

MAIS QUE PROFISSIONAL, *INFLUENCER*: COMO AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS INFLUENCIARAM AS TRANSFORMAÇÕES NA CULTURA ORGANIZACIONAL

MORE THAN A PROFESSIONAL, INFLUENCER: HOW TECHNOLOGICAL INNOVATIONS INFLUENCED TRANSFORMATIONS IN ORGANIZATIONAL CULTURE

MÁS QUE PROFESIONAL, INFLUENCER: CÓMO LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS INFLUYERON EN LOS CAMBIOS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

Suelen Scorsin¹
Valéria Pilão²

Resumo

Na contemporaneidade, as interações mediadas pela tecnologia, sobretudo pelas redes sociais, são um fenômeno consolidado. Tais interações permitem que os indivíduos se insiram e se mantenham relevantes no mercado de trabalho. Por intermédio de pesquisa bibliográfica, o presente artigo analisou como as inovações tecnológicas alteraram a cultura organizacional e impuseram novas exigências ao profissional na atualidade. Isto posto, observou-se que a produção e disseminação de conteúdos podem reafirmar a autoridade deste indivíduo em seu campo de atuação. Neste contexto, examinaram-se, também, a individualidade e a fragilidade presentes nesta conjuntura. Os resultados indicaram que a pandemia, ocasionada pelo coronavírus, acentuou esta nova configuração profissional, pois as interações mediadas pelos recursos eletrônicos se intensificaram.

Palavras-chave: cultura organizacional; trabalho; novas tecnologias; redes sociais.

Abstract

Nowadays, interactions mediated by technology, especially through social networks, are a consolidated phenomenon. These interactions also allow individuals to enter and remain relevant in the labor market. Through bibliographical research, this article analyzed how technological innovations changed the organizational culture and imposed new demands on the professional nowadays. That said, it was observed that the production and dissemination of content can reaffirm the authority of this individual in their field of action. In this context, the individuality and fragility generated in this situation were also examined. The results indicated that the pandemic, caused by the coronavirus, further accentuated this new professional configuration, as interactions mediated by electronic resources intensified.

Keywords: organizational culture; work; new technologies; social networks.

Resumen

Hoy día, las interacciones mediadas por la tecnología, sobre todo por las redes sociales, son un fenómeno consolidado. Tales interacciones permiten que los individuos entren y se mantengan relevantes en el mercado de trabajo. Por medio de investigación bibliográfica, el presente artículo analiza cómo las innovaciones tecnológicas cambian la cultura organizacional e imponen nuevas exigencias al profesional. Frente a eso, se observa que la producción y difusión de contenidos pueden reafirmar la autoridad de ese individuo en su campo de acción. En ese contexto, se examinan, también, la individualidad y la fragilidad, presentes en esa coyuntura. Los resultados

¹ Especialista em Comunicação Empresarial (PUC/PR). Jornalista (UEPG). Graduanda em Sociologia (UNINTER). E-mail: suscorsin@hotmail.com.

² Doutora em Ciências Sociais (UNESP/Marília). Mestra em Sociologia (UFPR). Bacharela e Licenciada em Ciências Sociais (UNESP/Marília). Professora da área de Humanidades do Centro Universitário Internacional UNINTER. E-mail: valeria.p@uninter.com.

indican que la pandemia, ocasionada por el coronavirus, acentúa esa nueva configuración profesional, puesto que las interacciones mediadas por los recursos electrónicos se intensificaron.

Palabras-clave: cultura organizacional; trabajo; nuevas tecnologías; redes sociales.

1 Introdução

A variação do número de desempregados no Brasil é pauta recorrente na mídia e, frequentemente, registra números expressivos. De acordo com dados recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o país tem 14,805 milhões de desempregados. Este número representa pessoas acima dos 14 anos que buscaram emprego e não encontraram; representa, também, o maior número de cidadãos classificados nesta situação, desde que o IBGE iniciou esse índice, em 2012.

Apesar dos números revelarem uma profunda deficiência no aproveitamento de mão de obra apta ao trabalho, o cenário virtual dedicado ao recrutamento, seleção, exposição e engajamento de profissionais celebra uma boa fase. Um exemplo é o crescimento do LinkedIn, maior rede social de identidade profissional e negócios do mundo, que saltou de 6 milhões de usuários brasileiros em 2011 para 43 milhões em 2021, colocando o Brasil como o quarto maior país presente na plataforma, superado apenas por Estados Unidos, China e Índia. A cada semana, são criados no país, em média, 100 mil novos perfis nesta rede.

