

PORTAIS CORPORATIVOS EM INSTITUIÇÕES DO ENSINO SUPERIOR: EXTERNALIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

CORPORATE PORTALS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS:
EXTERNALIZATION OF KNOWLEDGE

Elisangela Hoffman¹
Regiane Moreira Dutra²
Priscila Meliane Leite dos Anjos³
Roberto Beltrame⁴
Alberto Sampaio Lima⁵
Wagner Bandeira Andriola⁶

RESUMO

O presente artigo compara portais corporativos de duas grandes Instituições do Ensino Superior (IES), sendo uma pública e outra privada, no estado do Mato Grosso. A IES pública escolhida foi a Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), já a IES privada em estudo é a Faculdade do Pantanal (FAPAN). O objetivo da pesquisa foi investigar a possível contribuição do Portal Corporativo para a Gestão do Conhecimento em uma IES, verificando as principais informações disponíveis em cada portal e ressaltando as semelhanças e diferenças entre eles. Apresenta como fundamentação teórica os aspectos conceituais acerca de Informação e Conhecimento; Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação (Internet e Intranet); Portais Públicos e Portais Corporativos. A pesquisa é bibliográfica e quanto aos objetivos é descritiva, com natureza exploratória. Para fins de análise de dados, o estudo é comparativo, pois confronta o conteúdo dos portais corporativos das IES em observação. É vasta a quantidade de informações nos portais analisados, no entanto, elas precisam ser alinhadas de modo a atender a necessidade de cada grupo de usuários sejam eles: discentes, docentes, comunidade externa, corpo administrativo e outros. Os portais em análise não proporcionam partilha do conhecimento a contento.

Palavras-chave: Ensino Superior. Governança Corporativa. Avaliação Educacional. Gestão Universitária.

ABSTRACT

This paper compares corporate portals of two major Higher Education Institutions (HEIs), a public and a private, at Mato Grosso State. The public HEI chosen was the University of the State of Mato Grosso (UNEMAT), while the private HEI under study is the Faculty of Pantanal (FAPAN). The objective was to investigate the possible contribution of the

¹ Mestranda em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Servidora da UNEMAT.

² Mestranda em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Servidora da UNEMAT.

³ Mestranda em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Servidora da UNEMAT.

⁴ Mestrando em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Servidor da UNEMAT.

⁵ Doutor em Engenharia de Teleinformática pela Universidade Federal do Ceará. Mestre em Informática Aplicada pela Universidade de Fortaleza. Bacharel em Ciência da Computação pela Universidade Estadual do Ceará.

⁶ Professor Titular da Universidade Federal do Ceará (UFC), Pesquisador do CNPq (Nível 1C), Coordenador do Mestrado POLEDUC.

Corporate Portal to the Knowledge Management in a HEI, verifying the main information available in each portal and highlighting the similarities and differences between them. It presents as theoretical foundation the conceptual aspects about Information and Knowledge; Knowledge Management and Information Technology (Internet and Intranet); Public Portals and Corporate Portals. Regarding the methodological aspects, the research is bibliographical and as to the objectives is descriptive, exploratory in nature. The study is comparative, as it confronts the content of the corporate portals of the HEI under observation. The amount of information in the analyzed portals is vast; however, they need to be aligned to meet the needs of each user group: students, teachers, external community, administrative staff and others. The portals under analysis do not provide for the sharing of knowledge to the full.

Keywords: Higher Education. Corporate Governance. Educational Evaluation. University Management.

1 INTRODUÇÃO

A partir da década de 1950, com o advento dos computadores, surge a oportunidade de coletar, processar e armazenar informações em massa. Surge também um dos desafios enfrentados pelas organizações nos tempos atuais: como adquirir, armazenar e compartilhar informação e conhecimento, tanto internamente entre seus colaboradores, investidores e fornecedores, quanto externamente com seus clientes e, através disso, constituir capital, inteligência organizacional e vantagem competitiva no mercado.

Muitas vezes as informações estão armazenadas em equipamentos de informática de forma não integrada, espalhadas em bancos de dados, dificultando seu acesso e, conseqüentemente, o desempenho das atividades necessárias ao pleno funcionamento das organizações. Contudo, sendo o conhecimento algo personalizado que, para ser útil a indivíduos e/ ou grupos deve ser expresso de maneira interpretável pelos seus receptores, grandes quantidades de informações têm pouco valor. Apenas aquelas informações que são ativamente processadas na mente de um indivíduo através de um processo de reflexão, clarificação ou aprendizado tornam-se úteis.

Neste ambiente surgem os Portais Corporativos, aplicações heterogêneas em suas funções, com diferentes linguagens de programação, mas com um único propósito: tornar acessível em um único ponto informações, conhecimentos e serviços de uma organização. Segundo Terra e Gordon (2002), os Portais Corporativos permitem a personalização do acesso à informação, a automatização e a melhora dos ciclos de decisão. Esses portais têm a função de simplificar o acesso de clientes, funcionários, parceiros, investidores, acionistas e fornecedores à companhia através de uma interface personalizada e segura.

Nas Instituições de Ensino Superior (IES), especializadas na produção e disseminação de conhecimentos à sociedade, através de múltiplas atividades tais como ensino, pesquisa e extensão, é latente a concentração dessas informações e conhecimentos em diversas áreas, bem como a necessidade da utilização dos portais corporativos.

Para essas organizações os portais podem ser importantes ferramentas para a gestão de informações e conhecimentos, pois segundo Terra e Gordon (2002), podem ser descritos como algo que garanta que todos dentro da organização tenham acesso a seu conhecimento, quando, onde e na forma que eles necessitarem, além de ajudar e motivar detentores de conhecimentos importantes a compartilhá-lo. Para tanto, segundo Popovic *et al.* (2005), o portal corporativo de uma IES deve conter uma variedade de conteúdos que podem ser classificados em três grupos: pedagógico e pesquisa; informação; comunicação e administrativo.

Por isso, através dos portais corporativos o relacionamento entre comunidade universitária e comunidade em geral torna-se mais fluída, permitindo a troca de informações entre unidades diferentes de uma mesma IES ou entre diferentes instituições, propiciando pesquisas multidisciplinares e o intercâmbio de dados e informações de maneira mais rápida e eficiente, estimulando alianças e/ou parcerias que de outra forma seriam inviáveis ou dificultosas (ANDRIOLA, 2005).

