5	10
	%	7,69%	5,88%	3,62%	7,25%
RM		1,74	1,82	2,06	1,91

b) Regular:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	2	2	2	2
	%	3,51%	3,45%	3,39%	3,39%
Muito	Quantidade	2	1	4	1
	%	3,51%	1,72%	6,78%	1,69%
Importante	Quantidade	9	9	13	7
	%	15,79%	15,52%	22,03%	11,86%
Pouco	Quantidade	7	12	12	13
	%	12,28%	20,69%	20,34%	22,03%
Nenhuma	Quantidade	33	30	24	32
	%	57,89%	51,72%	40,68%	54,24%
Não sei	Quantidade	4	4	4	4
	%	7,02%	6,90%	6,78%	6,78%
RM		1,74	1,76	2,05	1,69

c) Fraca:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	0	1	1	2
	%	0,00%	2,08%	2,04%	4,08%
Muito	Quantidade	1	3	8	5
	%	2,08%	6,25%	16,33%	10,20%
Importante	Quantidade	7	10	9	7
	%	14,58%	20,83%	18,37%	14,29%
Pouco	Quantidade	9	7	7	7
	%	18,75%	14,58%	14,29%	14,29%
Nenhuma	Quantidade	30	26	23	27
	%	62,50%	54,17%	46,94%	55,10%
Não sei	Quantidade	1	1	1	1
	%	2,08%	2,08%	2,04%	2,04%
RM		1,55	1,85	2,10	1,92

5. Quando podem ser adotadas ações de incentivo material para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Quando um artigo atingir x visualizações	27	19,57%
Quando um autor atingir x artigos criados	40	28,99%
Quando um autor atingir x artigos editados	42	30,43%
Quando um autor atingir um tempo x de afiliação na Wikipédia	22	15,94%
Evitar o incentivo material	73	52,90%

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Quando um artigo atingir x visualizações	5	8,47%
Quando um autor atingir x artigos criados	22	37,29%
Quando um autor atingir x artigos editados	19	32,20%
Quando um autor atingir um tempo x de afiliação na Wikipédia	11	18,64%
Evitar o incentivo material	42	71,19%

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Quando um artigo atingir x visualizações	10	20,41%
Quando um autor atingir x artigos criados	12	24,49%
Quando um autor atingir x artigos editados	9	18,37%
Quando um autor atingir um tempo x de afiliação na Wikipédia	6	12,24%
Evitar o incentivo material	31	63,27%

6. Qual a importância dos seguintes incentivos sociais para aumentar a criação/edição de artigos na Wikipédia?

1. Ranking dos mais participativos;
2. Maior visibilidade;
3. Destaque dos artigos publicados;
4. Jogos com níveis de experiência (gamificação);
5. Medalhas e condecorações.

a) Excelente:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4	5
Indispensável	Quantidade	12	14	14	6	16
	%	8,76%	10,22%	10,22%	4,38%	11,76%
Muito	Quantidade	47	38	46	7	24
	%	34,31%	27,74%	33,58%	5,11%	17,65%
Importante	Quantidade	42	43	54	39	55
	%	30,66%	31,39%	39,42%	28,47%	40,44%
Pouco	Quantidade	21	21	13	39	29
	%	15,33%	15,33%	9,49%	28,47%	21,32%
Nenhuma	Quantidade	14	16	5	30	10
	%	10,22%	11,68%	3,65%	21,90%	7,35%
Não sei	Quantidade	1	5	5	16	2
	%	0,73%	3,65%	3,65%	11,68%	1,47%
RM		3,16	3,10	3,39	2,34	3,05

b) Regular:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4	5
Indispensável	Quantidade	6	8	9	4	9
	%	10,17%	14,04%	16,36%	7,02%	15,79%
Muito	Quantidade	8	9	12	1	8
	%	13,56%	15,79%	21,82%	1,75%	14,04%
Importante	Quantidade	29	30	20	16	20
	%	49,15%	52,63%	36,36%	28,07%	35,09%
Pouco	Quantidade	7	5	5	19	10
	%	11,86%	8,77%	9,09%	33,33%	17,54%
Nenhuma	Quantidade	7	3	7	10	9
	%	11,86%	5,26%	12,73%	17,54%	15,79%
Não sei	Quantidade	2	2	2	7	1
	%	3,39%	3,51%	3,64%	12,28%	1,75%
RM		2,98	3,25	3,21	2,40	2,96

c) Fraca:

Alternativas/Sugestões		1	2	3	4	5
Indispensável	Quantidade	4	8	4	1	5
	%	8,16%	16,33%	8,16%	2,04%	10,20%
Muito	Quantidade	14	13	16	5	6
	%	28,57%	26,53%	32,65%	10,20%	12,24%
Importante	Quantidade	21	17	22	13	16
	%	42,86%	34,69%	44,90%	26,53%	32,65%
Pouco	Quantidade	5	9	3	12	13
	%	10,20%	18,37%	6,12%	24,49%	26,53%
Nenhuma	Quantidade	4	2	3	9	7
	%	8,16%	4,08%	6,12%	18,37%	14,29%
Não sei	Quantidade	1	0	1	9	2
	%	2,04%	0,00%	2,04%	18,37%	4,08%
RM		3,19	3,33	3,31	2,43	2,77

