

LINKEDIN LEARNING: UMA NOVA AMBIÊNCIA EDUCACIONAL

Dr. Antônio Francisco Magnoni¹; M.e Marcello Zanluchi Surano Simon²; Esp. Luciana Galhardo Batista Simon³; Esp. Elaine Regiane Damaceno Ribeiro⁴; Esp. Luciane de Fátima Giroto Rosa⁵

¹Universidade Estadual Paulista (Unesp) - Bauru/SP - dino@lecotec.org.br; ²Pontifícia Universidade Católica (PUC) - São Paulo/SP - zanluchi.marcello@gmail.com; ³Universidade Estadual Paulista (Unesp) - Bauru/SP - lucianagalhardo.bs@gmail.com; ⁴Universidade Estadual Paulista (Unesp) - Bauru/SP - elainedamaceno@gmail.com; ⁵Universidade Estadual Paulista (Unesp) - Bauru/SP - lucianegiroto@gmail.com

RESUMO

O desenvolvimento constante das tecnologias informáticas e dos recursos comunicativos reunidos pelas plataformas do ciberespaço possibilitou a criação de uma enorme diversidade de aplicativos e de dispositivos, que resultaram nas atuais redes sociais. Hoje, a disponibilidade de uma infinidade de instrumentos digitais permite conexões rotineiras e até o convívio virtual frequente entre pessoas de quaisquer localidades do planeta, de diferentes línguas e culturas, mesmo que elas nunca tenham tido amizade ou de proximidade física. A mediação destas conexões interpessoais feitas por plataformas digitais permitiu o desenvolvimento de práticas sociais virtuais, e de novos instrumentos e linguagens educativas. Nesse cenário inovador da internet foi criada uma rede social com finalidade muito especial: - o LinkedIn, que apresenta a proposta de conexão entre profissionais de todo o mundo, e que disponibiliza para seus integrantes, o LinkedIn Learning, uma ferramenta especializada de aprendizagem e troca de conhecimento profissional. Este estudo aborda a midiatização do LinkedIn, de contatos profissionais e os recursos educativos que a rede oferece para o fortalecimento dos currículos de seus usuários. Os primeiros apontamentos comprovam que a rede social digital LinkedIn propõe novas práticas comunicacionais, educacionais e relacionais entre empresas, candidatos e as suas conexões interpessoais e multiprofissionais. Isso, porque a midiatização da rede de contatos profissionais, principal objetivo de lançamento da plataforma, não se caracteriza pelo uso que uma pessoa ou empresa faz de um recurso midiático para acessar serviços ou, de como a mídia exerce influência sobre uma pessoa ou empresa. O resultado que apresentamos, é derivado da análise inicial de todo o processo de relação entre o meio comunicativo utilizado, as propostas ou concepções educacionais que ele veicula ou considera predominante, as relações conceituais e profissionais entre as pessoas e as empresas em que trabalham.

Palavras-chave: Midiatização. LinkedIn Learning. Mídias Sociais Digitais. Educação. Tecnologia.

1. INTRODUÇÃO

As sociedades contemporâneas, inseridas precocemente ou tardiamente nos padrões modernos de desenvolvimento urbano-industrial, dependem cada vez mais das tecnologias informatizadas organizadas em redes e plataformas, em programas e aplicativos. Os

dispositivos e as ferramentas digitais são cotidianamente utilizados para suprir muitas demandas dos sistemas e das relações produtivas, as necessidades comunicativas e vivenciais interpessoais, e também servem para difundir e intercambiar sentidos e produtos culturais, tanto midiáticos, quanto às inúmeras expressões criativas dos muitos nichos sociais contemporâneos. A utilização constante de recursos e ferramentas digitais, com exigências e finalidades cada vez mais numerosas e complexas, interfere e provoca alterações graduais em todas as práticas e relações sociais da atualidade.

Santos (1994) atribuiu ao intenso desenvolvimento do “meio técnico-científico-informacional”, a partir dos anos 1970, as modificações ocorridas em uma infinidade de relações produtivas realizadas em infraestruturas industriais dos profusos ambientes urbanos, onde também abundam atividades de comércio e de serviços públicos e privados, outras tantas modificações passaram a ocorrer nas imensas áreas rurais, que produzem alimentos e matérias-primas, além de serem fontes de abundantes extrações de insumos naturais e minerais. Todos os setores produtivos passaram a depender, cada vez mais e de distintas maneiras, da disponibilidade de complexas estruturas de transmissão de dados e dos sofisticados e custosos maquinários informatizados.