Foi realizado o presente trabalho, de natureza exploratória, buscando a comparação da disposição de conteúdos nos portais corporativos de IES, com o objetivo de “investigar a possível contribuição do Portal Corporativo para a gestão do conhecimento numa Universidade”.

Para isso, foram investigadas quais as principais informações disponibilizadas pelos portais corporativos de uma universidade pública e uma privada, ressaltando quais os canais de comunicação existentes entre o aluno, a instituição, os funcionários e demais clientes de uma universidade (comunidade científica local e mundial, institutos de pesquisa, comunidade não acadêmica, dentre outros) que são disponibilizados nesses portais, verificando se existem diferenças entre as funções do portal corporativo de universidades públicas e privadas.

Nesse sentido, este artigo é composto por cinco seções. Além desta seção de cunho introdutório, a segunda seção compreende a fundamentação teórica, mediante a revisão de literatura relacionada à geração de conhecimento e portais corporativos em Instituições do Ensino Superior (IES). Já a terceira seção descreve a metodologia empregada durante a pesquisa, discorrendo sobre os procedimentos metodológicos utilizados para se alcançar os

objetivos almejados. A quarta seção engloba a análise e discussão dos dados auferidos. A quinta seção apresenta as considerações finais obtidas ao final da pesquisa. Por fim, foram relacionadas todas as referências utilizadas para embasamento do artigo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Informação e conhecimento

Nos dias atuais a informação e o conhecimento são os principais elementos de tudo o que é produzido, comprado e vendido. Nesse contexto, faz-se necessário que esse conhecimento seja gerenciado, tornando-se um dos desafios mais difíceis e importantes para uma organização, considerando que a maior fatia do conhecimento de uma organização está em seus talentos humanos.

Segundo Girardi (2009), informação é o conjunto de dados relevantes com determinado propósito; requer unidade de análise, exige consenso em relação ao significado e medição humana. Conhecimento é o conjunto valioso de informações da mente humana; inclui contexto, reflexão e síntese; é de difícil obtenção por máquinas, estruturação e transferibilidade, frequentemente tácito.

A informação é considerada como um meio ou material necessário para extrair e construir conhecimento; não há conhecimento sem que haja informação, por isso a informação é considerada um dos recursos imprescindíveis ao bom desempenho das organizações contemporâneas (NAVES, 1999; BEUREN, 1998), visto que a informação gera ideias criativas, que vão formar a base para a competitividade organizacional e a inovação.

Davenport (apud PIMENTA, 2002, p.52) explica que o “conhecimento é a informação mais preciosa. Inclui reflexão, síntese e contexto. O conhecimento se distingue de acúmulo de informações por reuni-las pela legitimação empírica, cognitiva (mental) e emocional”. Conhecimento é aquilo que a informação passa a ser depois de interpretada, sendo formada de ferramentas intelectuais que favorecem seu significado na totalidade de crenças a respeito da realidade em constante evolução.

Para Demo (2002), conhecer é estar aberto ao novo, é agir no sentido de questionar criativamente, no sentido de clarear dúvidas, é ter disponibilidade e capacidade de investigação dos fatos, da realidade, do meio ao qual o indivíduo se encontra. Assim,

conhecimento ocorre quando há confrontos e questionamentos ao que está exposto, quando se agrega algo de novo ao nosso conteúdo internalizado.

Segundo Gaspar *et al.* (2009) o conhecimento desempenha um papel fundamental na diferenciação das organizações entre seus pares em seu ambiente de atuação, sendo que a gestão de conhecimento faz-se necessária para lhes agregar valor.

Uma vez que as organizações tenham consciência da importância do conhecimento para o seu sucesso, há de explorar corretamente a gestão desses sistemas de conhecimento.

2.2 Gestão do conhecimento e tecnologia de informação

A gestão do conhecimento é “o processo de promover e administrar a geração, compartilhamento, armazenamento, aprendizado, utilização e mensuração de conhecimentos, experiências e especializações nas organizações.” (GROTTO, 2001 *apud* GASPAR *et al.*, 2009, p. 122).

Nesse contexto, um dos desafios enfrentados pelas organizações nos tempos atuais é como adquirir, armazenar e compartilhar informação e conhecimento, tanto internamente entre seus colaboradores, investidores e fornecedores, quanto externamente com seus clientes.

Nesse sentido, a Tecnologia de Informação (TI) utilizada tende a evoluir para atender às necessidades dos usuários. Esses “recursos tecnológicos e computacionais para geração e uso da informação”, mudaram drasticamente as perspectivas do mundo corporativo, alterando permanentemente seu modo de gerar informações, bem como de gerar e difundir conhecimentos, por seus sistemas de informação e conhecimento.

A utilização do conhecimento é a etapa seguinte. De nada adianta gerar conhecimento se não for aplicado e usado na prática. Neste aspecto, a Tecnologia da Informação é um fator preponderante. É preciso que haja na IES uma cultura de pesquisa voltada para o aproveitamento do conhecimento. (PEREIRA *et al.* 2011, p. 3)

Assim atuam os sistemas de conhecimento. Se os sistemas de informação são os conjuntos de partes que geram informação, nos sistemas de conhecimento são “geradas e difundidas as informações relevantes e úteis, ‘trabalhadas’ por pessoas e/ou por recursos computacionais, produzidas com qualidade e de forma antecipada, transformando-as em conhecimento”. (REZENDE e ABREU, 2002, p. 44).

Inevitavelmente, por relacionarem tão intrinsecamente com a informação, sua disponibilidade e acesso, todos esses processos de geração de conhecimento foram profundamente alterados com a inserção do computador, Internet e outras tecnologias na sociedade e nas organizações. A criação e utilização dos ambientes virtuais revolucionou a velocidade do acesso e processamento das informações e possibilitou a comunicação em tempo real a revelar as distâncias geográficas, fornecendo assim diversas formas de obtenção, guarda e transmissão de conhecimentos (URIARTE, 2006).

