

EDUCAÇÃO CORPORATIVA, TECNOLOGIAS E SUAS RELAÇÕES DE PODER

STACHESKI, Denise Regina – PUCPR
denise.stacheski@hotmail.com

Área Temática: Educação: Comunicação e Tecnologia
Agência Financiadora: Não contou com financiamento

Resumo

Este artigo tem como assunto principal discutir aspectos da educação corporativa viabilizados pelas tecnologias de informação e comunicação nas organizações brasileiras. A idéia é entender o processo da educação corporativa e suas relações de poder através das tecnologias de comunicação e informação – por meio da teoria de MCLUHAN (1996), reforçando a argumentação em que o meio é a mensagem. Temas como universidade corporativa, organizações de aprendizagem, fomentação da capacidade crítica, participações no poder organizacional, estratégias do ensino a distância são destacados no desenvolvimento do texto. A argumentação parte da premissa – segundo referências (TOFFLER, 1990) – que existem três fontes de poder dentro das empresas: o capital, a lei e o conhecimento. A educação corporativa, por meio das tecnologias de informação e comunicação, se planejada para atuar no desenvolvimento do trabalhador, em favor de sua autonomia e do repasse de informação - para maior compreensão dos elementos organizacionais – pode trazer ao indivíduo um aprendizado real e uma maior possibilidade de atuar nos processos decisórios organizacionais. A metodologia aplicada para a elaboração do estudo foi o método indutivo e compreende os seguintes procedimentos – pesquisa exploratória, incluindo o levantamento bibliográfico e a análise de exemplos que facilitem a cognição do problema a ser estudado. O texto busca descrever e comparar usos, costumes, tendências e diferenças, através da documentação e levantamento de dados de fatos passados e que vêm sendo explorados pelas organizações atuais.

Palavras-chave: Educação corporativa; Tecnologia de comunicação e informação; Relações de poder.

Introdução

A sociedade do século XXI está sendo marcada pelos computadores, pela comunicação de dados, pela supervia da informação e por profissionais que usam o poder intelectual no lugar da força física. Por meio da revolução apresentada nas formas de estruturação e disseminação da informação – reforçou modificações e modulações na vida social, cultural, política e econômica (TRIVINHO, 2007). Esta comunicação à distância,

fundada, portanto, no vetor da velocidade mediática, inseriu, juntamente com todo o processo crescente de urbanização e industrialização de algumas cidades brasileiras, dentro do modo de produção do trabalho, um sistema de educação corporativa mediada por computadores e altíssimas tecnologias – através das quais, em algumas empresas, todas as espécies de treinamento, educação profissional e de prospecção de cargos organizacionais estão sendo desenvolvidas e implantadas. Percebe-se, também, que com essas modificações organizacionais, voltadas ao desenvolvimento dos trabalhadores organizacionais, existe uma forte estrutura de poder efetivada pela educação corporativa.

Para analisar o uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs) na educação corporativa, percebendo seu discurso e suas implicações, utiliza-se a teoria de MCLUHAN (1996) que compreende o meio utilizado não apenas como um veículo de transmissão da mensagem e, sim, um elemento determinante da comunicação a ser realizada.

Segundo a teoria de MCLUHAN (1996) o meio utilizado para a transmissão de conhecimentos/comunicação é de fundamental importância na cognição realizada pelo receptor da mensagem. O autor aborda que uma mensagem a ser repassada pelo rádio, pela televisão, oralmente ou escrita, possuem diferentes percepções estruturais que desencadeiam no receptor diferentes formas de compreensão. Assim, segundo esta teoria abordada, a forma comunicativa, no caso – as TICs – dentro do processo da educação corporativa – deixam de ser apenas o meio para ser a própria mensagem.

De acordo com a realidade empresarial do mundo pós-moderno, tem-se a necessidade dessa educação continuada para que as características do capitalismo globalizado (velocidade, mudanças constantes, criatividade, desterritorialização espacial, culturas transnacionais entre outras abordadas adiante) não sejam problemas (ou se atenuem) para a sobrevivência e produtividade das organizações, sejam elas públicas ou privadas.