Assim, quase todas as atividades contemporâneas produtivas, e também interpessoais e sociais, foram sendo ajustadas aos novos modelos informacionais realizados com uso intensivo de uma infinidade de máquinas dotadas de hardwares e softwares. Especialmente, nos ambientes e instituições de formação profissional e nas relações cotidianas dos diversos mercados de trabalho passaram a ocorrer mudanças muito rápidas, que afetaram fortemente os requisitos intelectuais e as práticas que constituem os atuais perfis laborais, que também são constantemente renováveis. A maioria das funções profissionais tornou-se mais complexa e sofisticada, ou então, passou a exigir perfis mais “flexíveis” e versáteis, enquanto o cenário produtivo tornou-se mais instável, tanto para os trabalhadores em setores de bens materiais, quanto para a produção simbólica, seja financeira, cultural e de incontáveis serviços, ou para atividades de educação e saúde, sejam rotineiras ou especializadas. No atual cenário laboral dos mercados capitalistas fortemente “mundializados”, os fatos e perspectivas mais evidentes e previsíveis, é que qualquer especialidade de trabalho atual, deficitário ou muito rentável, pode ser automatizada. O cenário laboral é desafiador e preocupante para os trabalhadores qualificados e experientes, ou para grandes contingentes de jovens mal formados e inexperientes para atenderem as muitas lidas produtivas dos atuais mercados profissionais.

Quando enfatizamos no texto, o termo infraestrutura informática, estamos referindo à gradual implementação de um contexto socioeconômico com o predomínio de tecnologias digitais, que atualmente são hipermidiáticas e constantemente atualizáveis – com plataformas e dispositivos colaborativos e não hierarquizáveis, cujo funcionamento é dependente de permanente conectividade e interatividade. São recursos tecnológicos cada vez mais sofisticados e “pervasivos”, com potenciais e funções comunicacionais sempre mais presentes, predominantes e requisitadas em todos os espaços, atividades e relações sociais da atualidade. Por isto, são instrumentos com alto poder de interferência nos cenários locais e mundiais. Um grande número de instabilidades econômicas, de crises políticas e sociais contemporâneas é induzido pela rápida superação de modelos e de formas produtivas baseadas em conhecimentos e técnicas antiquadas, que se tornam insuficientes para gerir de maneira eficiente e competitiva, mercados locais, regionais e mundiais.

Entretanto, apesar do imaginário coletivo rechaçar aquilo que é tido como antigo e superado, ainda persistem nas sociedades capitalistas contemporâneas, sejam centrais ou

periféricas, muitos valores e comportamentos do tradicional e decadente modo de vida urbano-industrial. Os modelos e as “revoluções” modernistas já não produzem recursos suficientes e nem atendem as exigências produtivas e laborais para sustentar as atuais demandas materiais e simbólicas dos mercados “globalizados”, que são movidos mais pelos valores abstratos, pelo consumo e pela especulação virtual, do que pelo trabalho, renda e produção real.

Então, como saber o quanto as tecnologias digitais não produziram mera transposição de um modo de pensar e de fazer, que apenas apresenta um verniz “pós-modernista” aplicado sobre a antiga fragmentação e hierarquização, que sustentou desde a ascensão do liberalismo ao Estado Moderno, a velha lógica da desigualdade instituída, que ordenou e moveu as sociedades capitalistas, desde os primeiros instantes e eventos modernos?

As tecnologias digitais não são portadoras intrínsecas da fragmentação, da hierarquização, e também controle de dados e mensagens produzidos ou difundidos pelos usuários das redes do ciberespaço. Pelo contrário, quando as redes estão disponíveis, tornam-se possível conectar qualquer ponto a outro, independente da distância ou da localização, interligar virtualmente pessoas de qualquer língua ou cultura. Castells (1999) já argumentava sobre a revolução das tecnologias de comunicação. Segundo ele, hoje “a linguagem é a da mídia digital, a abrangência é global, a dinâmica é interativa e os protagonistas, virtualmente, somos todos nós”, todos nós que estamos inseridos nos meios digitais. Então, técnicas e tecnologias informacionais poderão ser consideradas, efetivamente, tecnologias da inteligência?

