

STORYTELLING E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL: UMA ANÁLISE SEGUNDO A PERSPECTIVA DA TEORIA ATOR-REDE

STORYTELLING AND ORGANIZATIONAL LEARNING: AN ANALYSIS ACCORDING TO THE PERSPECTIVE OF THE ACTOR-NET THEORY

Geovana Ezequieli de França¹ Valério Brusamolin² 

Resumo: O estudo pretende traçar uma análise sobre a Teoria Ator-Rede, dentro de uma empresa que realiza a coleta de lixo na cidade de Paranaguá, que por meio da Aprendizagem Organizacional e da utilização da ferramenta *Storytelling* tem repassado conhecimento à população. O trabalho caracteriza-se como qualitativo e exploratório, buscando analisar as ações realizadas pela empresa com objetivo de disseminar o conhecimento por meio da utilização de narrativas. As interações que ocorrem na organização são importantes para o entendimento de como a rede e seus atores se relacionam. As perspectivas teóricas abordadas pelo artigo apresentam a importância da AO na divulgação do conhecimento na empresa e a utilização da ferramenta da *Storytelling* como uma maneira de interação entre os próprios colaboradores e a sociedade que usufrui dos serviços prestados pela organização. A metodologia da TAR para associação dos atores e de suas interações abre um campo de pesquisa para a sociologia que existe dentro da empresa e no seu meio de atuação, a análise sob esta perspectiva traz um novo viés também para a compreensão do papel da gestão do conhecimento e da gestão da informação. Além disso, estreita os laços que existem entre a forma de conhecimento existente nas organizações, a interação entre os colaboradores e a sociedade.

Palavras-chave: Aprendizagem Organizacional. *Storytelling*. Ator-Rede. Conhecimento.

Abstract: The study intends to draw an analysis on the Theory-Actor Network, within a company that performs garbage collection in the city of Paranaguá, that through the Organizational Learning and the use of the Storytelling tool has passed on knowledge to the population, it is a qualitative and exploratory character, where it seeks to analyze the actions carried out by the company with the purpose of disseminating the knowledge that happens through the use of small narratives, the interaction that occurs within this medium is important for the understanding of how the network and its actors are related. The theoretical perspectives addressed by the article present the importance of the AO in the dissemination of knowledge in the company and the use of Storytelling tool as a way of interaction between the employees themselves and the society that benefits from the services provided by the organization. The ANT methodology for the association of actors and their interactions opens a field of research for the sociology that exists within the company and in its field of activity, the analysis from this perspective brings a new bias also to the understanding of the role of the knowledge and information management. In addition, it narrows the links between the existing form of knowledge in organizations, the interaction between employees and society.

Keywords: Organizational Learning. Storytelling. Actor-Network. Knowledge.

¹ Mestranda em Ciência, Tecnologia e Sociedade, IFPR Campus Paranaguá, geovana.ezequieli@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3077-9831>

² Doutor em Ciência da Informação, IFPR Campus Paranaguá, valerio.brusamolin@ifpr.edu.br, <https://orcid.org/0000-0002-3849-0573>

1 INTRODUÇÃO

Aprendizagem organizacional é a disciplina pela qual os indivíduos são estimulados a trocarem conhecimentos, saberes e experiências uns com os outros para o aperfeiçoamento de todos os envolvidos nesse processo. *Storytelling* é uma prática da gestão do conhecimento eficaz para a transmissão de conhecimentos.

Na investigação, foi adotada a Teoria Ator-Rede (TAR), pois ela contribui para um olhar mais aguçado nos estudos de ciência, tecnologia e sociedade (CTS). Além disso, a TAR tem demonstrado relevância em estudos na área de ciências sociais aplicadas que envolvem aspectos organizacionais, tais como gestão e administração.

A rede de atores da empresa é analisada utilizando-se a TAR tanto na interpretação das relações quanto na compreensão da sociologia referente aos aspectos organizacionais e gerenciais. O comportamento de cada ator e suas influências são importantes dentro de uma empresa, principalmente quando se estimula a interação com o intuito de disseminar o conhecimento.