Terra e Gordon (2002) ressaltam o protagonismo da Internet na troca de informações entre as organizações, assim como as possibilidades de colaboração entre as pessoas, pois aumentaram significativamente através do uso das novas tecnologias baseadas nos padrões da Internet (incluindo a intranet). Esse fato propicia o aumento da produção de informação, independente da localização geográfica das pessoas e/ou organizações.

Não obstante, atualmente a gestão de conhecimento nas organizações não está somente relacionada ao uso da internet e intranet, mas é planejada e desenvolvida baseada nessas plataformas. Para a gestão do conhecimento, internet e intranet são harmoniosamente complementares, vez que a primeira, considerada a rede da globalização da informação, torna acessível à comunicação ao e com o mundo externo e, com a segunda, baseada em normas da rede internet, mas de utilização privada, se faz a comunicação interna.

Assim, será preciso contextualizar o surgimento dessa revolucionária rede que conectou não só pessoas, mas também organizações e o mundo.

2.2.1 Internet

A origem da internet remonta a setembro de 1969. Porém, o conceito de uma rede de redes, conforme observa Mattelart (2002), é anterior em, pelo menos, várias décadas à rede de informação cibernética da atualidade.

Considerada uma rede de comunicação, integra redes locais, regionais e nacionais e sua tecnologia facilita e dinamiza a comunicação entre um grande número de pessoas. Foi desenvolvida inicialmente, como uma tecnologia segura para a troca de informação sigilosa, no período da Segunda Guerra Mundial. Com a mudança da sociedade e o desenvolvimento das novas tecnologias a Internet passou a ser mundialmente utilizada para troca e disseminação de informações nas mais diversas áreas do conhecimento.

Uriarte (2006) cita a evolução da utilização da Internet, partindo do início dos anos 90 com o uso das *homepages* para disponibilizar informações em formato HTML, geralmente com fins pessoais. Com as possibilidades de armazenamento e acesso de informações, originaram-se os sites ou *websites*, formados por um conjunto de documentos em linguagem HTML e outras linguagens de scripts. Logo, vislumbrando as aplicações e facilidades, surgiram os portais de Internet.

Precursora, a Internet contribuiu para um vertiginoso crescimento do volume de informações, por vezes disponibilizadas de forma desestruturada, disponível ao público e sem um usuário definido. Graças a ela, pessoas físicas e jurídicas podem ter seu espaço virtual, com interesses particulares ou profissionais, podem usufruir de sua ampla comunicação, informação e divulgação, os populares websites e portal (TORINO, SILVA E TORINO, 2009).

Vidotti e Vieira (2004) argumentam que, quando o usuário navega na rede Internet, tem contato com várias formas de aquisição de conhecimento, podendo ocorrer, nesse momento, a aprendizagem, através da sequencia da recuperação da informação, liberando a imaginação e a criatividade, de forma a que ele mesmo descubra e sintetize seus próprios conhecimentos.

Com o seu advento, as informações são disseminadas com maior rapidez e agilidade, atingindo um grande número de usuários. Ela promove certa democratização da informação, visto que as pessoas podem acessar e disponibilizar informação de qualquer parte do mundo (SILVA, 2000), assim como dentro e fora da organização.

2.2.2 Intranet

A intranet surge posteriormente a Internet, baseada nos padrões de comunicação de sua antecessora, contudo divergindo na sua utilização. Caracterizando-se como uma rede privada, com um público limitado e bem definido, geralmente direcionada aos colaboradores de uma organização, a intranet objetiva proporcionar acesso fácil e rápido a todo conhecimento da organização ao usuário, filtrando o que lhes é pertinente e permitido. (TORINO, SILVA E TORINO, 2009).

Segundo Fishenden (1997), o modelo de intranet começou a ser desenvolvido em 1989, na Inglaterra. Hills (1997) estabelece como o marco de introdução da intranet o Mosaico, que em 1993 deflagrou o processo que conduziu à utilização dos protocolos e das ferramentas da Internet para facilitar o acesso às informações internas da organização.

Essas redes internas, baseadas na tecnologia Web, começaram por ser conhecidas como Webs Internas, Webs Corporativas ou Webs Privadas. A distinção entre uma intranet e qualquer outra rede é que ela funciona com protocolos da Internet, como o TPC/IP e http (protocolo de transferência de hipertexto).

A intranet é uma rede corporativa privada que possibilita o acesso a informações institucionais e a formulários eletrônicos, sendo destinada ao público interno das empresas e instituições. As *intranets* se destacam como um importante instrumento de comunicação interna sendo eficazes e rentáveis para as empresas que a adotam. Para Nielsen (2003) “a *intranet* deve ser vista como a infraestrutura de informação corporativa”.

Ao partir de sua conceituação, O’Brien (2003) define intranet e sua funcionalidade básica, como uma rede interna com uso de tecnologia de internet que permite o mesmo ambiente dentro de uma organização para suporte a seus processos internos, compartilhamento de informações e comunicação. Lee e Kim (2009) complementam o conceito, ao citar que a intranet utiliza tecnologias que incluem sistemas de banco de dados, e-mail, calendários eletrônicos, gerenciamento de documentos, além de possibilitarem a obtenção, organização, armazenamento, retenção, distribuição e apresentação de informações.

Palmerston (2008) cita que as novas possibilidades de interação criadas pela intranet favorecem o desenvolvimento institucional. A autora ainda destaca como benefícios da rede interna o suporte às rotinas de trabalho e o aumento da produtividade.

Como vantagens de um portal de intranet, observadas por Sousa (2014), o baixo investimento no seu processo de implementação, a flexibilidade de utilização em plataformas de sistemas operacionais, e ainda uma maior facilidade de utilização e reconhecimento pelos usuários, por possuir interface similar à internet. A autora ainda aborda outros fatores como o aumento da produtividade e uma comunicação mais eficiente, bem como um fluxo informacional mais rápido, a partir de atualização em tempo real.

Na visão dos autores, a implementação da intranet em uma organização é o início de uma gestão estratégica de informações, sendo importante a integração de programas dirigidos aos colaboradores e líderes buscando seu envolvimento, além da disseminação e atualização constante das informações.