O desenvolvimento do LinkedIn, a partir de 2002, permitiu que as pessoas pudessem experimentar a “conexão profissional”. Profissionais de empresas passaram a hospedar e divulgar os seus currículos na plataforma, que também funciona como uma rede social “corporativa”. As possibilidades comunicativas mais especializadas estimularam a “interação profissional”, e a realização dentro e fora do LinkedIn, de novos negócios ou de interfaces e parcerias. Para empresas, a plataforma lançou opções de candidaturas para vagas laborais e de filtros avançados para busca de profissionais; os recursos criaram novos parâmetros mais qualificados para a seleção e recrutamento de pessoas. Para os candidatos, além do espaço especializado de interação e busca por oportunidades de trabalho, a plataforma lançou o LinkedIn Learning, uma ferramenta educacional para que os usuários possam realizar cursos de atualização e formação mais compatíveis com o mercado atual.

Neste sentido, o LinkedIn propõe uma nova ambiência para a qualificação laboral ao articular novas práticas comunicacionais e relacionais entre empresas e possíveis colaboradores, admiradores e seguidores, assim como os recursos educacionais especializados. Porque, como descreve Martino (2014), a midiatização não é apenas uma conexão de um indivíduo a um determinado meio de comunicação para a realização de diversas atividades; é um processo no qual essas atividades são reorganizadas no contexto de instituições sociais, que também, são progressivamente alteradas pelos meios de comunicação.

2. EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA

Nos dias atuais, é comum nos depararmos com frequentes formulações ou descrições sobre possíveis interfaces entre educação e tecnologia. Pode-se, dizer que esse binômio pode ser mais perceptível, a partir da relativa popularização havida desde o início do século

passado, do acesso aos diversos conteúdos midiáticos e aos dispositivos difusores e receptores. Neste sentido, o desenvolvimento das modernas tecnologias de informação, também incrementou e passou a interferir nos processos educacionais, com novas mediações e interações culturais, sobretudo no que tange às práticas pedagógicas docentes, e também, aos níveis de interesse e de capacidade de aproveitamento informativo dos estudantes, quando expostos aos assuntos veiculados pelos novos meios e recursos comunicativos, seja em casa ou na escola.

Atualmente, a digitalização e a convergência são irreversíveis para os meios e mensagens de informação e comunicação. As formas de recepção dos diversos dispositivos digitais não são mais lineares, e ocorrem de maneira individualizada, conforme o interesse e a disponibilidade do usuário. Cada dispositivo digital lançado nos ambientes humanos têm sempre mais recursos para realizar funções comunicativas, e provocam rápida remodelação cultural-cognitiva em seus usuários, que passam a ter todas as suas relações sociais mais mediadas e dependentes de recursos de comunicação, que hoje são ubíquos, interativos e multidimensionais.

Para Magnoni (2001), só haverá viabilidade de atender as enormes e complexas demandas que ainda travam o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, regional e nacional, se houver investimento público e privado em formação cultural e profissional, que seja extensível e contínua para todas as camadas sociais, um desafio árduo e urgente, que também requer a criação de sistemas complementares de ensino não presenciais para mobilizar os professores e os estudantes para a experimentação omnilateral dos meios, da comunicação educativo-formativa e do fazer digital conectivo e multilateral, no sentido amplo em que se insere a revolução informática. Em tempos de digitalização plena das tecnologias e dos sistemas de registro e difusão de conteúdos de comunicação e da cultura, tal apontamento pressupõe a inserção plena dos sistemas escolares, e de seus profissionais, nos meandros das plataformas e dispositivos informacionais de comunicação convergente, que compõem os fluxos mundiais do ciberespaço. A finalidade é utilizá-los como instrumentos didático-pedagógicos para transferir de modo mais rápido e abrangente, os conhecimentos e práticas de ensino-aprendizagem. Afinal, tais insumos são indispensáveis para a atualização de professores em exercício; também para a formação não-presencial ou semipresencial de novos professores, dos estudantes, e ainda, apresentam potenciais apropriados para realizar ampla inclusão educacional dos trabalhadores que não estudaram tempo suficiente, ou que diante do desemprego estrutural e tecnológico, precisam buscar novos conhecimentos ou outra formação laboral qualificada. (MAGNONI, 2001, p 85.)