O objetivo geral da pesquisa é descrever como uma empresa implementa a disciplina de aprendizagem organizacional valendo-se de *Storytelling* identificado seus atores e os localizando na rede.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Metodologia

O trabalho caracteriza-se como qualitativo e exploratório. A partir de observações presenciais e materiais coletados, foi feita uma descrição segundo a perspectiva da Teoria Ator-Rede sobre a aprendizagem organizacional em uma empresa e sua relação com a difusão de conhecimento por meio de *Storytelling*.

Para Gil (2008, p. 27), “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em

vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Para a realização da pesquisa foram levantados as publicações já existentes sobre o tema. Segundo Gil (2008), esse tipo de pesquisa é desenvolvida por materiais já existentes, como livros e artigos científicos.

A abordagem é qualitativa, pois foram utilizados métodos que buscam explicar, mas sem a quantificação de valores, uma vez que os dados analisados serão não métricos (SILVEIRA E CÓRDOVA, 2009).

As técnicas e procedimentos de análise e descrição seguiram os aspectos apontados pela Teoria Ator-Rede, seguindo os apontamentos feitos por Bruno Latour (2012), John Law (1986) e Michel Callon (1995), (BRAGA;SUAREZ, 2018).

2.2 Revisão da literatura

2.1.1 Aprendizagem Organizacional

A aprendizagem organizacional é considerada, tanto por profissionais quanto por acadêmicos, fundamental nas organizações, tendo em vista a rápida transformação pelas quais as empresas estão passando (GONÇALVES; SILVA, 2016; VILAS BOAS; CASSANDRE, 2018). Ela trata, além dos conhecimentos coletivos e individuais, todo o contexto organizacional e cultural de uma organização.

Para Sena (2010), as organizações que apreendem partem do princípio de que o processamento de informação passa pelo procedimento de aprimoramento organizacional, ao adquirir informações e por consequência o conhecimento o indivíduo passa a tomar decisões que possam impactar a organização. Nesse sentido a Aprendizagem Organizacional e suas diversas maneiras de aquisição de conhecimento em uma empresa se fazem importantes dentro de todo o processo.

A aprendizagem é responsável pela origem de um conhecimento novo, mas ela também é o fenômeno que caminha junto com o conhecimento e que, a partir desses processos mútuos, geram o agente que impacta nas aprendizagens recém-adquiridas (SILVA; BURGER, 2018).

Conforme Gonçalves e Silva (2016, p. 172), “a aprendizagem nas organizações ocorre por meio de processos cognitivos de acordo com os processos de mudança ou, ainda, pela experiência que os indivíduos têm em suas ações dentro da organização”. Os autores Picoli e Takahashi (2016, p. 7) destacam que a definição de aprendizagem organizacional consiste em aspectos como “mudanças, hábitos, experiências, fatores comportamentais e cognitivos, entre outros, que a tornam mais ampla e a diferenciam da conceituação de capacidade de absorção.”

Para Silva et. al (2010), a cooperação transmitida pela aprendizagem organizacional, quando a experiência profissional e a social se equiparam, transformam o conhecimento em competências. Segundo Souza (2004), o que contribui com a ênfase no conceito é seu forte valor explicativo que apresenta mudanças organizacionais para os processos, e nesse contexto competitivo surge o favorecimento da aprendizagem, onde a inovação passa a ser vital para a sobrevivência das organizações.

Nesse sentido, a interação social age como um conector entre a aprendizagem e seus atores existentes, criando assim um método de exploração e modificação desses conhecimentos ali presentes.

Nos estudos realizados por Brusamolín e Suaidén (2014), essas práticas são relatadas também para o prisma da sociologia que existe nesse meio, a gestão do conhecimento ganha uma aceitação dentro das organizações onde novas práticas de gerenciamento passam a valorizar o indivíduo que, por sua vez, tem o poder sobre o conhecimento. Os meios pelo quais se compartilham e se ampliam este recurso são diversos, desde aspectos da comunicação, da linguagem e das técnicas das narrativas, até os métodos de gerenciamento e dos estudos voltados à gestão do conhecimento.