O presente artigo busca refletir a coexistência de dois cenários relacionados ao trabalho, um real e um virtual; especialmente, em que medida o desenvolvimento de novas tecnologias alterou a cultura, em especial, a organizacional, ao desenvolver um ambiente em que a constante criação de conteúdo virtual é necessária à constatação da existência e validação de um profissional no mercado de trabalho. Como objetivos específicos, apresentamos: (I) analisar como a cultura organizacional foi impactada pelas inovações tecnológicas; (II) explorar a dualidade do meio virtual que, ao passo que induz o indivíduo à constante autoexposição, o torna anônimo em um universo ampliado; e (III) compreender como as tendências, motivadas em ambiente virtual, contribuem para o desenvolvimento de um universo de interações paralelo ao real, cuja importância pode ser até mais relevante que as manifestações presenciais.

Este artigo realizou um levantamento bibliográfico com ênfase em análises documentais de pesquisas dispostas por diferentes instituições, bem como registros recentes publicados na imprensa. Estas informações revelam cenários da atualidade e, a partir deles, as análises foram realizadas.

2 Novas tecnologias e nova ordem cultural

O pertencimento a um universo profissional pode ser entendido como um aspecto multidimensional de tudo o que constitui a vida em comum nos grupos sociais.

[...] Modos de pensar, de sentir e de agir, mais ou menos formalizados, os quais, tendo sido aprendidos e sendo partilhados por uma pluralidade de pessoas, servem de maneira ao mesmo tempo objetiva e simbólica, e passam a integrar essas pessoas em uma coletividade distinta de outras (PIRES; MACÊDO, 2006, p. 84).

A cultura é o ponto de coesão de um corpo social. É por seus elementos que os membros desenvolvem práticas, relações e se reconhecem; ademais, hábitos, linguagens e sinais, e modos de ocupação e suas conseqüentes organizações, a partir das práticas, conferem visibilidade à cultura de um grupo.

A prática do indivíduo de condicionar o seu comportamento associado à uma prática profissional pode ser percebida como um elemento da vida em sociedade. A medida confere exposição, senso de aceitação e de validação. Validação que Goffman (2002) coloca como uma característica do processo de representação, entendido por ele como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência.” (GOFFMAN, 2002, p. 29).

Portanto, é uma atitude consciente do indivíduo, que elenca múltiplas iniciativas para manter-se no contexto de sociedade ao qual está inserido. Entre elas, a ocupação ganha espaço considerável por se tratar de uma posição onde a pessoa demanda longo investimento de tempo e, em diferentes esferas da sociedade, assume o trabalho a que se dedica como sua própria identidade.

Para Andrade Filho (1999, p. 74), é pelo trabalho que o “o homem se autoproduz, alterando sua visão de mundo e de si mesmo: do mundo econômico, político, social”. Ainda, para Marx (1974, p. 148), “o trabalho é condição natural da existência humana, uma condição do metabolismo entre homem e natureza, independentemente de qualquer forma social”.

Com as conseqüências da Revolução Industrial, a organização coletiva para diferentes ocupações trouxe a percepção de uma cultura própria, paralela às relações estabelecidas pelos integrantes, a cultura organizacional, conceituada como universo cultural formado pelos pressupostos, crenças e valores compartilhados pelos membros de uma organização, sendo derivada de um ambiente social específico (HOFSTEDE apud SARAIVA, 2002, p. 191).

A relação do indivíduo com a ocupação é profunda e particular, ao mesmo tempo que, viver o trabalho e a cultura organizacional ao qual se está exposto motiva a amplitude do senso de existência, como cita Saraiva (2002, p. 191 apud SANTOS, 1990):

A cultura assume papel de destaque no comportamento das organizações, à medida que influi no modo de vida, nos padrões e nos valores das pessoas que, durante a maior parte do tempo, se dedicam às organizações, para onde transportam não apenas seus conhecimentos técnicos, como também todas as características de suas personalidades.

O entendimento de pertencimento ganha novos contornos. O ambiente já não é aberto a trocas espontâneas; há intencionalidades específicas, sustentadas pelos agentes que fazem parte deste grupo e colocam como prioritárias suas demandas de interesse próprio. Ao passo que gerem o espaço conforme suas preferências pessoais, estas atitudes são capazes de contribuir para com o desenvolvimento de um campo de *status* específico e reconhecível entre grupos.