A rede social de negócios LinkedIn está sintonizada às exigências brasileiras de formação informacional de docentes e das inúmeras carreiras profissionais existentes no mercado nacional. Para atender demandas tão amplas, a rede introduziu novas propostas no ambiente virtual de recrutamento e seleção de pessoas; dentre elas um espaço de aprendizagem em que cursos de aprimoramento profissional são disponibilizados por instituições, como ferramentas e repertórios especializados para incrementar o currículo dos profissionais. É um novo meio digital capaz de influenciar pessoas e seus comportamentos, atitudes, expectativas, assim como a economia, o negócio e a própria organização sociocultural.

3. O CONTEXTO DA MUDIATIZAÇÃO

Para Martino (2014), não existe entre autores um consenso sobre midiatização, mas seguramente existe em relação às mídias, cujas presenças e influências delas são constantes no cotidiano das pessoas. Isso porque, os estudos chegam ao consenso de que nos dias atuais, as mídias são “o ponto de contato entre as várias dimensões da vida humana”. Em sua primeira definição, Martino explica que

Mediatização¹ é o processo pelo qual relações humanas e práticas sociais se articulam com as mídias, resultando em alterações nessas atividades. É um conjunto de fenômenos que, espalhados pela vida cotidiana, tornam-se parte das atividades rotineiras de maneira tão intrincada que muitas vezes, por conta da proximidade, se tornam invisíveis – ou, pelo menos, deixam de chamar a atenção. (MARTINO, 2014, p. 239).

Hjarvard, em Martino (2014), um dos primeiros autores a sistematizar sobre midiatização, diz que:

O conceito refere-se ao processo pelo qual a sociedade vai se tornando progressivamente dependente da lógica da mídia, na medida em que elas estão cada vez mais integradas nas operações de todas as instituições sociais. A mídia ocupa um lugar de destaque, redefinindo o modo como as coisas são feitas no cotidiano. (MARTINO, 2014, p. 239).

Martino (2014) também expõe que adaptar-se à lógica da mídia não quer dizer que as pessoas e as organizações estão perdendo as suas próprias características, mas, citando Hjarvard, lembra que o uso da mídia não é o elemento central do processo de midiatização.

Usar a mídia para uma atividade a torna “mediada”, isto é, “feita através da mídia”. O conceito de mediatização vai mais longe e procura entender como a “mediatização” de algo interfere na maneira como as coisas acontecem no momento em que se articula com as práticas. Trata-se de um processo de longo prazo, que não se confunde com o emprego dos meios de comunicação como ferramenta – daí a mediação ser um fenômeno recente. Isso também não significa dizer que a mídia tenha, em si, algum “efeito” sobre a sociedade. Uma sociedade mediatizada não é uma sociedade controlada pela mídia. O processo não é de mão única, no sentido de que a mídia possa ter “efeitos” sobre as pessoas ou as instituições. O conceito de mediatização não trabalha em uma perspectiva causal, como “o que a mídia faz com as pessoas”, mas a partir de um ponto de vista relacional, no sentido de “como as pessoas relacionam suas práticas cotidianas com as possibilidades abertas pelas mídias”, em um processo contínuo, sem começo nem final, que possam ser facilmente estabelecidos. (MARTINO, 2014, p. 240).

Gomes argumenta, em Fausto Neto [et al] (2008), sobre a aceitação da mediatização como um novo modo de ser no mundo e sobre a nova ambiência criada. Também faz referência à Marshall McLuhan ao argumentar que a mediatização coloca a sociedade a um patamar superior da chamada Aldeia Global.

Avançando e ousando mais na reflexão, pode-se afirmar que a mediatização está, talvez, configurando a possibilidade da busca de uma visão unificada da sociedade. A

¹Para padronização, a autora desta pesquisa opta por escolher a escrita da palavra mediatização ao invés de mediatizaçãõ, como utilizam alguns autores, já que ambas têm o mesmo significado.

estruturação de uma visão totalizante não mais dar-se-ia mediante a reflexão e o pensamento, mas através da prática glo(tri)balizante. (FAUSTO NETO...[et al], 2008, p. 23).

Compreendendo a midiatização como uma prática das pessoas organizarem seu cotidiano com abertura para as mídias, encontra-se o boom, ou seja, expansão das mídias sociais digitais, especialmente no Brasil.

4. MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

Pode-se ter como conformidade, em relação às características das sociedades contemporâneas, a presença cada vez mais forte da tecnologia como fator de influência, inclusive com poder de rearticulação das práticas sociais, principalmente da adequação das empresas para se atentarem à nova realidade mercadológica e profissional. Pode-se ter como conformidade, também, a ação cada vez mais presente e atuante das redes na organização dessas práticas.

Em A sociedade em rede, Castells (1999) define:

Redes constituem a nova morfologia social de nossa sociedade e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. (CASTELLS, 1999, p. 497)

O texto de Rüdiger (2011), em análise aos de Castells, trata da revolução das tecnologias de comunicação. Para ele, hoje “a linguagem é a da mídia digital, a abrangência é global, a dinâmica é interativa e os protagonistas, virtualmente, somos todos nós”, todos nós que estamos inseridos nos meios digitais.

A sociedade em rede não apenas está se fazendo cada vez mais inclusiva, mas, via os recursos que desenvolve e coloca à disposição, está estimulando a iniciativa e a ação comunicativa dos seus sujeitos, fazendo emergir uma audiência criativa que, quando ela não mesmo cria, se apropria das mensagens nela em circulação “com seus próprios códigos e projetos de comunicação” (2009, p.136). (RÜDIGER, 2011, p. 131).

Neste sentido, Dias e Silveira (2007), argumentam que as redes conectadas pela internet podem ser interpretadas como um “laço universal da sociedade contemporânea”, porque sugerem situações como democracia, fim da hierarquia, descentralização e autonomia. Martino (2014) completa com a definição de seu caráter menos rígido, formadas a partir de interesses, temas e valores compartilhados.

Com as novas formas de socialização, cada indivíduo continua a ter a sua identidade, interesses, projetos, desejos, papéis e pensamentos, enquanto passa da condição de expectador, ser também produtor. Ou, assume o posto de uma “audiência criativa”, como sugere Castells. Para Jenkins, Ford e Green (2014), algumas pessoas ainda continuam apenas expectadores, ou seja, “escutando e assistindo à mídia produzida por outros”. Contudo, a cada momento aumentam-se as produções de mídia, o que sugere a tendência de participação ativa.

Enquanto participante ativo, o usuário conhece as interfaces de blogues, vlogues, audiocasts, sites, Youtube, redes sociais digitais como Orkut, Twitter, Facebook, Instagram etc. Entre tantas, o LinkedIn destaca-se pelo seu foco especializado em relacionamento profissional, que oferece possibilidades para quem procura e oferece empregos. Também,

para quem quer encontrar clientes, parceiros, investidores, consultores, atrair oportunidades lucrativas e desenvolver relações de negócios, além de buscar visibilidade para construir ou reforçar marcas e identidades pessoais.

5. AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E A EDUCAÇÃO

No Brasil, existem grandes e complexas demandas para sustentar índices adequados de desenvolvimento socioeconômico de todas as regiões, uma tarefa árdua que requer primeiramente das diversas camadas da população, extensa formação escolar traduzida em avanços culturais e profissionais.

Sabe-se que o movimento tecnológico, sobretudo no que diz respeito às redes sociais digitais, exerce um papel importante nas relações sociais, financeiras, culturais e educacionais. Nesse último aspecto, as redes apresentaram novas possibilidades para que os indivíduos possam se pautar numa conexão de novos conhecimentos e aprendizagem.

Segundo Kenski (2007):

Já não se trata apenas de um novo recurso a ser incorporado à sala de aula, mas de uma verdadeira transformação, que transcende até mesmo os espaços físicos em que ocorre a educação. A dinâmica e a infinita capacidade de estruturação das redes colocam todos os participantes de um momento educacional em conexão, aprendendo juntos, discutindo em igualdade de condições, e isso é revolucionário (KENSKI, 2007, p. 47)

Assim sendo, essas alterações instalam um momento novo para o processo educativo, pois é com o uso de recursos das tecnologias digitais que se garante o fluxo das interações nas mídias sociais digitais e, por conseguinte, o construir de novas estruturas educacionais que não representem uma formação fechada e hierárquica. Nesse sentido, a plataforma LinkedIn insere-se no contexto em que, com os recursos tecnológicos, os profissionais têm condição de aprimorar seus conhecimentos e definir de maneira mais contundente suas aptidões e currículo.