Está presente, hoje, em diversas publicações brasileiras e internacionais, a questão da educação corporativa e de suas estratégias de ação via tecnologia de informação – ampliando campos para a educação a distância. Existe, também, um número significativo de dissertações e de teses acadêmicas sobre o assunto. Inúmeras empresas brasileiras (citadas adiante) estão investindo um capital muito grande na educação corporativa e muitas estão direcionando totalmente seus treinamentos e seus repasses de informações para essa mídia (educação corporativa a distância). Assim, analisar e compreender, historicamente, esse nicho tão

explorado atualmente torna-se pertinente para entender as relações de poder que se formam, neste momento, dentro das organizações.

Educação Corporativa e Tecnologias de Comunicação e Informação

A implantação da educação corporativa está há mais de duas décadas em um crescimento espantoso. Juntamente com este dado, é somado o fato de que os estados brasileiros lutam para vencer os problemas gerados com o crescimento populacional, com as exigências advindas do mercado globalizado, com o alto índice de desemprego e com a automação tecnológica na maioria das indústrias. Sociólogos brasileiros e pensadores sociais afirmam que muitas dessas questões surgem da falta de formação profissional da população envolvida. Assim, estudar a trajetória da educação corporativa, paralelamente, com o desenvolvimento e com as modificações das relações de poder nas organizações – torna-se necessário para um melhor entendimento da cultura social existente.

A educação corporativa ressaltada neste artigo está ligada a um esforço de reconstrução de métodos, estratégias e do uso das mídias de massa e dirigidas. Assim possuem uma abordagem de aprendizagem dentro das linhas construtivistas e sócio-interacionistas, sendo este o modelo pedagógico utilizado. Dentro das organizações, FREITAS (2003), propõe três modelos pedagógicos aplicados às organizações empresariais: o da transmissão – onde os alunos percebem a importância do repasse da informação; o do condicionamento – onde existe uma aplicação empírica e operacional dos conteúdos a serem abordados e o da problematização – onde o aluno é instigado a utilizar as suas habilidades para detectar problemas emergentes e resolvê-los com as ferramentas disponíveis.

Em relação ao contexto histórico, mesmo na Idade Média a prática de treinamento já acontecia pela mão dos mestres e artesãos. Na Idade Moderna, com o aumento das indústrias, da divisão do trabalho, os treinamentos foram massificados – de acordo com a máquina social então exposta. Com a Revolução Industrial tem-se as habilidades manuais dos trabalhadores desenvolvidas e exigidas. Logo após esse período, iniciam-se novos conceitos de organização, de empresa moderna e legislação social. Assim, alguns cursos técnicos foram iniciados em 1797 na Europa e nos EUA, em 1861.

Com a explosão da economia industrial, as escolas técnicas e os centros vocacionais iniciaram um crescimento significativo. Escolas-fábricas surgiram como a *Hoe and Company* (1872), a *Westinhouse* (1888) e a *General Eletric* (1901).

Nesta época, surge a primeira técnica de educação corporativa, na Universidade de Cincinnati – um método que o aluno dividia o seu tempo entre a escola e a indústria. A partir da II Guerra Mundial houve um incentivo maior na formação profissional, tanto na Europa quanto nos EUA. O motivo é fácil de ser entendido, com uma maior tecnologia, as máquinas e equipamentos ficavam cada vez mais de difícil manuseio, pois crescia o número de especificações tecnológicas. Para isso, era necessário, cada vez mais, o treinamento da mão-de-obra.

Nas décadas de 50 e 70 novas dinâmicas eram exigidas pelo mercado industrial. Existia uma demanda muito forte por melhorias de qualidade, de desempenho, de velocidade, de produtividade, de redução de custos e de reestruturações das relações de poder nas organizações. Além de técnicas e estratégias, as organizações sentiram a necessidade de voltar suas energias para um processo de análise de comportamento dos trabalhadores, de valorização dos aspectos humanos e de capacitação direta e eficaz de seus colaboradores.