Nessa perspectiva, Trindade, Oliveira e Becker (2011) afirmam que a intranet também é considerada uma ferramenta estratégica de gestão do conhecimento, ao estimular o compartilhamento de informações entre os diversos grupos de uma organização. Os

autores complementam em seu artigo que a intranet não armazena conhecimento de forma estática, ao contrário, ela permite em seu ambiente um sistema interativo, com disponibilidade de inúmeros recursos.

Masrek et al. (2008) indica três perspectivas para a intranet como um ambiente de compartilhamento de conhecimento: informação, conscientização e comunicação. A primeira perspectiva, da informação, diz respeito ao acesso às informações estruturadas e não-estruturadas por meio de banco de dados e outros documentos, sendo a diversidade dessas informações essencial para a geração de conhecimento. A perspectiva de conscientização indica a utilização da intranet para a manutenção de usuários bem informados e continuamente conectados à organização. Por último, a perspectiva da comunicação, que permite a partir do acesso coletivo às informações nos diversos canais disponibilizados pela intranet, um contexto e visão comum do conhecimento gerado em um ambiente colaborativo.

Por todas as funcionalidades citadas nessa seção, a Internet, complementada pelas intranets, tem ocupado grande espaço no meio corporativo, representando um potencial exponencial na troca de informação entre as organizações e nas possibilidades de colaboração entre pessoas. Conforme sintetiza Uriarte (2006) o um instrumento corporativo que utiliza as funcionalidades da internet e intranets de maneira combinada, pode ser definido como Portal Corporativo, abordado na próxima seção.

2.3 Portais públicos e portais corporativos

A definição do que é um Portal não é consenso, tal qual suas funcionalidades. Uriarte (2006) relata que por vezes meros sites são chamados indevidamente de portais. Assim é necessária uma fundamentação prévia do que pode ser definido por portal. O que diferencia portais de páginas estáticas da *Web* é sua habilidade em incluir dados de diferentes fontes, de diferentes formas e formatos e apresenta-los de uma forma unificada e consistente através de um único ponto de acesso (Nielsen, 2003).

A origem dos portais se confunde com a própria evolução do uso da internet, pois segundo Dias (2001) evoluem dos mecanismos primários de buscas na internet, baseados no retorno de links de páginas na web (homepages) para grandes sites de busca, que passaram a oferecer serviços de resposta mais robustos, filtrando conteúdo de outras páginas (websites), integrando ainda outras funções, como comunidades virtuais, chats,

possibilidades de personalização, de acesso a conteúdos especializados e também comerciais (portais).

Os portais se caracterizam como uma espécie de porta de entrada para a rede, “organizando para o cliente a vasta quantidade de sites, oferecendo entretenimento, informações, contados on-line, links comerciais, entre outros.” (URIARTE, 2006, p. 43). Nessa concepção, voltados para o público externo, são chamados portais públicos, um meio de divulgação das organizações, uma mídia adicional para o marketing de produtos, tal como a televisão, o rádio e a mídia impressa (DIAS, 2001).

Contudo, a facilidade de uso e o alcance dos ambientes virtuais popularizaram os portais como espaço também para o compartilhamento de conhecimento, direcionando então os portais para os usuários internos (funcionários, diretores e parceiros) como opções de canal de informação e comunicação. Nessa concepção, surgem os Portais Corporativos.

Eles são, na afirmação de Reynolds e Koupoulos (1999 *apud* DIAS, 2001, p. 53) uma evolução do uso das intranets, incorporando a elas “novas ferramentas que possibilitam a identificação, armazenamento, recuperação e distribuição de grandes quantidades de informações de múltiplas fontes, internas e externas, para os indivíduos e equipes de uma instituição”.

A terminologia Portal Corporativo também é recente, datando de 1998 as primeiras referências a “portal de informações empresariais”, sendo que, tanto a terminologia quanto as funções relacionadas a eles não é consenso na literatura. Dias (2001) faz uma revisão literária quanto às terminologias e definições, sendo que os principais termos utilizados são “portal de informações empresariais”, “portal corporativo”, “portal de informações corporativas” e “portal de negócios”. O quadro a seguir apresenta as definições elencadas por Soares (2007) para cada termo conforme pesquisas desse autor.

Quadro 1 – Terminologia e Definições.

Terminologia	Definição
Portal De Informações Empresariais	Conjunto de aplicativos de software que consolida, gerencia, analisa e distribui informações não só internamente, como também para o ambiente externo à organização, incluindo ferramentas de inteligência de negócios, gestão de conteúdo, data warehouse, gestão de dados e informações.
Portal de negócios	Aplicativo capaz de proporcionar aos usuários um único ponto de acesso a qualquer informação necessária aos negócios esteja ela dentro ou fora da corporação [...] um ‘shopping center para trabalhadores do conhecimento’, [...] uma via de acesso às informações estruturadas e não estruturadas, por

	meio de uma interface web.
Portal corporativo	Sistema de informações centrado no usuário, integrando e divulgando conhecimentos e experiências de indivíduos e equipes, atendendo, assim, aos padrões atuais de instituições baseadas no conhecimento. [...] o portal corporativo é capaz de aliar o conhecimento explícito contido em arquivos, bases de dados, correspondências, páginas web e aplicativos empresariais ao conhecimento tácito dos times de projeto, das heurísticas profissionais e das comunidades institucionais.
Portal de informações empresariais	Aplicativos que possibilitam às companhias fornecer acesso às informações armazenadas interna e externamente e, ainda, oferecerem aos usuários internos e externos uma única janela para as informações personalizadas necessárias para a tomada de decisões de negócios. [...] destaca claramente o suporte à tomada de decisões como a principal função.

Fonte: SOARES, 2007, p. 92-95.

De forma análoga, há diferenças na literatura quanto às funções dos portais corporativos, sendo que permanecendo a função principal do suporte a decisão e do processamento corporativo e variam de acordo com a principal utilização pela organização. Dias (2001) sintetiza as principais funções dos portais corporativos: portais com ênfase em suporte à decisão, portal de informações ou de conteúdo, portal de negócios, portal de suporte à decisão, portais com ênfase em processamento cooperativo, portal cooperativo ou para processamento cooperativo, portal de especialistas, portais de suporte à decisão e processamento cooperativo, portal do conhecimento, portal de informações empresariais.