A compreensão das interações sob o prisma de campo é conceituada por Bourdieu, que, de acordo com a interpretação de Cruz, Alves e Araújo (2009, p. 36), refere-se a “resultados de processos de diferenciação social, da forma de ser e do conhecimento do mundo”. Pertencer a um universo de relacionamentos e influências não anula a capacidade do indivíduo de ser impactado por outros tantos campos e estes serem constantemente ampliados, diversos, acolhedores e excludentes, simultaneamente.

Isso porque, como efeito da globalização, apesar de todos os esforços individuais da pessoa, a busca pela aceitação e manutenção de uma posição na organização a torna invisível como humano, mas um número, enquanto profissional.

Aí está uma conotação surpreendente da modernidade, na época da globalização: o declínio do indivíduo. Ele próprio, singular e coletivamente, produz e reproduz as condições materiais e espirituais da sua subordinação e eventual dissolução. A mesma fábrica da sociedade global, em que se insere e que ajuda a criar e recriar continuamente, torna-se o cenário em que desaparece (IANNI, p. 21, 2001).

O movimento, desenvolvimento, reordenamento e tendências dos grupos passam a ser estabelecidos por uma influência anônima, latente, porém dominante, a qual o indivíduo precisa se adaptar para acompanhar como alternativa à manutenção de sua posição aceita. O que Ianni (2001) expõe como o que chama de “tecnificação das relações sociais”, em que “todas as ações e relações sociais tendem a predominar os fins e os valores constituídos no âmbito do mercado.” (IANNI, 2001, p. 21).

As inovações tecnológicas contribuíram, de forma expressiva a esse cenário, que trouxe uma nova configuração à cultura organizacional, especialmente por reforçar uma característica própria da globalização, que é a eliminação de fronteiras à comunicação. Estes novos elementos, inseridos na dinâmica social, superaram sua utilização como recurso técnico e alcançaram importância como balizadores das interações.

O acesso e tempestividade destas, favorecidos por meio da tecnologia, preocupa Stuart Hall, especialmente com relação às implicações à cultura.

A tendência em direção a uma maior interdependência global está levando ao colapso de *todas* as identidades culturais fortes e está produzindo aquela fragmentação de códigos culturais, aquela multiplicidade de estilos, aquela ênfase no efêmero, no flutuante, no impermanente e na diferença e no pluralismo cultural (HALL, p.73, 2006)

Assim como Ianni, Hall considera a invisibilidade do indivíduo consequência das constantes transformações da sociedade. Este processo de anonimato é fruto das relações do mercado global e da capacidade midiática. Na concepção dele:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem "flutuar livremente". (...). No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a identidade, ficam reduzidas a uma espécie de *língua franca* internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. Este fenômeno é conhecido como "homogeneização cultural" (HALL, 2006, p. 75-76).

Ribeiro Neto (1999) entende que os impactos das novas tecnologias são contraditórios; ao passo que podem trazer vantagens e benefícios, também geram apreensão na sociedade, interferindo, inclusive, nas relações econômicas e geração de empregos. Para ele, um dos aspectos mais profundos está relacionado às relações nas estruturas organizacionais e em suas dinâmicas de poder por meio da gestão da informação. O autor chama atenção especial a esse aspecto quando expõe a existência de relações de dominação e exclusão por meio da gestão de dados.

Como a Tecnologia da Informação altera a dinâmica do sistema de informação na empresa, fornecendo informações rápidas e precisas aos diversos pontos da organização, uma pessoa ou grupo que controla essas informações podem influenciar a definição das situações organizacionais e criar padrões de dependência aumentando, assim, seu poder. (...). Outro aspecto considerável do sistema de informação sobre as estruturas de poder é a posse das informações por pessoas ou grupos específicos, possível através do acesso exclusivo a dados-chave ou a capacidade de ordenar e sistematizar tais dados de maneira eficaz, conseguindo aumentar seu poder dentro da organização. Neste sentido, a Tecnologia da Informação pode ser utilizada para diluir estes focos de poder (RIBEIRO NETO, 1999, p. 99).