Novas arquiteturas organizacionais foram desenvolvidas para a busca da correta capacitação profissional e tecnológica. Grandes, médias e pequenas empresas, portanto, hoje, implantam (ou terceirizam) seus centros de treinamentos e, até mesmo, Universidades Corporativas. Outras, optam por uma união a algumas instituições de ensino, desenvolvendo parcerias para a profissionalização de mão de obra especializada (MATURANA e VARELA, 1995).

A Universidade Corporativa é uma organização que tem como finalidade principal desenvolver, armazenar e transmitir o conhecimento necessário dentro de uma organização. Esta estrutura cria, aprimora e estimula qualificações, competências, habilidades, atitudes e desempenhos individuais e de grupos. Tem como um dos maiores objetivos buscar continuamente a produção e o repasse de conhecimento adequado aos integrantes da empresa, transmitindo a todos os seus públicos: colaboradores e parceiros, fornecedores, clientes, revendedores etc. Por meio destas ações, a empresa procura aumentar a sua produtividade e conseguir melhorar os seus resultados de acordo com as melhores estratégias de negócio.

Em 2005, nos Estados Unidos, existiam cerca de 2000 Universidades Corporativas. Destacam-se: *Arthur Andersen; Arthur D. Little; ATT; Bank of Montreal; Bell Atlantic; Anheuser-Bush; Cable & Wireless plc; Petróleos da Venezuela; Charles Schwab; Dell Computer; Walt Disney; T.Eaton; Southern California Water; First Union ; Ford; General Eletric; McDonald's; Harley-Davidson; Iams; Intel; Lord; MasterCard; MBNA America Bank N.A.; Mc Donnell; Megatech Engineering; Mercantile Stores; Motorola; Sun Microsystems; Target Stores ; Tennessee Valley Authority ; University of Chicago Hospitals; Xerox*. No Brasil várias empresas também já adotaram a Universidade Corporativa como forma de desenvolvimento de seus colaboradores, entre elas: Telemar, Petrobrás, Motorola, Brahma, Ban, Banco do Brasil, Natura, Siemens, Companhia Vale do Rio Doce, Sadia, Coca-Cola, Citibank, BankBoston, ABN-Amro Bank, Motorola University, Universidade do Hamburger (McDonalds), IBM Global Campus, Academia Accor etc (STACHESKI, 2006).

As Universidades Corporativas surgiram entre as décadas de 50 e 70 nos Estados Unidos, com o objetivo de ensinar aos profissionais a melhorarem a realização de seus trabalhos. Esses centros de treinamento de profissionais se espalharam pelo país e ficaram conhecidos como universidades, institutos ou faculdades corporativas. A primeira Universidade Corporativa dos EUA foi com a empresa *General Eletric*. O papel principal de uma Universidade Corporativa não é somente qualificar, mas, também de apresentar uma maneira nova de pensar e trabalhar, para que os colaboradores possam desempenhar dentro das corporações, funções muito mais amplas. Segundo depoimento de Célia Marcondes Ferraz, diretora de educação e comunicação corporativa da *Accor*:

Hoje, são mais de 3 mil escolas. Sou muito procurada por alunos que estão fazendo mestrado sobre universidade corporativa e sempre pergunto quantas estão catalogadas no Brasil. Tem aluno que catalogou 200", revela Célia Marcondes Ferraz, 56 anos, diretora de educação e comunicação corporativa da Accor, empresa que detém quase 30 marcas no Brasil, entre elas, a do Ticket Restaurante, dando uma idéia do número de instituições do gênero no país. A Accor foi a primeira empresa a importar o conceito da aprendizagem organizacional. As atividades da Academia - Universidade de Serviços (depois rebatizada de Académie Accor Brasil) tiveram início em 1992. Só em 2002, a escola beneficiou mais de 22 mil funcionários ou "colaboradores" - como são habitualmente chamados os integrantes de uma comunidade corporativa - em pelo menos um de seus cursos, num universo de 26 mil pessoas (atualmente, o número gira em torno de 28 mil) (ARICA, 2006).