Terra e Almeida (2010, p. 8) afirmam que, apesar dos portais configurarem uma ferramenta poderosa com suas muitas funções possíveis, sendo grandes apoiadores das iniciativas de gestão de conhecimento, o uso deve ser pensado de forma integrada, “evitando replicações ou falta de funcionalidades, desorganização de informação, uso incorreto das ferramentas de comunicação, desalinhamento entre as várias unidades de negócio e confusão entre os usuários”.

Corroborando, Uriarte (2006) cita elementos e características apontados pela literatura como requisitos essenciais aos portais corporativos: Integração e personalização, Usabilidade e conteúdo, Conhecimento e comunicação, Informação, Gestão de Conteúdo, Mecanismos de Busca, Internet e intranet, Comunidades, Outros elementos e características e Planejamento e funcionamento.

Nessa dinâmica, o portal corporativo é então capaz de otimizar os fluxos informacionais e a geração de conhecimento nas organizações, facilitando o acesso e a

troca de informações entre os usuários, além de disseminar novos conhecimentos a diferentes públicos (GASPAR *et al.*, 2009). Ainda segundo Gaspar *et al.* (2009), ao ser capaz de proporcionar às organizações uma infraestrutura necessária de apoio às transformações de modelos, provendo dados, informações e conhecimento, bem como promover a interação entre os atores com interesses comuns por meio de uma única interface *web*.

Das diversas vantagens para as organizações elencadas por Dias (2001) e Gaspar *et al.* (2009), destacam-se a rapidez na localização de informações, a ampla possibilidade de pesquisa, o compartilhamento corporativo de conteúdo, o acesso e conectividade universal das informações, a economia de tempo dos indivíduos, a melhora no processo de decisão, a disponibilização do espaço centralizado para a participação dos indivíduos, o acesso a diferentes fontes online e a abertura à análise e discussão de ideias.

Os portais corporativos já causam e continuarão a causar mudanças cada vez mais fundamentais nos processos gerenciais e no modo como as empresas funcionam. [...] Com a vantagem de prover um único ponto de contato para todas as fontes de informação, o portal corporativo assume o papel, sem precedente, de integrador universal dentro das organizações. Por esse e muitos outros motivos comentados no decorrer deste texto, os portais corporativos constituem novos instrumentos de gestão de informação e conhecimento nas organizações. (TERRA; BAXX, 2003, p. 48).

O portal corporativo pode ser considerado um mecanismo de base tecnológica com poder de aglutinar uma interface/ambiente informacional, o acesso a toda a informação corporativa gerada, tratada e organizada, possibilitando a facilidade de acesso e localização dessa informação, assim como a geração e o compartilhamento de conhecimento, construída de forma individual e grupal.

Dessa maneira, os portais corporativos auxiliam o desenvolvimento de atividades, como por exemplo, coleta, tratamento e disseminação da informação, através da aplicação de ferramentas tecnológicas estruturadas, tanto para gestão da informação, quanto para gestão do conhecimento.

Segundo Terra e Gordon (2002) os portais corporativos são um avanço importante nos softwares de colaboração, que podem ser usados para desenvolver e implementar iniciativas de gestão do conhecimento.

Nesse sentido, como instrumento de gestão de informação e conhecimento, os portais corporativos tornam-se essenciais para as Instituições de Ensino Superior, enquanto viabilizador do acesso ao conhecimento gerado, propiciando sua disseminação para a

sociedade, auxiliando no seu papel primeiro, de desenvolver o conhecimento para a sociedade.

2.3.1 Portal corporativo nas ies

Considerando a multiplicidade de processos internos das IES, variados usuários e diversas unidades organizacionais, segundo Gaspar *et al.* (2009), é facilmente perceptível sua natural adesão ao portal corporativo, sendo essas instituições largamente beneficiadas com o uso desse instrumento de gestão de informação e conhecimento.

Kuniyoshi e Santos (2007 *apud* GASPAR *et al.*, 2009) ressaltam a complexidade do processo de gestão de conhecimento gerado em universidades, vez que os processos de geração e disseminação de conhecimento pressupõe a interação entre indivíduos e, num ambiente múltiplo como as IES é tanto complexo quanto profícuo, convertendo o portal corporativo em ambiente para o intercâmbio de conhecimentos entre os integrantes dessas organizações.

Especialmente nas universidades, o portal corporativo torna-se um ambiente colaborativo e, a partir de funcionalidades e conteúdos bem direcionados, propiciam ações que contribuam para o cumprimento da função social dessas instituições, constituindo um diferencial competitivo e promovendo a eficiência, desbloqueando as informações armazenadas e disponibilizando-as através de um único ponto de acesso, disponibilizando aplicações e informações personalizadas (TERRA; BAXX, 2003).

O portal corporativo de uma instituição de ensino superior, segundo Popovic *et al.* (2005), contém uma variedade de conteúdos que podem ser classificados representa um único ponto de acesso a todas as necessidades desse usuário numa área específica. No caso de instituições de ensino isso pode representar um portal do estudante que apoia todas as atividades desse estudante no processo educacional sem a necessidade dele usar em 3 grupos: pedagógico e pesquisa; informação e comunicação e administrativo.

Pedagógico e pesquisa: planejamento do curso, gestão do material do curso, fóruns online, acesso à literatura e outras fontes da web, apoio à colaboração com a esfera de negócios, pesquisas na web; publicações de artigos e teses.

Informação e comunicação: informações aos estudantes, comunicação entre professores, estudantes e administração, informação sobre colaboração internacional (programas), informações sobre atividades visando desenvolvimento profissional e pessoal, além de desenvolvimento acadêmico, informações para ex-alunos, etc.

Administrativo: pedidos e pagamentos online; certificados; estágios; serviços de e-mail; etc.

Para que o portal corporativo das IES possa beneficiar essas organizações com as funções elencadas, Gaspar *et al.* (2009) sintetiza alguns conteúdos neles encontrados que propiciem aos usuários a extração da informação e sua transformação em conhecimento. Na perspectiva do autor, a análise do conteúdo dos portais corporativos constitui uma forma de avaliar a sua utilização na disseminação do conhecimento gerado. Dessa forma, essa pesquisa buscará identificar e classificar os conteúdos que representam o desenvolvimento da geração e disseminação do conhecimento explícito das IES analisadas, quais sejam: comunicações gerais, pedagógicas e questões administrativas ou operacionais.