6. LINKEDIN

O LinkedIn (www.linkedin.com) foi lançado no mercado digital em 2003, por Reid Hoffman, que organizou-a como uma empresa privada dos EUA, com sede em Sunnyvale, estado da Califórnia (EUA). Em 2016 foi adquirida pela Microsoft e passou a ser a maior rede social profissional do mundo, com cerca de 500 milhões de usuários.

As políticas de privacidade do LinkedIn são divulgadas online e exigem discricção de seus usuários por ser uma rede de profissionais, que utilizam os serviços de localização que ela disponibiliza para divulgar currículos, para procurarem oportunidades de negócios, e para filtrar conexões com informações e pessoas estratégicas. O principal objetivo do LinkedIn é de apresentar competências em um círculo de relacionamentos corporativos, interconectar profissionais de todo o mundo todo, estimulando-os a ser mais produtivos e bem sucedidos. É uma rede social que possibilita que os seus usuários mantenham listas de contatos e de conexões profissionais constituídos de forma direta e sucessiva, além de permitir a criação de grupos de discussão, de oferecer a personalização de endereço-web e o uso da ferramenta

didática do LinkedIn, a SlideShare, para organizar, projetar e compartilhar conteúdos em atividades profissionais e educacionais.

Também é um site com ferramentas para empresas para que divulguem as suas ações e atividades com foco no desenvolvimento de seus quadros pessoais e de seus produtos, mas principalmente, de suas vagas e dos perfis profissionais que deseja contratar. As empresas podem aproveitar do LinkedIn, ferramentas para otimizar as suas vendas, anúncios pagos, conteúdos direcionados, atualizações patrocinadas, grupos de discussão, plug-ins empresariais para receber currículos diretamente da plataforma, além do Recrutador LinkedIn, que sonda profissionais, mesmo que eles não estejam em busca de novos empregos. Ainda, há ofertas de pesquisas de mercado, como “Tendências de recrutamento Brasil 2017”.

A rede profissional é uma plataforma de serviço e possui uma versão paga, que oferece recursos avançados, como a visualização de quem entrou em seu perfil, ou as melhores posições em candidaturas de empregos. Também é possível adicionar seções e aplicativos, conforme a sua preferência.

Em 2016, o LinkedIn lançou o LinkedIn Learning, dedicado ao segmento educacional, com o objetivo de alinhar aos pilares tradicionais de uma empresa do mercado de recursos humanos, os de relacionamento profissional e recrutamento. Assim, o novo produto pretende reforçar os currículos dos seus usuários e qualificar-se como a melhor plataforma para empresas de aplicação de cursos de aprimoramento on-line

7. METODOLOGIA

A pesquisa, de caráter qualitativo, foi desenvolvida com revisões bibliográficas e busca eletrônica de artigos e notícias embasadas, sobretudo, em estudos sobre a comunicação que tratam as questões relativas à midiaticização e às mídias sociais digitais, e na área de educação, orientada para a convergência com as tecnologias. A finalidade é conhecer as propostas, processos e mecanismos da plataforma LinkedIn. Para tanto, foi feita análise descritiva e crítica do histórico da plataforma, bem como da ferramenta Learning disponibilizada ao público-alvo.

8. CONCLUSÃO

Hoje, a disponibilidade de uma infinidade de instrumentos digitais permite interconexões rotineiras e até o convívio virtual frequente entre pessoas de quaisquer localidades do planeta, de diferentes línguas e culturas. A mediação destas conexões interpessoais feitas por plataformas digitais permitiu o desenvolvimento virtual de novas categorias de teletrabalho, de relações profissionais, de práticas sociais e culturais, e de novos instrumentos e linguagens educativas.

A rede social digital LinkedIn propõe novas práticas comunicacionais, educacionais e relacionais entre empresas, candidatos e as suas conexões interpessoais e multiprofissionais. Isso, porque a midiaticização da rede de contatos profissionais, principal objetivo de lançamento da plataforma, não se caracteriza pelo uso que uma pessoa ou empresa faz de um recurso midiático para acessar serviços ou, de como a mídia exerce influência sobre uma pessoa ou empresa.