Um outro exemplo a ser citado é o *BankBoston* que teve sua Universidade Corporativa formatada no Brasil e serviu de exemplo para o banco nos Estados Unidos. A

BostonSchool, como é chamada a estrutura de educação corporativa, possuía em 2006, cerca de 100 cursos de treinamentos, voltados às áreas comportamentais, funcionais e de âmbito estratégico da instituição. Vale ressaltar que a *BostonSchool* também está aberta a qualquer um dos 4 mil funcionários ou seus familiares (BANK BOSTON, 2006).

As Universidades Corporativas podem desenvolver vários programas e aplicativos que forneçam meios para o aprendizado organizacional. No caso do Banco do Brasil, por exemplo, a empresa utiliza os seguintes meios:

Aprendizagem por meio de diversificadas e modernas tecnologias educacionais, dentre as quais ensino presencial, treinamento em serviço e a distância (mídia impressa, vídeo, treinamento baseado em computador e na web);
Programas em parceria com as melhores instituições de ensino do País; variadas opções de auto-desenvolvimento, tais como biblioteca para consultas a livros e periódicos especializados, bancos de teses, dissertações e monografias;
Portal virtual, com acesso via Internet e Intranet, que permite acessar publicações digitalizadas, biblioteca virtual, sumário de periódicos, trilhas de desenvolvimento profissional, treinamento baseado em tecnologia web, dentre outros (BANCO DO BRASIL, 2006).

Para a realização deste espaço virtual de aprendizagem, há uma série de procedimentos iniciais a serem avaliados e executados como: a customização de cursos direcionados para o contexto da empresa; a conversão de cursos presenciais (quando já existentes) para cursos a distância; o planejamento de atividades interativas e colaborativas; a implantação efetiva de programas de *e-learning*, com suporte de ferramentas para capacitação e motivação da equipe, comunicação e *endomarketing*.

A preocupação principal que norteia as universidades corporativas não é o ensino formal, mas a conquista de uma excelência no desempenho de cada função no todo institucional. Fazer da educação continuada uma forma de estímulo ao crescimento pessoal e profissional dos colaboradores, é o que possibilitará à empresa se estabelecer, ou se manter, como referência no seu determinado segmento. Em princípio, a escola tradicional oferece um profissional com a base, enquanto a capacitação prática é facilitada pelo ensino corporativo.

A Universidade Corporativa do Banco do Brasil, por exemplo, atua em parceria com as mais renomadas instituições de ensino, consultorias, profissionais de educação e universidades tradicionais. A escolha dos parceiros segue critérios de flexibilidade, reputação, experiência, capacidade técnica e excelência do corpo docente, além dos conceitos emitidos pela CAPES (Ministério da Educação), o que garante a qualidade dos programas oferecidos.

O carro-chefe, no conteúdo das universidades corporativas, são os cursos de especialização e extensão, regulamentados internamente pelas gerências de desenvolvimento de recursos humanos da empresa. Só têm regulamentação do Ministério da Educação (MEC) os programas que são desenvolvidos com o respaldo de (ou terceirizados por) alguma instituição de ensino superior.

A Universidade Embratel oferece um programa especial, intitulado Qualidade de Vida, que incentiva seus colaboradores a manterem um estilo de vida mais saudável, por meio do combate ao sedentarismo, controle de estresse, sessões de *shiatsu* e dicas para uma melhor alimentação. Há, inclusive, uma academia de ginástica instalada na sede da empresa, no Rio de Janeiro, e convênios com outros centros de condicionamento físico para colaboradores espalhados pelo país. A empresa controla, via software, o desempenho dos funcionários, que também têm acesso, por computador, às informações sobre a própria performance (EMBRATEL, 2007).