A interação é um fator determinante dentro desse processo de aprendizagem e de difusão o conhecimento, uma vez que as pessoas envolvidas nesse processo interagem e podem aprender. Neste sentido a aprendizagem é considerada um processo de participação e ação. (VILAS BOAS; CASSANDRE, 2018).

Nos estudos de Picoli e Takahashi (2016) percebe-se que a capacidade de aprendizagem que cada organização possui é diferente, quando se equiparam os aspectos relativos a aprendizagem e os relativos as interações sociais, além de serem diferentes em relação a forma de aplicação do conhecimento, é nesse sentido que percebe-se que essa diferença está atrelada a questões sociais existentes dentro das organizações.

Conforme estudos realizados pelos autores Vilas Boas e Cassandre (2018), fica evidente que as questões emocionais influenciam nos contextos nos quais a aprendizagem ocorre, considerando que as pessoas possuem valores e convivem em contextos sociais diferentes umas das outras, por esse motivo deve-se compreender o processo da AO como algo dinâmico e complexo, onde questões sociais e emocionais estão conectadas.

A aprendizagem organizacional “ocorre pela interação de pessoas em redes de conversação, onde suas histórias são narradas” (BRUSAMOLIN; SUAIDEN, 2014). Mesmo estando relacionada a diversos fatores organizacionais que podem inferir diretamente em seus resultados, é dentro deste contexto que se observa a importância de compreender como questões sociais podem trazer um novo conhecimento para as organizações.

2.2.1 *Storytelling*

Storytelling, ou narrativas, são histórias que são contadas com adições de conteúdos emocionais que possibilitam uma melhor interação entre o locutor e seu(s) ouvinte(s). Essa é uma forma de comunicação onde há uma maior capacidade de atenção dos ouvintes e que pode estimular uma maior compreensão nos assuntos abordados. Pode ser definida como uma arte de contar histórias e experiências de forma impactante e cativante, atraindo a atenção do público (TORMES, *et. al.*, 2016).

Narrativas podem ser orais e escritas, podendo ser eventos imaginários ou verdadeiros, o que diferencia uma simples citação de um fato e a narrativa é a maneira como as emoções são vinculadas a história. Contudo, uma história pode ser construída, elaborada e direcionada a um público alvo, mas as interpretações e as relações atribuídas dependem dos ouvintes (BRUSAMOLIN; SUAIDEN, 2014, p.29).

A informação através de palavras que são compartilhadas descrevendo fatos aprendidos por meio da vivência, é um método de comunicação entre os indivíduos. Todavia, é preciso ter discernimento que a comunicação eficaz passará pela interpretação de como as histórias serão analisadas pelos ouvintes (BRUSAMOLIN; MORESI, 2008).

Conforme Brusamolin (2017, p. 86), “as narrativas são um recurso estratégico efetivo para os gestores que percebem a relação entre narrar histórias, criar e compartilhar conhecimento. ”As narrativas criam significados, podem formar uma cultura organizacional e proporcionam valores e regas que serão percebidos em novas circunstâncias (BRUSAMOLIN, 2017). A forma de contar histórias ajuda a encorajar as pessoas a trabalharem juntas. O ato de contar histórias pode acelerar o desenvolvimento de confiança dentro de um grupo. (SILVA; LARENTIS; DIAS, 2018, p. 55).

Para Gonçalo *et. al.* (2013), *Storytelling* tem um papel de aprendizado dentro de um processo de relacionamento coletivo, onde as pessoas apreciam e buscam conhecimentos através das narrativas e em seus diálogos. O processo de aprendizagem do ser humano tem como pressuposto uma natureza social, que ingressam mediante uma vida intelectual dos membros que se relacionam, por esse motivo contar histórias é um método de ingresso para tal. (SILVA; LARENTIR; DIAS, 2018).

Contar e ouvir história faz parte de um processo de socialização dentro das organizações, para participar deste processo é preciso estar atento ao que ocorre e isso estimula os indivíduos presentes. Contar histórias não é um monólogo, observa-se que há interações sociais, pois se constitui um evento

no qual ambos os participante conversam e constroem uma história de maneira mútua (SILVA; LARENTIR; DIAS, 2018).