3 METODOLOGIA

Quanto aos meios, a presente pesquisa é de cunho bibliográfico. Marconi e Lakatos (2003, p. 183) afirmam que:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão.

Quanto aos seus objetivos, a pesquisa é chamada de descritiva. Conforme Gil (2010, p. 27):

As pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis.

No que tange ao tipo da pesquisa, a mesma utiliza o método exploratório de abordagem qualitativa, no qual foram definidas para a pesquisa a análise dos portais corporativos de duas grandes Instituições do Ensino Superior, sendo uma pública e outra privada, a partir de uma amostra intencional selecionada por conveniência.

A IES pública escolhida é a Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). A motivação por essa escolha se deu pelo fato de que os pesquisadores fazem parte do corpo administrativo da IES, possuindo conhecimento prático acerca do portal e suas funcionalidades.

A UNEMAT possui atualmente 13 (treze) câmpus universitários, 36 cursos de pós-graduação, 60 (sessenta) cursos de graduação de oferta contínua, 129 (cento e vinte e nove) cursos de graduação na modalidade diferenciada e um total de 22.593 (vinte e dois mil, quinhentos e noventa e três) acadêmicos atendidos.

Quanto à IES privada, a escolhida foi a Faculdade do Pantanal (FAPAN) que está situada no mesmo município em que a sede administrativa da UNEMAT, o município de Cáceres/MT. É uma instituição de grande porte, que conta com mais de 30 (trinta) cursos de graduação e pós-graduação nas mais diversas áreas do ensino.

As duas IES escolhidas possuem um portal corporativo em pleno funcionamento, o que permite embasamento para esta pesquisa.

Para fins de análise de dados esta pesquisa se qualifica como análise comparativa, pois se buscou confrontar o conteúdo dos portais das duas IES escolhidas com o propósito de identificar suas semelhanças e/ou diferenças, analisando as principais informações disponíveis nos portais, os tipos de serviços oferecidos e identificando o público-alvo atendido.

Gil (2002, p. 41) ressalta que “o método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, tendo em vista ressaltar as diferenças e similaridades entre eles”.

4 ANÁLISE DA REALIDADE INVESTIGADA E RESULTADOS

4.1 Apresentação portal UNEMAT

O portal da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) foi construído com o propósito de contemplar funcionalidades acessíveis a docentes, discentes, técnicos da universidade, assim como também à comunidade externa, contemplando informações acerca de legislação, histórico da universidade, dentre outros.

Nos últimos anos o portal tem sido reestruturado para atender de maneira mais eficaz as demandas existentes, incluindo acessos rápidos aos serviços mais procurados, modernizando o *layout* e incluindo novas funcionalidades.

Por apresentar uma gama enorme de informações, o portal apresenta muitos menus, o que pode dificultar o acesso às informações para quem não tem muito conhecimento sobre as funcionalidades ofertadas no portal.

A Pró Reitoria de Planejamento e Tecnologia da Informação (PRPTI) possui uma Supervisão de Desenvolvimento Web responsável pelo portal da Instituição, à qual está sempre atenta a identificar as necessidades de mudanças no portal.

4.2 Apresentação Portal FAPAN

O portal da Faculdade do Pantanal (FAPAN) apresenta-se com *layout* moderno e simplificado, facilitando o acesso às ferramentas disponíveis.

Mesmo para quem não está habituado ao portal, facilmente é possível encontrar informações sobre os cursos, matriz curricular, custo das mensalidades e outros.

É notório que o portal da FAPAN tem uma quantidade menor de funcionalidades se comparado ao portal da UNEMAT. Por se tratar de uma IES privada, o portal torna-se mais comercial, a fim de apresentar seus produtos (cursos de graduação e pós-graduação) de maneira bem objetiva.

4.3 Principais funcionalidades

A partir da análise dos portais corporativos das IES em estudo, buscou-se a identificação dos conteúdos e serviços ofertados nos portais que remetessem ao desenvolvimento da propagação do conhecimento nas esferas: pedagógicas, administrativas, operacionais ou comunicações gerais.

O quadro 2 demonstra os principais conteúdos encontrados nos portais de cada IES pesquisada.

Quadro 2 - Quadro comparativo com as informações disponíveis nos portais das IES pesquisadas.

Conteúdos	Portal da UNEMAT	Portal da FAPAN
Cursos disponíveis (graduação e pós-graduação)	X	X
Acesso à educação à distância	X	X
Acesso específico para acadêmicos		X
Acesso ao catálogo da biblioteca	X	
Acesso à biblioteca virtual	X	X
Disponibilização do portal em outro idioma		
Documentos oficiais da IES: normas, políticas e diretrizes	X	X

Informações e serviços específicos para acadêmicos		
Manual do Aluno		X
Calendário Acadêmico	X	X
Matriz Curricular dos Cursos	X	X
Eventos, congressos, cursos e notícias	X	
Monitorias, estágios e bolsas	X	
Avaliação Institucional	X	
Portal do Egresso	X	X
Informações sobre Vestibular	X	X

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme observado no quadro, existem muitas semelhanças entre os portais em estudo, já que existem ferramentas que são básicas e essenciais à qualquer portal de IES.

É importante ressaltar que o objetivo do quadro apresentado foi ressaltar as funcionalidades principais de um portal de IES, no entanto, outras ferramentas e funcionalidades puderam ser observadas nestes portais.

O portal da UNEMAT, por exemplo, por se tratar de uma IES pública, tem características específicas, como sistemas de processo seletivo para contratação de docentes temporários, regulamentos específicos de uma instituição pública, como instruções normativas, portarias, resoluções e outros.

Em uma instituição pública a transparência das informações é vista como um dos objetivos principais, desta maneira o portal visa facilitar o acesso à variados tipos de informações.