7. Qual a importância das seguintes funções administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia?

1. Administrador (direitos de operador de sistema);
2. Autorrevisor (marcar automaticamente as próprias edições como patrulhadas);
3. Reversor (reverter edições rapidamente);
4. Eliminator (eliminar e restaurar páginas).

a) Excelente:

Alternativas/Papéis		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	66	27	39	38
	%	47,83%	19,57%	28,26%	27,54%
Muito	Quantidade	34	32	38	36
	%	24,64%	23,19%	27,54%	26,09%
Importante	Quantidade	27	65	48	45
	%	19,57%	47,10%	34,78%	32,61%
Pouco	Quantidade	7	8	10	13
	%	5,07%	5,80%	7,25%	9,42%
Nenhum	Quantidade	1	3	1	4
	%	0,72%	2,17%	0,72%	2,90%
Não sei	Quantidade	3	3	2	2
	%	2,17%	2,17%	1,45%	1,45%
RM		4,16	3,53	3,76	3,67

b) Regular:

Alternativas/Papéis		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	21	8	11	11
	%	36,21%	13,56%	18,64%	18,64%
Muito	Quantidade	15	12	12	10
	%	25,86%	20,34%	20,34%	16,95%
Importante	Quantidade	21	20	30	31
	%	36,21%	33,90%	50,85%	52,54%
Pouco	Quantidade	0	2	2	1
	%	0,00%	3,39%	3,39%	1,69%
Nenhum	Quantidade	0	14	4	6
	%	0,00%	23,73%	6,78%	10,17%
Não sei	Quantidade	1	3	0	0
	%	1,72%	5,08%	0,00%	0,00%
RM		4,00	2,96	3,41	3,32

c) Fraca:

Alternativas/Papéis		1	2	3	4
Indispensável	Quantidade	16	6	9	9
	%	32,65%	12,24%	18,37%	18,37%
Muito	Quantidade	16	11	11	11
	%	32,65%	22,45%	22,45%	22,45%
Importante	Quantidade	13	18	22	21
	%	26,53%	36,73%	44,90%	42,86%
Pouco	Quantidade	2	6	5	5
	%	4,08%	12,24%	10,20%	10,20%
Nenhum	Quantidade	1	7	2	3
	%	2,04%	14,29%	4,08%	6,12%
Não sei	Quantidade	1	1	0	0
	%	2,04%	2,04%	0,00%	0,00%

Alternativas/Papéis	1	2	3	4
RM	3,92	3,06	3,41	3,37

8. Qual a relevância em adotar políticas de meritocracia em que os autores mais participativos tenham acesso a uma maior quantidade de funcionalidades administrativas na gestão de conteúdos na Wikipédia?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	13	9,42%
Muito relevante	57	41,30%
Relevante	36	26,09%
Pouco relevante	11	7,97%
Nenhuma	16	11,59%
Não sei	5	3,62%
RM		3,30

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	8	13,56%
Muito relevante	34	57,63%
Relevante	14	23,73%
Pouco relevante	1	1,69%
Nenhuma	1	1,69%
Não sei	1	1,69%
RM		3,81

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	3	6,12%
Muito relevante	26	53,06%
Relevante	9	18,37%
Pouco relevante	8	16,33%
Nenhuma	2	4,08%
Não sei	1	2,04%
RM		3,42

9. Um sistema wiki pode ser utilizado como uma ferramenta para produção e disseminação de conteúdos nas organizações.

Qual a importância da adoção de uma versão corporativa da wiki nas empresas?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	9	6,52%
Muito importante	52	37,68%
Importante	42	30,43%
Pouco importante	33	23,91%
Nenhuma	2	1,45%
RM		3,24

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	5	8,47%
Muito importante	29	49,15%
Importante	15	25,42%
Pouco importante	9	15,25%
Nenhuma	1	1,69%
RM		3,47

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Indispensável	1	2,04%
Muito importante	25	51,02%
Importante	15	30,61%
Pouco importante	7	14,29%
Nenhuma	1	2,04%
RM		3,37

10. Um sistema wiki na empresa pode armazenar diversos conteúdos da organização (ex.: melhores práticas, descrição de processos administrativos, etc.).

Com qual frequência você utiliza/utilizaria a wiki da empresa para compartilhar os seus conhecimentos através da criação/edição de artigos?

a) Excelente:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Sempre	18	13,04%
Na maioria das vezes	58	42,03%
Eventualmente	28	20,29%
Nunca	16	11,59%
Não sei	18	13,04%

b) Regular:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Sempre	7	11,86%
Na maioria das vezes	32	54,24%
Eventualmente	12	20,34%
Nunca	2	3,39%
Não sei	6	10,17%

c) Fraca:

Alternativa	Respostas	
	Quantidade	%
Sempre	3	6,12%
Na maioria das vezes	22	44,90%
Eventualmente	15	30,61%
Nunca	4	8,16%
Não sei	5	10,20%