A concepção de histórias para Gonçalo *et. al.* (2013) “são modos fundamentais de aprendizado e comunicação para guardar, recuperar e transmitir informações porque o ouvinte participa ativamente. (...) é a forma mais profunda de interação e comunicação humana.” Faz parte de um processo de socialização contar e ouvir histórias, pois esses elementos atuam como facilitadores para o compartilhamento de experiências e de desenvolvimento de campos de interação (BRUSAMOLIN; SAUIDEN, 2014, p.36).

Storytelling é capaz de desenvolver relacionamentos, as histórias catalisam os valores e as crenças em comum, habilita nas pessoas terem o senso de comunidade, prospectando um maior comprometimento no trabalho (GONÇALO; *et. al.*, 2013). Para Silva, Larentis e Dias (2018), por meio dessas histórias, existe um pensamento para a explicação da realidade, essas narrativas representam o conhecimento que é constituído para compreender e desvendar o mundo.

2.3.1 Teoria Ator-Rede

A corrente de pesquisa conhecida como Teoria Ator-Rede teve início em na década de 1980, tendo como principais autores Michel Callon, Bruno Latour e John Law. É uma teoria social que se estabeleceu dentro da área de estudos de CTS.

Conforme as análises feitas pelo o estudo de Tonelli (2016), essa teoria pode ser diferenciada das demais correntes de pensamento por três aspectos: a rejeição do dualismo através de um novo tratamento semiótico; o investimento em um método de seguir as ações e os atores envolvidos com a finalidade de serem capazes de apresentar a realidade; e a falta da existência em priorizar quem é o ator e seus elementos, algo que permite uma grande quantidade de atores e possibilidades.

O uso da terminologia ator é destacado por Latour (2012) como um componente fundamental para a teoria, pois trata exatamente do que se pretende relacionar com a rede na qual está inserido. Outro ponto levantado por Latour (2012, p. 193) é o da escrita da Teoria Ator-rede, onde o hífen é usado indicando que o ator está ligado a sua rede.

Não é possível desassociar a rede do objetivo, os elementos que trazem a realidade em todas as esferas são inseparáveis. Não existem atores sem rede, nenhum ator-rede pode ser assimilado sem serem assimilados os elementos que o compõe (TONELLI, 2016).

A abordagem TAR descreve, além dos vínculos gerados, a elaboração de um reconhecimento dos efeitos que são adquiridos através desse vínculo. Não se prioriza nenhum ator, nem seus pontos de vista isolados, mas se acompanha a construção que cada ator produz. Dentro do ponto de vista da teoria existem os atores humanos e não humanos, ou aqueles que estão mais ou menos vinculados (CAMILUS; ANTONELLO, 2016). “Os atores não reconhecem seus papéis na história” (CALLON, 1995, p.278).

Para uma maior abrangência dos atores humanos e não humanos Latour (2012, p. 89) emprega um termo neutro utilizado pela semiótica, *actante*. Desta forma o autor tenta abranger todos os atores que fazem parte daquela rede em questão, não excluindo nenhum ator e nem o colocando como parte figurativa.

A análise feita por Gonzales e Baum (2013), dentro da rede o ator não é um ponto de partida para a geração de ações para uma direção, eles entretanto, podem ser mediadores e não necessariamente serão apenas atores humanos, todos os elementos que compõem a rede devem ser considerados. O ator-rede é feito para induzir a realização de translações e deslocamentos. Conforme Cerreto e Domenico (2016,p. 90), “essa identidade vai se modificando à medida que atores saem dessa rede e/ou novos são incorporados, movidos por interesses próprios.”

Para Callon (1995), a tradução dos mundos social e natural é um mecanismo que acontece de maneira gradativa, onde algumas entidades

possuem o controle sob outros e isso pode ser descrito como a relação de poder que defini os atores da rede e como eles estão associados. A tradução não age apenas para dar um equilíbrio a toda à situação, mas também para compreender como o direito de expressão e de representação é obtido por poucos atores enquanto outros se mantêm silenciados, tanto nos meios sociais, quanto naturais.