A gestão da informação, por meio do uso dos recursos tecnológicos, não se limita às manipulações de contextos; contudo, transforma-se em uma ferramenta para se ganhar voz em

meio à coletividade e anonimato, presentes na amplitude e constante instabilidade das relações organizacionais.

3 Um perfil, uma existência

A capacidade das novas tecnologias de desenvolverem rotinas diferentes à cultura organizacional fica cada vez mais evidente quando se verifica a prática do trabalho sendo mediada pelas interações virtuais. Hoje, o acesso ao trabalho passa, invariavelmente, por uma etapa eletrônica. Seja uma divulgação do anúncio da oferta de trabalho, a entrega de currículo de forma virtual, ou mesmo, toda a realização do processo de seleção (do anúncio da vaga à entrevista e contratação do profissional). A tendência alcança, inclusive, as redes sociais.

Telles (2010, p.19) conceitua que “as mídias sociais são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. As redes sociais são categorizadas como mídias sociais, embora nem toda mídia social seja considerada uma rede social. A rede social é constituída de interação entre participantes; há relação de trato e influências em todos os elementos presentes neste universo.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009, p. 24).

A utilização das redes sociais pelas organizações tem como foco o posicionamento no mercado e alcance de clientela; ademais, oferece vantagens adicionais no processo de atração e seleção de trabalhadores por se apresentarem como uma alternativa econômica, rápida e capaz de acessar profissionais de características diversas em vários lugares, em ampla escala (ALMERI apud HITO; BOZZETTO, 2018, p. 3).

A despeito das vantagens práticas, Hito e Bozzetto também mencionam que o uso das redes sociais no processo de recrutamento e seleção apresenta o benefício da “verificação de referências dos candidatos e outras características” como “a coerência entre as suas publicações e sua atitude apresentada nas etapas de entrevista ou dinâmica de grupo.” (HITO; BOZZETTO, 2018, p. 5)

A existência desta nova configuração na cultura organizacional, motivada pela presença das novas tecnologias, é capaz não somente de alterar o acesso e o entendimento da prática laboral como ressignifica o senso de participação do indivíduo na sociedade. Crenças, opiniões,

valores estão sendo observados, monitorados e avaliados; o ambiente virtual já não complementa o real, mas apresenta-se como condição para comprová-lo.

O indivíduo que, até então cumpria uma jornada de estudos e vivências para acessar um campo profissional e se inserir neste como sendo um dos processos da sua vida em sociedade, agora, frente às mutações das interações na cultura do trabalho, precisa construir uma voz no de um ambiente virtual para que possa, de fato, ser aceito e reconhecido como pertencente a este campo, atuante e influente — na prática de sua ocupação.

4 As incoerências do sentimento de coexistência

Produzir conteúdos para expor em uma rede social e, assim, validar sua força de trabalho em um campo de atuação e, até mesmo, diante da sociedade, está relacionado ao conceito de indivíduo na modernidade, trazido por Touraine.

Para o autor, na modernidade, o indivíduo ultrapassa sua noção de agir em prol do coletivo e busca sua unidade, ao passo que esta é constituída pela influência da indústria da comunicação. O autor expõe sua reflexão sobre a representação do indivíduo, que passa, afinal, ser uma demonstração das demandas e tendências criadas pela mídia.

O indivíduo não passa então de uma tela pela qual se projetam desejos, necessidades, mundos imaginários fabricados pelas novas indústrias da comunicação. Esta imagem de indivíduo que já não é mais definido por grupos de pertença, que é cada vez mais enfraquecida e que não encontra garantia de sua identidade em si mesmo, pois já não é mais um princípio de unidade e é obscuramente dirigido por aquilo que escapa sua consciência, serviu muitas vezes para definir a modernidade (TOURAINÉ, 2006, p. 119)

Se o indivíduo se autoapresenta reproduzindo as tendências da indústria da comunicação, mesmo que inconscientemente, sua alternativa para se estabelecer na sociedade é se adaptar a cada novo movimento estimulado por essa indústria. A demanda por produção de conteúdo acontece pela influência da rede social, que é um produto da indústria da comunicação, que, por sua vez, impacta a cultura organizacional e altera as interações nesta, colocando-a como orientadora e induzindo uma ordem adicional ao mercado.