Os valores investidos pelas corporações junto às suas unidades educativas dão uma idéia da importância com que estas têm sido tratadas. A *Accor* gasta em torno de R\$ 6 milhões anuais, enquanto a Embratel desembolsa perto de R\$ 9 milhões. A cadeia de lanchonetes *McDonalds* investiu R\$ 7 milhões, em 1997, na criação da Universidade do Hambúrguer, a filial brasileira da americana *Hamburguer University*. Por sua vez, a Universidade *AmBev* (Companhia de Bebidas da América) investiu R\$ 13 milhões, só em 2003, na infra-estrutura de sua academia que, entre outros recursos, dispõe de uma TV corporativa, que permite estreitar o relacionamento e a comunicação entre os vendedores de toda a comunidade *AmBev*.

Organizações de Aprendizagem e Relações de Poder

Segundo SENGE (2000), a década de 90 – século passado – ratificou e fortaleceu as organizações de aprendizagem. De acordo com esta constatação e através de todos os estudos já realizados das estruturas que na última década fortaleceram o conceito da educação corporativa. A necessidade de profissionalização técnica no Brasil – surgiu a partir da 2ª guerra. Neste período houve um grande índice de industrialização e urbanização ocorrido, que favoreceu a busca pela mão-de obra especializada e pelo estudo técnico.

Seja em decorrência dos processos tecnológicos de acelerada invenção, seja em função de modificações políticas, sociais e econômicas, os sistemas de educação e comunicação estão apresentando a necessidade de um processo de “reconstrução permanente” (BRAGA, 2001, p.11). E, hoje, as mudanças estão voltadas para o campo organizacional. A educação continuada oferecida pelas empresas está suprindo a demanda exigida pelo mercado que não encontra resposta através das políticas educacionais governamentais. As salas de aula e os centros de treinamento, capacitação e desenvolvimento estão se deslocando para o dia a dia de trabalho, confundindo definitivamente “o agir com o pensar, o fazer com o inovar, a produção com a aprendizagem” (BRAGA, 2001).

Como contexto situacional, coloca-se, a seguir, um conceito sobre educação corporativa. De acordo com FREITAS (2003), a educação corporativa é um processo de mudança das práticas de treinamento, a começar pela oferta de formação de base a funcionários e clientes, considerando os aspectos culturais, tecnológicos e organizacionais, com a incorporação ou não das novas tecnologias, com o foco no negócio e no aumento de competitividade na organização. Esta educação corporativa – que a cada década se fortifica – parte do pressuposto que o sistema educacional não acompanha a velocidade e os campos específicos necessários para a qualificação dos profissionais nos âmbitos organizacionais. Assim, o empresariado vem investindo e estimulando seus parceiros e funcionários na busca da profissionalização técnica requerida.

Segundo SALERNO (1994), a reestruturação produtiva no trabalho é derivada de um contexto social, político e econômico marcado pelas crises financeiras, de mercado (ou de concorrência intercapitalista) e social (conflitos capital-trabalho, relativos a organização e controle da produção e do trabalho, e distributivo) que emergem nos anos 60 e 70. Com essa necessidade de mudança surgem novos paradigmas produtivos como a integração e a flexibilidade – contrapondo-se, neste momento, ao modelo da empresa taylorista-fordista. Nas últimas duas décadas, juntamente com essas novas percepções de organização do trabalho, o desenvolvimento de soluções tecnológicas teve um grande fortalecimento e implantação de suas metodologias nas indústrias. Além de novos conceitos, novos procedimentos e processos. Essas transformações causaram mudanças culturais na relações de poder dentro do ambiente organizacional – transformando seus padrões de comportamento. A visão mecanicista que compreende as organizações como estrutura rígidas e não flexíveis tem sido abandonada aos

poucos, dando lugar a uma visão sistêmica, percebendo as organizações como organismos vivos (CHIAVENATO, 1995). Capra (2006) também ressalta em seus estudos que o controle não é mais a melhor abordagem dentro das organizações, mas sim o diálogo e a cooperação. Nesta perspectiva, outras posições sobre o poder e suas manifestações podem ser analisadas.