O resultado que apresentamos, é derivado da análise inicial das atividades do LinkedIn, como rede social profissional, as ações de monitoramento, gestão e qualificação de

recursos profissionais que realiza, ou as concepções educacionais que a plataforma veicula ou considera necessárias para sustentar as suas relações conceituais e profissionais entre as pessoas e as empresas em que trabalham. Nesse cenário, o LinkedIn, tem como proposta a conexão mundial de profissionais e agregando possibilidades de negócios, com a expertise que os usuários criaram com outras formas de convivência virtual. Portanto, seria possível concluir que o LinkedIn propõe novas práticas comunicacionais, educacionais e relacionais entre empresas, candidatos e as suas conexões, num contexto de sociabilização da inovação e de apropriação midiaticizada, de novos recursos e práticas de ensino-aprendizagem, em um contínuo e intenso processo de relação entre mídias, educação, profissionais, expertises laborais e as corporações produtivas.

REFERÊNCIAS

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

DIAS, Leila Christina; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da Silveira. **Redes, Sociedades e Territórios**. São Paulo: Editora Senac. 2008.

G1 TECNOLOGIAS E GAMES. **Microsoft compra a rede social LinkedIn por US\$ 26,2 bilhões**. Pesquisa realizada em 18/06/2017, de <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/microsoft-compra-rede-social-linkedin-por-us-262-bilhoes.html>.

HJARVARD, Stig. **A midiaticização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**. São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e Tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas: Papirus Editora, 2007.

LARROSSA, Luciano. **A história de Reid Hoffman, o fundador do LinkedIn**. Pesquisa realizada em 18/06/2017, de <http://www.escolafreelancer.com/a-historia-de-reid-hoffman-o-fundador-do-linkedin/>.

LINKEDIN. **A brief history of LinkedIn**. Pesquisa realizada em 18/06/2017, de <https://ourstory.linkedin.com/?trk=corpblog>.

LINKEDIN. **Contrato do Usuário**. Pesquisa realizada em 23/06/2017, de <https://www.linkedin.com/legal/user-agreement>.

LINKEDIN. **Política de Privacidade**. Pesquisa realizada em 23/06/2017, de <https://www.linkedin.com/legal/privacy-policy>.

LINKEDIN. **Top Voices**: os brasileiros que se destacaram no LinkedIn em 2016. Pesquisa realizada em 23/06/2017, de <https://www.linkedin.com/legal/privacy-policy>.

MAGNONI, A. F. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. 2001. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2001

MARTINO, Luis Mauro Sa. **Teorias das Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.

NETO, Antônio F.; GOMES, Pedro G.; FERREIRA, Jairo; BRAGA, José L. **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

ROCHA, Caroline. **LinkedIn atinge 500 milhões de usuários**. Pesquisa realizada em 18/06/2017, de <https://olhardigital.com.br/noticia/linkedin-atinge-os-500-mil-usuarios/67774>.

RUDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Ed. Hucitec, 1996.

Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informal. São Paulo: Hucitec, 1994.

LINKEDIN LEARNING: A NEW EDUCATIONAL AMBIENCE

ABSTRACT

The constant development of computer technologies and communicative resources brought together by cyberspace platforms has enabled the creation of a huge diversity of applications and devices that have resulted in current social networks. Today, the availability of a multitude of digital tools allows for routine connections and even frequent virtual living among people of any location on the planet, of different languages and cultures, even if they have never had a friendship or physical proximity. The mediation of these interpersonal connections made by digital platforms allowed the development of virtual social practices, and of new educational tools and languages. In this innovative internet scenario, a social network was created with a very special purpose: - LinkedIn, which presents the proposal of connection between professionals from all over the world, and which provides its members with LinkedIn Learning, a specialized learning and exchange tool professional knowledge. This study addresses LinkedIn's mediatization, professional contacts, and the educational resources the network offers to strengthen its users' curricula. The first notes show that the LinkedIn digital social network proposes new communication, educational and relational practices between companies, candidates and their interpersonal and multiprofessional connections. This is because the mediatization of the professional contacts network, the main

objective of launching the platform, is not characterized by the use that a person or company makes of a media resource to access services or how the media has influence over a person or company. The result we present is derived from the initial analysis of the whole process of relationship between the communicative medium used, the proposals or educational conceptions that it conveys or considers predominant, the conceptual and professional relationships between the people and the companies in which they work.

Keywords: Midiatization. LinkedIn Learning. Digital Social Media. Education. Technology.