O indivíduo, que projeta sua existência em sociedade por meio da profissão, existe no mundo real e no mundo virtual, mas neste, a sua identidade precisa ser amplamente vista e reforçada para ser validada; para tal, desenvolve conteúdos e manifesta opiniões que podem ser influenciadas pela análise da expectativa da sua própria audiência ou, ainda, por pautas levantadas na mídia ou na própria rede. Ou seja, é possível haver um conflito entre a veracidade da expressão e a necessidade de atuação em prol da aceitação.

Ramos (p. 122, 2013) interpreta o conceito de ator social, exposto também por Tourane, como o indivíduo definido por seus papéis sociais e pela posição que ocupa nas relações com outros atores sociais, pressupondo a existência de normas e estatutos. Este, de acordo com o entendimento da autora, seria um processo proveniente da modernidade, onde identidade pessoal e atividade produtiva se confundem, “nessas condições, a ação do ator social estaria definida e orientada por instituições sociais, em que o interesse que motiva essa ação se restringe ao âmbito social.” (RAMOS, 2013, p.122)

Considerando esta perspectiva, em que o indivíduo enquanto ator social age observando os cenários, o “palco”, conceituado por Goffman, também se transforma. Ele salta da realidade para um ambiente virtual, que é ainda mais aberto à exposição.

Usando uma imagem diferente, a própria obrigação e a vantagem de aparecer sempre sob um prisma moral constante, de ser um personagem socializado, forçam o indivíduo a ser a espécie de pessoa que é representada no palco (GOFFMAN, 2013, p. 270).

Se na realidade o indivíduo é capaz de representar, de forma consciente, um papel social em seu benefício — o qual ele acredita ser o mais aceitável diante de seu universo de relacionamento —, na rede, esse palco ganha proporções ainda maiores, mas, também, mais vulneráveis.

A necessidade de sustentar a representação social é uma demanda de diferentes aspectos. Significa representar a si próprio diante de um universo profissional, bem como assegurar uma audiência e acessar mais pessoas de outros campos, mas que se interessem por algum aspecto contemplado no escopo da influência trabalhada por esse ator. Neste palco, diferente da realidade, não há espaço para erros, passíveis de serem apontados e julgados, nem para o silêncio, pois esta atitude pode se converter em um entendimento de fraude e omissão pela audiência; isto é, se você não fala, você não existe. Em vista disso, observa-se, que, cada vez, que o perfil virtual é tão (ou mais) importante que o real, e que os indivíduos devem considerá-lo uma realidade estabelecida. Bauman (2015) concebia a vivência em ambiente *online* como uma alternativa de maior controle, visto que você escolhe o que consumir e o que expor.

A maioria das pessoas que está utilizando computadores tenta criar para si o que eu chamo de zona de conforto, uma câmara de eco. O único som que você ouve é o som de sua própria voz, ou um corredor de espelhos. A única coisa que você vê são os reflexos do próprio rosto. As zonas de conforto você não pode criar na rua, você não pode criar offline, você pode apenas criar *online* (BAUMAN, 2015, p. 37, grifo nosso).

Sob esse prisma, o indivíduo coexiste duplamente: dentro e fora das telas, inevitavelmente. Tal situação não foge aos impactos tratados por Adorno em seu conceito de Indústria Cultural; a partir desta perspectiva, Lima (2017, p. 92) defende que ela “produz uma atitude contemplativa do trabalhador, que se vê impotente diante da organização do mundo que parece precedê-lo”.

A coexistência exige que o indivíduo adote uma postura vigilante constante em ambos, visando a aceitação coletiva; logo, esta é uma luta solitária, pois a coletividade não é avaliada, especialmente, nas redes sociais. Este é um ambiente aberto, em que há uma liderança oculta que ordena e decide o que é correto ou não; assim, julga-se o indivíduo, a figura única — o que reforça o senso independente, subjetivo e frágil das relações e da exposição.

Na contemporaneidade, conforme Bauman (2015, p. 22-23), a responsabilidade individual predomina nas relações.

Existem certas condições do ser humano como indivíduo se autoafirmando, se autorregulando e até se autocontrolando, de certa maneira [...]. Eu chamo de estado permanente de mútua suspeita e competição. Todos nós estamos em competição potencial um com os outros.

Diante do exposto, nota-se que indivíduo, com uma vida profissional real, precisa submeter-se ao ambiente virtual para que ela seja reafirmada e validada — em um processo constante de competição por visibilidade e aceitação.