Destaca-se que a estrutura contemporânea da organização do trabalho só pode ser situada e avaliada de forma adequada por meio de uma perspectiva histórica, uma retrospectiva nas formas das relações de poder e cultura nas organizações.

Compreender a evolução social que está se formando, a partir da heterogeneidade e complexidade das culturas organizacionais, trará as melhores assertivas para o uso dessas novas estruturas de informações organizacionais. Com o melhor conhecimento e o uso ideal das propostas de educação corporativa, existe a possibilidade de oferecer ao trabalhador organizacional uma maior participação nas decisões empresariais, integrando de maneira efetiva nas relações de poder no modo de produção do trabalho. Pois, essa interação da comunicação organizacional, por meio da educação corporativa – através das tecnologias de informação e comunicação, pode proporcionar, também, um desenvolvimento do raciocínio, da decisão no trabalhador.

Segundo ROESLER (2007), o conhecimento, o desenvolvimento, é determinado pelo meio – citando as teorias de McLuhan (1996) – que se inicia pelo processo prévio, “no qual as tecnologias, especialmente os meios de comunicação, são consideradas como extensões do homem, e como tal, estão conectadas diretamente com a nossa mente, coordenando e controlando as nossas ações”. Ainda segundo a autora citada:

Em suportes comunicacionais considerados tradicionais – rádio, jornais, livros e a TV - a participação na produção e emissão dos conteúdos difundidos está restrita a quem os produziu. A web, ao contrário, possibilita que o usuário, ao exercer a ação de clicar sob determinados conteúdos, acione uma rede de informações correlacionadas aos mesmos, constrói seus próprios conteúdos, e ao modificar os conteúdos dispostos *on-line* ou disponibilizar os que construiu, torna-se um co-produtor (ROESLER, 2007).

Um aprendizado real, um desenvolvimento das capacidades dos membros de uma organização, pois as técnicas dos sistemas de informação devem ser percebidas a partir da sua imersão na corrente comunicativa humana, que almeja a associação de diversos horizontes sociais (STACHESKI, 2004). Outra hipótese, fechando o ciclo exposto acima, a ser destacada

é o fato de que uma maior abertura nas relações e interações sociais advindas com a aplicação da educação corporativa, através das TICs, traz a negociação como elemento-chave do poder organizacional, possibilitando, assim, uma maior delegação e participação do poder (SROUR, 1998).

Considerações Finais

Diante destas estratégias e investimentos na disseminação das informações, aponta-se as relações de poder existentes no meio organizacional. Segundo TOFFLER(1990), existem três fontes de poder dentro das empresas: o capital; a lei e o conhecimento e a informação. A educação corporativa trabalha, fundamentalmente, na transmissão de informações e conhecimentos – um dos pilares fundamentais para análise das relações do poder. Segundo SROUR: “ o poder está ligado às relações sociais já que é partir destas que se faz presente e que se faz necessário, atuando nos processo de controle, de articulação, de arbitragem e de deliberação” (1998:134).

Para KUENZER (1985), compreender a reestruturação produtiva e suas relações de poder no trabalho, há a necessidade de compreender os processos históricos do tratamento das informações e da automação da técnica aplicada. A educação corporativa e suas estratégias trabalham a filosofia organizacional no que diz respeito ao tratamento da informação.

Por meio das modificações exigidas com os novos paradigmas organizacionais, o nível de informação do cidadão médio transformou-se substancialmente. As linguagens estão amplamente colocadas na sociedade midiática e alocadas como estratégia de sobrevivência nas organizações. Assim, o vínculo entre relações de poder, educação corporativa e tecnologias da comunicação e informação – como o meio principal para o desenvolvimento desses objetivos se fecham como elementos fundamentais para o entendimento societário.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total. Mito-ironias da era do virtual e da imagem.** Rio de Janeiro: Sulina, 1996.