Conforme Cavalcanti e Alcadipani (2013), as Teoria Ator-rede pode ser resumida nas redes heterogêneas e suas materialidades, que não necessariamente são humanas, que compõem a translação. Trata-se de uma percepção que os estudiosos da TAR fundamentam e organizam os processos das redes heterogêneas.

2.3 Resultados

Os atores envolvidos na rede que esse trabalho se propõe a estudar são: Aprendizagem Organizacional; Storytelling; colaboradores; conhecimento; empresa; rede de comunicação; sociedade. Cada ação e relação que esses atores possuem são compreendidos dentro da rede, considerando ainda que essas relações podem se estender a outras ramificações que cada ator pode possui que vão além da aplicabilidade deste estudo.

As ações que a empresa realiza na difusão de conhecimento e da informação está relacionado à aprendizagem organizacional, o compartilhamento de conhecimento que ocorre com objetivo de informar, conscientizar e educar os funcionários e a população que segue a empresa nas redes sociais e pode assistir curtos vídeos onde os próprios colaboradores contam pequenas histórias. Neste instante, a empresa passa a se utilizar também de *Storytelling* para o compartilhamento dos conhecimentos existentes e que são repassados pela empresa com o auxílio de seus próprios coletores de lixo.

Storytelling é viabilizada através das ações que a empresa proporciona aos seus colaboradores e ao seu público a quem oferta seus serviços no

município de Paranaguá. A criação dessas memórias que ocorre na empresa através de *Storytelling* parte também de um processo social onde a comunicação e o aprendizado são compartilhados entre os indivíduos que compõem essa rede que, posteriormente agem como multiplicadores de conhecimento à medida em que eles repassam essas informações para outros membros de outras redes que estão conectadas a essas pessoas.

A partir do momento em que os coletores repassam seus conhecimentos sobre a importância da destinação, separação e coleta do lixo orgânico e do lixo reciclável, nota-se o quanto essa prática é importante, para os outros funcionários que trabalham para a empresa. Aqueles que não têm o contato direto com a coleta de lixo, como a população, passam a compreender a importância do trabalho que esses colaboradores executam nas ruas da cidade todos os dias, e ainda, a importância da destinação correta do lixo e da reciclagem.

A maneira com que o conhecimento é tratado dentro da rede é interessante. Mesmo com uma didática diversificada, a empresa demonstra, através de vídeos curtos, conhecimentos que foram adquiridos das duas formas estabelecidas por Takeuchi e Nonaka (2008): conhecimento explícito e conhecimento tácito. O primeiro pode ser registrado por meio de sons, números, palavras, e dados; o segundo não pode ser registrado e é passado diretamente de pessoa para pessoa, tal como intuições, emoções e valores culturais. Esse fato é identificado pela maneira que a empresa trata seus conhecimentos, onde os próprios colaboradores podem contribuir com suas experiências e passar esse conhecimento adiante através de suas próprias histórias que são relatadas nos vídeos, que além da informação registrada carregam emoções e valores.

O lado social encontrado dentro das organizações também deve ser levado em conta dentro da gestão do conhecimento, dentro do processo de aprendizagem e até mesmo nas ações que são realizadas com os registros das narrativas dos colaboradores.

A empresa tem utilizado a interação social para alcançar o seu público alvo e difundir os conhecimentos que, através dos seus colaboradores, são registrados por meio de narrativas. Esse canal que a empresa instituiu representa como as ações sociais, que ocorrem dentro de seu contexto organizacional, podem ultrapassar as barreiras da corporação e abrir um espaço para a socialização da empresa com seu público, entre colaboradores e clientes.

A interação eminente que há nesse espaço pode abrir novas oportunidades, tanto para a empresa, quanto para a sociedade, adquirindo novos saberes e buscando novas práticas sustentáveis que possam facilitar e atender, de maneira eficaz, o descarte do lixo.