5 Conclusão

Este trabalho refletiu como a cultura organizacional, impactada por novas tecnologias, trouxe uma nova configuração à vida profissional. As inovações tecnológicas, a ampliação da adesão e do alcance da comunicação, mediado pelas redes sociais, criaram uma nova demanda na sociedade: a contínua exposição para uma reafirmação.

O reconhecimento individual — projetado por meio da profissão — é um elemento da vida em sociedade. Ao longo das constantes transformações da organização coletiva, motivadas pelos avanços tecnológicos e pela globalização, o ator social passou a ter no ofício uma fonte norteadora de sua conduta.

Exercer uma profissão significa acessar um campo de conhecimento e de relacionamento; neste âmbito, a comunicação foi ampliada e reconfigurada pelas redes sociais, induzindo novas expectativas da sociedade. O profissional que valorizava a própria experiência

e conhecimento, agora tem um terceiro elemento que precisa reafirmar constantemente: sua voz e posicionamento diante de uma audiência para, então, ser reconhecido.

Este novo ordenamento, que já era uma tendência, ganhou força com a pandemia do coronavírus, em que as interações passaram a ser, ainda mais, mediadas pelos recursos eletrônicos. Conclui-se, dessa forma, que o presente tema é atual e passível de atualizações.

Referências

ANDRADE Filho, Francisco Antônio de. Trabalho: a expressão fundante da humanização. **Revista Symposium**, Recife, ano 3, jun. 1999. Edição especial.

BRASIL soma recorde de 14,8 mi de desempregados em meio à crise da pandemia. **Época Negócios**, São Paulo, 27 maio 2021. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2021/05/epoca-negocios-brasil-soma-recorde-de-148-mi-de-desempregados-em-meio-a-crise-da-pandemia.html>. Acesso em: 01 nov. 2021.

CRUZ, Monalise Pinto da, ALVES, Elaine Moreira, ARAÚJO, Flávia Monteiro. Algumas reflexões em torno dos conceitos de Campo e de Habitus na obra de Pierre Bourdieu. **Revista Perspectivas da Ciência e Tecnologia**, Nilópolis, v.1, n.1, 2009.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HITO, Thais Furini Cascardo; BOZZETTO, Letícia Maria Baggio. A utilização das mídias sociais nos processos de recrutamento e seleção: uma análise com recrutadores da região de Ponta Grossa – Paraná. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRADORE, 2018, Sucre. **Anais** [...]. Sucre: ADMPG: 2018. Disponível em: https://admpg2018.com.br/anais/2018/arquivos/05052018_080513_5aed945ddd970.pdf. Acesso em: 19 jun. 2021.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

LIMA, Bruna Della Torre de Carvalho. **Adorno, crítico dialético da cultura**. São Paulo: 2017.

MARX, Karl. Manuscritos econômicos-filosóficos: e outros textos escolhidos. trad. José Carlos Bruni. *In*: **Os pensadores** (coleção). São Paulo: Abril Cultural, 1974.

OBSERVATÓRIO da Imprensa entrevista o sociólogo Zygmunt Bauman. [S. l.: s. n.], 2015. 1 vídeo (52 min.) Publicado pelo canal TV Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kM5p8DqgG80>. Acesso em: 19 jun. 2021.

PIRES, José Calixto de Souza, MACÊDO, Kátia Barbosa. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, [S.l.], v. 40, n. 1, 2006.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/8tWmWPZd8jYbQvDMkzkdcGx/?lang=pt#>. Acesso em: 19 jun. 2021.

RAMOS, Rubia de Araújo. **Sujeito e modernidade na perspectiva de Alain Touraine**. 2013. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Guarulhos, 2013. Disponível em: <http://repositorio.unifesp.br/bitstream/handle/11600/41750/Rubia%20de%20Araujo%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 jun. 2021.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO NETO, Luiz Gonzaga. Os impactos da tecnologia de informação nas organizações: uma visão política. **Revista da Universidade de Alfenas**, Alfenas, v. 5, p. 95-101, 1999.

SARAIVA, Luiz Alex Silva. Cultura organizacional em ambiente burocrático. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.l.], v. 6, n.1, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/pCHW8wgN6wXL9CXtB3k3PPF/?lang=pt>. Acesso em: 19 jun. 2021.

SILVA, Beto. A Era LinkedIn. **Isto É Dinheiro**, São Paulo, 22 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/a-era-linkedin/>. Acesso em: 19 de junho de 2021.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010.