

Tecnologias educacionais no ambiente corporativo

A tecnologia vai além de uma simples ferramenta e pode ser usada para o desenvolvimento de pessoas no ambiente corporativo

■ por Adriana Schneider

É comum ouvir que vivemos a era da tecnologia, da velocidade e do conhecimento. Percebemos diariamente que esses influenciadores estão mudando nossa cultura e a forma de nos relacionar, de comunicar, de trabalhar, dentre outras atividades rotineiras de nossas vidas. Conectados e interligados via mundo virtual, vivemos grande parte do nosso dia diante de computadores, smartphones, tablets, celulares com internet, dentre tantos outros sistemas que nos apoiam nas tomadas de decisões, na busca contínua por informações, nos novos aprendizados e nas novas formas de estudar, consumir e trabalhar.

O ir e vir dessas infinitas informações e das formas de acessá-las é proporcional à capacidade de criação e adap-

tação do homem que as manipula. Habilidades, conhecimentos, comportamentos, atitudes, reconhecimentos, insights e inovações ditam a velocidade da evolução do desenvolvimento humano e tecnológico.

Devemos entender que uma tecnologia vai muito além de uma simples ferramenta. A tecnologia se transforma com o tempo, é composta e moldada muito mais pela ideia humana do que pelo esforço físico empregado nela. Para chegarmos ao computador, tivemos que passar pela roda, pela caravela, pelo carro. Diante das tecnologias, deve-se posicionar o profissional que atua na educação nas organizações. É ele que dá potencial educacional a ela.

Pesquisas são realizadas no mundo todo, tentando dar conta de traçar o perfil dos usuários das TICs (Tecnologias

da Informação e Comunicação), numa perspectiva de identificar tendências. O fato é que a expressão "a qualquer hora e em qualquer lugar", no que diz respeito à utilização das redes sociais, já está enraizada em nossas culturas, sejam elas, educacionais, sociais ou organizacionais, promovendo a troca do conhecimento, o compartilhamento de ideias e de desafios.

Acompanhe alguns exemplos de paradigmas quebrados nos últimos dois anos:

- Mídias Sociais não são exclusivas de jovens: 40% dos usuários do Facebook em 2010 já tinham mais de 35 anos.
Fonte: iStrategy Labs (2010)
- Blogs impactam nos negócios: Empresas que geram conteúdo por meio