A sociedade, que é receptora de todas essas transformações do conhecimento e das informações que são repassadas, tem o papel de fomentar e investigar como essas ocorrências proporcionam uma melhor dinâmica para seu próprio bem-estar e como podem gerar novos conhecimentos que ainda não faziam parte de suas ações cotidianas.

A interação que ocorre através das redes sociais e das narrativas enriquece este processo de conhecimento, agregando o valor para cada uma das suas ações, tanto no processo de conhecimento, quanto no processo de coleta, destinando corretamente o descarte de resíduos. A importância dessa interação surge como uma fonte de aprendizado, tanto com os colaboradores da própria organização, como com o público que utiliza esse serviço diariamente.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo descrever como uma empresa de coleta de lixo realiza aprendizagem organizacional com *Storytelling*, analisando o fenômeno através da Teoria Ator-Rede.

O artigo faz um levantamento sobre os conceitos de aprendizagem organizacional e *Storytelling*. A Aprendizagem organizacional se desenvolve

dentro das organizações com a intensão de partilhar os conhecimentos existentes dentro dessas empresas, de criar a interação entre seus membros e difundir novos saberes. Por meio de *Storytelling* realiza-se a difusão de saberes e criam-se memórias, elevando o nível de interação entre os membros da organização.

Storytelling é a ferramenta que possibilita a troca de conhecimentos de maneira dinâmica e consistente, agindo nas ações de relacionamento dos atores envolvidos nesse processo e ainda possibilita o compartilhamento de experiências enriquecidas para o público que ouve as histórias. A utilização de técnicas de contação de histórias e de indução do telespectador nas narrativas instiga as pessoas a buscarem novos conhecimentos, a interagir entre elas, e a inovarem dentro de suas próprias perspectivas.

A análise feita na rede que a empresa de coleta de lixo do município de Paranaguá se encontra mostra como essas ações podem modificar a todos os que estão envolvidos nessa rede, direta e indiretamente. A proliferação do conhecimento que passa pela rede é infinita e é capaz de atingir lugares não identificados.

A metodologia que a empresa procurou para transmitir informações e conhecimentos acerca da coleta seletiva e da separação correta do lixo tem proporcionado uma interação entre empresa e funcionários; funcionários e clientes.

Pelas interações que a rede de aprendizagem apresenta, ficam evidentes as questões que Latour (2012) propõe sobre a existência das redes e dos atores que se envolvem de maneira que não existam protagonistas. A interação dos atores humanos e não-humanos também abordam os aspectos existentes dentro dos meios organizacionais que acabam sendo ignorados, entretanto, dentro da rede, são fundamentais para que todo o processo flua.

REFERÊNCIAS

BRAGA, C; SUAREZ, M. Teoria Ator-Rede: novas perspectivas e contribuições para os estudos de consumo. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 218 – 231, Abr / Jun 2018.

BRUSAMOLIN, V. Dinamizando a memória organizacional como narrativas. **Revista Científica Interdisciplinar**, Paranaguá, v. 2, n. 1, p. 79 – 98, 2017.

BRUSAMOLIN, V; MORESI, E. Narrativas de histórias: um estudo preliminar na gestão de projetos de tecnologia da informação. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, n. 1, v. 37, p. 37-52, jan/ abr 2008.

BRUSAMOLIN, V; SUAIDEN, E. J. **Aprendizagem Organizacional: o impacto das narrativas**. Ed 1. Curitiba: Appris, 2014

CALLON, M. Algunos elementos para una sociologia de la traducción: la domesticacion de las vieras y los pescadores de la Bahia de St. Brieuc. In: IRANZO, J. M. et. al. (ed.) *Sociologia de la ciencia y la tecnologia*, p. 259 – 282. Madrid: C.S.I.C. 1995.

CAMILUS, P. K de; ANTONELLO, C. S. Da translação para o enactar: contribuições da teoria Ator-Rede para a abordagem processual das organizações. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 14, n.1, p. 61-82, jan/mar 2016. Disponível em <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/169444>> Acesso em 14/10/2018.