O portal da UNEMAT também possui como funcionalidades específicas o acesso aos sistemas geridos pela instituição, nos quais pode-se citar como os principais: Sistema Acadêmico (SAGU), Sistema Administrativo Integrado (SIG), Sistema de Autenticação Unificada (SAU), dentre outros. Acessos a sistemas do governo do Estado de Mato Grosso também são viabilizados mediante atalhos para facilitar aos usuários que utilizam tanto os sistemas da instituição, quanto os sistemas governamentais.

Nota-se que o portal da IES pública busca atender os mais variados públicos, pois fornece conhecimento à comunidade em geral, trazendo informações pertinentes a processos seletivos para ingresso na universidade, seja como discentes ou professores

temporários; atende aos discentes, quando traz notícias pertinentes aos cursos, divulga editais de ofertas de bolsas de estágio e monitoria, dentre outros; atende os docentes e corpo administrativo, apresentando serviços voltados à cada atividade, como normas, procedimentos, legislação e etc.

Já o portal da Fapan, por se tratar de uma IES privada, visa fornecer maiores informações sobre os cursos, detalhando por exemplo a matriz curricular, projeto pedagógico, e outros. Informações sobre processos seletivos de vestibulares, matrículas e mensalidades também estão em evidência no portal. Diante disto, percebe-se que o foco principal é “vender” a qualidade dos cursos e demonstrar que a IES possui excelência no ensino e na estrutura física.

No portal da IES privada em análise também foi constatado que as funcionalidades são mais voltadas aos discentes, com informações e ferramentas bem específicas a este público. Uma prova disto é possuir um canal de acesso exclusivo aos acadêmicos, no qual, possivelmente, os discentes tem acesso ao conteúdo das disciplinas, notas, relatórios de frequência, dentre outros.

5 CONCLUSÃO

As universidades, independentemente de sua natureza jurídica, seja uma instituição pública, ou de iniciativa privada prestam serviços de grande relevância para a sociedade, os serviços educacionais. A grande diferença está no fato das universidades públicas necessitarem seguir muitas regras que são típicas da administração pública, enquanto que as privadas muitas vezes são guiadas pelas regras de mercado.

Quando se trata da administração pública um dos princípios a serem seguidos é o da publicidade. Mesmo existindo esse princípio constitucional, foram criados nos últimos tempos alguns mecanismos para garantir uma política pública de garantia do acesso à informação. O principal instrumento normativo criado para fins de efetivação da transparência pública é a Lei de Acesso à Informação - LAI (SILVA, HOCH, SANTOS, 2013).

A LAI determina que sejam fornecidas informações em duas modalidades. Transparência Ativa, quando as informações são primárias, íntegras, autênticas e atualizadas sobre qualquer assunto relativo às atividades desenvolvidas e a Transparência

Passiva, nessa modalidade os órgãos públicos devem divulgar as informações quando forem requeridas pelo cidadão (JARDIM, MIRANDA, 2015).

Ainda que LAI represente um grande avanço na questão da transparência pública, alguns estudos realizados em universidades federais e outros órgãos, como Silva et al (2013) e Monteiro (2014), investigando acerca do efetivo cumprimento desta política, apontam que a maioria das instituições não estão totalmente preparadas para atender as demandas de informação e transparência.

Na UNEMAT, em respeito à LAI, foi desenvolvido o Portal da Transparência, onde através de um sistema, qualquer pessoa pode ter acesso às informações públicas. O sistema contém informações divididas nas categorias: licitações, contratos e convênios, gestão de pessoas, execução orçamentária, finanças, ações, programas e demais informações institucionais (UNEMAT/DATI, 2017).

Diante do que foi pesquisado e aquilo que foi observado nos portais institucionais, como expectativa futura nota-se um processo de amadurecimento no processo de intercâmbio de informações úteis entre as organizações e o público em geral, principalmente em se tratando da transparência pública.

O portal corporativo do conhecimento pode ser visto como um sistema centrado nos diversos serviços e processos das instituições, integrando e divulgando informações da memória organizacional, atendendo, assim, às necessidades atuais das organizações do conhecimento. Assim, os portais corporativos do conhecimento podem auxiliar a comunidade universidade e a sociedade de um modo geral a encontrar informações relevantes e fontes de conhecimento, codificar e publicar suas informações bem como utilizar os sistemas de informação de seu interesse acadêmico e profissional.

No tocante a instituições privadas, o acesso às informações é tratado de forma diferenciada, destaca-se no portal institucional da FAPAN, as funcionalidades “Ouvidoria” e “Fale Conosco”, nestas seções são apresentadas diversas formas de comunicação entre a instituição e a comunidade externa que pode solicitar as informações, porém, por se tratar de uma instituição de fins lucrativos, não há a garantia de que as informações solicitadas serão atendidas.

Assim conclui-se que dada a importância das IES analisadas no estudo, reconhecendo a quantidade e variedade de conhecimento disponível em seus portais, com diversos usuários discentes, docentes, secretaria, diretoria, funcionários, reitoria, comunidade científica em geral, interna e externa, comunidade em geral, acreditamos que a

informação disponível precisa ser alinhada, precisa ser centralizada por necessidade de cada usuário (ANDRIOLA, 2009).

Já que os portais das IES enquadram-se numa realidade mais complexa, pois considerando a comunicação externa, o portal tem que ser desenvolvido para o mercado de massa, e considerando a comunicação interna, o portal pode (e deve) ser o mais personalizado possível, de modo a permitir aos funcionários pré-selecionar as informações a serem disponibilizados aos diversos tipos de públicos, concentrando-as no que for de interesse prioritário a determinado cliente.

Nesse sentido, embora bastante úteis como portais de informação, distanciam-se dos objetivos do corporativismo, não proporcionando em seu domínio o compartilhamento do conhecimento, estando diversas informações perdidas, sendo acessadas apenas por usuários já experientes e treinados.

5 REFERÊNCIAS

ANDRIOLA, W. B. Fatores institucionais associados aos resultados do Exame Nacional de Desempenho Estudantil (ENADE): estudo dos cursos de graduação da Universidade Federal do Ceará (UFC). **Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación**, n. 1, p. 22-49, 2009.

ANDRIOLA, W. B. Desafios e necessidades que se apresentam às Comissões Próprias de Avaliação (CPA) das Instituições de Ensino Superior visando à implementação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES). In: RISTOFF, Dilvo; ALMEIDA JÚNIOR, Vicente (Orgs). **Avaliação participativa, perspectivas e desafios**. Brasília: INEP, 2005. p. 57-70.