BENCOSTTA, Marcus (org.). **Culturas escolares, saberes e práticas educativas**. São Paulo, Cortez: 2007.

BRAGA, José Luiz. **Campos da comunicação – caracterização, problematização e perspectivas**. Editora UFPB: 2001.

_____. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001a.

CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação**. São Paulo, Cultrix:2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (Vol.1)

CHARTIER, R. **A história cultural entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta, 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

EBOLI, Marisa. **Educação corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: Ed. Gente, 2004.

FARIA e SUASSUNA, A. Nogueira e Ney Robinson. **A comunicação na administração**. Rio de Janeiro: LTC S.A., 1992.

GEUS, Aries de. **A empresa viva: como as organizações podem aprender a prosperar e se perpetuar**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

GIROUX, Henry. **Os professores como Intelectuais**. Rumo a uma pedagogia crítica da aprendizagem. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

KUENZER, A. Z. **Pedagogia da Fábrica: as relações de produção e a educação do trabalhador**. São Paulo: Editora Cortez, 1985.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**. Arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro :Ed.34, 1993.

_____. **A máquina universo, criação, cognição e cultura informática**. Porto Alegre: Artmed,1998.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

MASUDA, Yoneji. **A sociedade da informação como sociedade pós – industrial**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 1982.

MATURANA, H. & VARELA, F. **A árvore do conhecimento**. São Paulo: Editorial Psy, 1995.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução Décio Pignatari. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 1996.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SALERNO, Mario. Trabalho e organização na empresa industrial integrada e flexível. **In. Novas tecnologias, trabalho e educação: um debate multidisciplinar**. FERRETI, Celso [et al]. Petrópolis : Vozes, 1994.

SENGE, Peter M. **A quinta disciplina**. 7.ed. São Paulo: Best Seller, 2000.

SILVA, Marco. (Org). **Educação on-line**. São Paulo: Loyola, 2003.

SROUR, Robert Henry. **Poder, Cultura e Ótica nas Organizações**. São Paulo: Editora Campos, 1998.

TOFFLER, Alvin. **Powershift. As mudanças dos poder**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2ª edição, 1990.

_____. **A terceira onda**. Rio de Janeiro, Editora Record, 2ª edição, 1980.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

Dissertações de Mestrado e Doutorado

STACHESKI, Denise R. **A Revolução Informacional na Pequena Empresa**. Curitiba, 2004. Dissertação de Mestrado – Universidade Tuiuti do Paraná.

FREITAS, Maria do Carmo Duarte. **Educação corporativa: um método de apoio à decisão para implantação nas organizações empresariais**. Florianópolis, 2003. 189 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

Artigos Científicos e Eventos Científicos

STACHESKI, Denise R. **Mídias Digitais na Universidades Corporativas**. X Seminário de Pesquisa. Universidade Tuiuti do Paraná, 2006.

STANO e LEITE, Rita de Cássia e Valéria. A teoria da gestão do conhecimento sob um olhar construtivista. **In: Anais do 4º Simpósio Internacional de Gestão de Documentos**. Curitiba, 2001.

Sites

ARICA, Catalina. **De volta à academia.** Artigo. Revista TI. Disponível em www.timaster.com.br/revista/materias/main_materia.asp , acessado em outubro de 2006.

BANCO DO BRASIL. Disponível em www.bb.com.br, acessado em dezembro de 2005.

BANK BOSTON. Disponível em www.bankboston.com.br, acessado em julho de 2006.

EMBRATEL. Disponível em www.embratel.com.br, acessado em agosto de 2007.

ROESLER, Jucimara. **Comunicação, Socialidade e Educação.** Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2007/tc/552007104412PM.pdf>, acessado em julho de 2008.