CAVALCANTI, M. F. R; ALCADIPANI, R. Organizações como processos e Teoria Ator-Rede: a contribuição de John Law para os estudos organizacionais. **Revista Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 4, p. 556 – 568, dez 2013.

CERRETO, C; DOMENICO, S. M. R. Mudança e Teoria Ator-Rede: humanos e não humanos em controvérsias na implementação de um centro de serviços compartilhados. **Revista Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 14, n.1, p. 83 – 115, jan/ mar 2016.

GIL, A. C; **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, A; SILVA, L. de S. V; Capacidade de aprendizagem organizacional: estudo realizado em uma indústria têxtil. **Revista eletrônica de estratégia e negócios**, Florianópolis, v. 9, n. 2, p. 168 – 191, mai/ ago 2016. Disponível em <<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/3123>> Acesso em 05/10/2018.

GONÇALO, C. R; BORGES, M. de L; CASSOL, A; MORÉ R. P. O. *Storytelling* para a identificação de estratégia como prática. **Revista Ibero-americana de estratégia**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 131 – 153, jan/ mar 2013.

GONZALES, Z. K; BAUM, C. Desdobrando a Teoria Ator-Rede: reagregando o social no trabalho de Bruno Latour. **Revista Polis e Psique**, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 142 – 156, 2013.

LATOURET, B. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA – EDUSC, 2012.

PICOLI, F. R; TAKAHASHI, A. Capacidade de absorção, aprendizagem organizacional e mecanismo de integração social. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 1 – 20, jan / fev. 2016.

SENA, A de C. **Processos e redes de aprendizagem em uma organização não governamental**. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração, contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SILVA, E. R; LARENTIS, F; DIAS, D. T. de A. O lado negro do *Storytelling* nas organizações a importância da reflexão. **Revista de administração IMED**, Passo Fundo, v. 8, n. 1, p. 51 – 77, jan/ jun 2018.

SILVA, N. P; FRANCISCO, A. C. de; SILVA, M. C. G; HATAKEYAMA, K. A aprendizagem organizacional e a inovação: o caso da concessionária de energia do sul do país. **Revista Ingepro – inovação, gestão e produção**. Santa Maria, v. 2, n. 1, jan 2010.

SILVA, T. C; BURGER, F. Aprendizagem organizacional e inovação: contribuições da gestão do conhecimento para propulsionar um ambiente corporativo focado em aprendizagem e inovação. **Navus revista de gestão e tecnologia**. Florianópolis, v. 8, n. 1, p. 07 – 15, jan / mar 2018.

SILVEIRA, D. T; CÓRDOVA, F. P; A pesquisa científica. In GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. (Org.). Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31 – 42.

SOUZA, Y. S. Organizações de aprendizagem ou aprendizagem organizacional. **Revista RAE-eletrônica**, São Paulo, v. 3, n.1, Jan/Jun 2004. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v3n1/v3n1a08>> Acesso em 03/04/2018.

TONELLI, D. Origens e afiliações epistemológicas da Teoria Ator-Rede: implicações para a análise organizacional. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 14, nº 2, p. 377 -390, Abr/Jun. 2016.

TAKEUCHI, H; NONAKA, I. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TORMES, G. S; SILVA, V. A da; PIVETTA, N. P; SHERER, F. L. A ferramenta storytelling no contexto de marketing: uma análise a partir da estratégia de comunicação empresarial. **Revista Capital Científico – eletrônica RCe**, Guarapuava, n. 4, v. 14, out/ dez 2016. Disponível em <<https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/4027>>. Acesso em 07/10/2018.

VILAS BOAS, V. F; CASSANDRE, M. P. Aprendizagem Organizacional: um enfoque acerca da abordagem social da Aprendizagem e o elemento “emoção”. **Revista interdisciplinar de gestão social**. Bahia, v. 7, n. 2, p. 99 – 106, maio/ ago. 2018.

Edição especial – I Encontro Nacional Interdisciplinar em Ciência, Tecnologia e Sociedade (ENICTS 2019)

Enviado em: 14 abr. 2020

Aceito em: 28 jun. 2020

Editor responsável: Mateus das Neves Gomes