BEUREN, I. M. **Gerenciamento da informação**: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. São Paulo: Atlas, 1998.

DEMO, P. **Complexidade e aprendizagem**: a dinâmica não linear do conhecimento. São Paulo: Atlas, 2002. 195p.

DIAS, C. A. **Portal corporativo**: conceitos e características. *Ciência da Informação*, v. 30, n. 1, p. 50-60, 2001.

FISHENDEN, J . Manageing Intranets to Improve Business Process. **Aslib Proceedings**, London, v.49, n.4, p.90-6, Apr.1997.

GASPAR, M. A. et al. Um estudo dos portais corporativos como instrumento de externalização do conhecimento explícito em universidades. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**. v. 11, n. 31, p. 119-133, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2010.

GIL, A. C. **Técnicas de Pesquisa em Economia e Elaboração de Monografias**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

GIRARDI, D. M. **O compartilhamento dos processos de recursos humanos: uma contribuição para a gestão do conhecimento organizacional**. 2009. Tese - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

HILLS, M. **Intranet as Groupware**. New York, John Wiley & Sons, 1997.

JARDIM, J. M.; MIRANDA, V. L. **A implantação da Lei de Acesso à Informação nas Universidades Federais do Estado do Rio de Janeiro**. *XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, 2015. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/44010>. Acesso em: 21/08/2019.

LEE, S.; KIM, B. G. Factors affecting the usage of intranet: A confirmatory study. **Computers in Human Behavior**, v. 25, n. 1, p. 191-201, 2009.

MASREK, M.N.; KARIM, N.S.; HUSSEIN, R. The effect of organizational and individual characteristics on corporate intranet utilizations. **Information Management & Computer Security**, v. 16, n. 2, p. 89-112, 2008. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/09685220810879591>>. Acesso em: 23/08/2019.

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Altas, 2003.

MONTEIRO, A. **Aferição do grau de cumprimento às obrigações de transparência ativa constantes da Lei de Acesso à Informação por Universidades Federais do Brasil**. 2014. Dissertação – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014.

NIELSEN, J. **Jakob Nielsen's alertbox, intranet portals: A tool metaphor for corporate information**. 2003. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/20030331.htm>>. Acesso em 23/08/2019.

O'BRIEN, J.A. **Sistemas de informação e decisões gerenciais na era da internet**, 2ª edição, São Paulo: Saraiva, 2003.

POPOVIC, A.; LINDIC, J.; STEMBERGER, M. I.; JAKLIC, J. 2005. **Issues in Informing Science and Information Technology Web Triad: the Impact of Web Portals on Quality of Institutions of Higher Education – Case Study of Faculty of Economics, University of**

Ljubljana, Slovenia. Disponível em: <http://2005papers.iisit.org/I25f94Popo.pdf>. Acesso em 23/08/2019.

PALMERSTON, V. Intranet: as tendências na comunicação interna de organizações públicas. **Revista Mediação**, Belo Horizonte/MG, v. 8, n. 7, p. 131-144, 2008. Disponível em: <<http://fumec.br/revistas/mediacao/article/view/279>>. Acesso em: 22/08/2019.

PEREIRA, F. A. B. et al. **A Gestão de Conhecimento na Modernização da Gestão Universitária: o caso da UERN (RN)**. 2011.

PIMENTA, M. A. **Comunicação empresarial**. 3. ed. São Paulo: Alínea, 2002.

REZENDE, D. A.; DE ABREU, A. F. Planejamento estratégico da tecnologia de informação alinhado ao planejamento estratégico de empresas. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 3, n. 2, p. 39-51, 2002.

SILVA, H. P. da. **Inteligência competitiva na Internet: proposta de um processo**. 2000. Dissertação – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

SILVA, R. L.; HOCH, P. A.; SANTOS, N. F. A lei de acesso à informação pública e o dever de transparência passiva do estado: uma análise do Serviço de Informações ao Cidadão (SIC) de sites públicos. **2º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede**. Universidade Federal de Santa Maria, 2013. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/2-3.pdf>>. Acesso em: 21/08/2019.

SOUSA, E.A. **Arquitetura da informação e usabilidade em ambientes informacionais digitais: avaliação da intranet da Creduni**. 2014. 117 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

SOARES, V. D. et al. **A agenda setting e a comunicação nas organizações: um encontro possível**. 2007. Tese - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

TERRA, J. C. C.; GORDON, C. **Portais Corporativos: A revolução na gestão do conhecimento**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

TERRA, J. C.; BAX, M. P. Portais corporativos: instrumento de gestão de informação e de conhecimento. In: Isis Paim. (Org.). **A Gestão da Informação e do Conhecimento**. 1 ed. Belo Horizonte, 2003, p. 33-53.

TORINO, E.; SILVA, T. E. da; TORINO, L. P. Portais corporativos: ferramenta para compartilhamento da informação organizacional. In: **Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação**. Campo Mourão, 2009.

TRINDADE, A.L.; OLIVEIRA, M.; BECKER, G. Análise dos atributos para avaliação da qualidade da informação nos ambientes de intranet para apoio à gestão do conhecimento. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, RS, v. 17, n. 3, p. 776-801, Set./Dez. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/read/v17n3/08.pdf>>. Acesso em: 23/08/2019.

UNEMAT. **Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2017-2021**. Cáceres-MT: UNEMAT, 2017. Disponível em: [http://portal.unemat.br/media/files/livroPDI-final-Unemat%20\(1\).pdf](http://portal.unemat.br/media/files/livroPDI-final-Unemat%20(1).pdf). Acesso em: 22/08/2019.

URIARTE, F. M. da N. **Portal corporativo como canal para gestão do conhecimento**. 2006. Dissertação – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

VIDOTTI, S. A. B. G.; VIEIRA, T. A. M. O ambiente hipermídia no processo de construção do conhecimento. In: VIDOTTI, S. A. B. G. (Org.). **Tecnologia e conteúdos informacionais: abordagens teóricas e praticas**. São Paulo: Polis, 2004. 187p.