



UNIVERSIDADE FUMEC  
FACULDADE DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E  
GESTÃO DO CONHECIMENTO

A TV UNIVERSITÁRIA COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DO  
CONHECIMENTO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR:  
ESTUDOS DE CASOS MÚLTIPLOS DAS TVS UNIVERSITÁRIAS DA  
REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE

**Área de concentração**  
GESTÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO  
**Linha de pesquisa**  
GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

ANA PAULA DAMASCENO TORRES

Belo Horizonte – MG  
2014

ANA PAULA DAMASCENO TORRES

A TV UNIVERSITÁRIA COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DO  
CONHECIMENTO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR:  
ESTUDOS DE CASOS MÚLTIPLOS DAS TVS UNIVERSITÁRIAS DA  
REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Mestrado Profissional em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento da Universidade Fumec como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento.

Área de concentração: Gestão de Sistemas de Informação e Conhecimento.

Linha de Pesquisa: Gestão da Informação e do Conhecimento.

Prof. Orientador: Dr. Jorge R. Tadeu de Ramos Neves

Belo Horizonte - MG

2014

## SUMÁRIO

1 RESUMO.....	p. 4
2 INTRODUÇÃO.....	p.5
2.1 Contextualização do Tema . . . . .	p. 6
2.2 O Problema de Pesquisa . . . . .	p. 9
2.3 Justificativa . . . . .	p. 9
2.4 Objetivos . . . . .	p.10
1.4.1 Objetivo Geral .... .	p.10
1.4.2 Objetivos Específicos.....	p.10
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	p. 11
4 ADERÊNCIA AO PROGRAMA DE MESTRADO .....	p 13
5 METODOLOGIA .....	p.14
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	p. 15

## 1 RESUMO

Para as Instituições de Ensino Superior, a TV Universitária apresenta-se como uma possibilidade, por ser uma das principais ferramentas de Gestão da Informação, ao dialogar com professores, alunos, comunidade do entorno e colaboradores das IES.

A partir da fundamentação teórica de Gestão do Conhecimento, Gestão da Informação, TV Universitária, Comunicação e Mídia, e através da realização de pesquisa de campo composta por aplicação de questionário e entrevistas, este projeto irá buscar se amparar em grande número de informações para realização de uma pesquisa qualitativa, capaz de produzir conteúdo de referência e reflexão para Instituições de Ensino Superior, afim de que compreendam a importância das TV's Universitárias para a Gestão do Conhecimento nas IES.

Esta pesquisa tem por objetivo traçar o perfil de um grupo de TVs universitárias do Brasil afiliadas à ABTU (Associação Brasileira de TVs Universitárias) e analisar as possibilidades de utilização do conteúdo produzido por estas mídias para o suporte à Gestão do Conhecimento das Instituições de Ensino Superior.

Para cumprir sua proposta, este projeto vai buscar responder à seguinte questão de pesquisa: “Quais práticas e conteúdos produzidos pelas TVs Universitárias podem ser utilizados na Gestão do Conhecimento das Instituições de Ensino Superior no Brasil?”.

A pesquisa será descritiva, pois busca descrever expectativas e percepções e apresentar sugestões de coordenadores e ex-coordenadores de TVs Universitárias, alunos, professores e funcionários das IES pesquisadas. O método será estudo de caso, de natureza qualitativa. Por causa da necessidade de profundidade do objeto pesquisado, optou-se pela entrevista por pauta, semi-estruturada, com agendamento com entrevistados, o que irá oferecer maior profundidade dos dados a serem coletados.

## 2 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte da premissa de que a TV Universitária possui grande potencial de produção de informação e conteúdo, que pode auxiliar na Gestão da Informação e do Conhecimento das Instituições do Ensino Superior no Brasil. Este veículo de comunicação, produzido por universitários, professores e funcionários possui grande potencial de informação, educação, geração de conhecimento e integração com comunidades e com os públicos interno e externo das IESs.

As tevês universitárias têm um caráter institucional e por isso possuem liberdade para investir na qualidade do conteúdo sem estarem presas a contratos e à busca pela audiência. Em 2009, no Brasil, era de 150 o número de emissoras de TVs Universitárias, contra 20 em 1995, um salto quantitativo de 755% (ALZIMAR, 2010). O crescimento, no entanto, só foi possível graças à promulgação da Lei do Cabo. Em 1995, o governo regulamentou a veiculação das produções das IES (Instituições de Ensino Superior) de forma gratuita, possibilitando assim o aumento desses canais. A Lei do Cabo prevê que em todo município as operadoras de TV a Cabo conceda um canal universitário gratuitamente para IES da região.

“A operadoras de TV a cabo, na sua área de prestação de serviço, deverá tornar disponíveis canais para um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço. (CAPÍTULO 5, art. 23 da Lei do Cabo, 1995).

Com o desenvolvimento da mídia Televisão Universitária, que converge com as redes sociais e com o público interno e externo das IESs, surge uma importante ferramenta de Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento, uma oportunidade de apresentar novas perspectivas de gestão na educação.

Nesta pesquisa, os temas Gestão do Conhecimento, Gestão da Informação e TV Universitária serão revistos bibliograficamente e analisados nas IES, assim como o universo de produção das 15 TVs Universitárias em Belo Horizonte, afiliadas à Associação Brasileira de TV Universitária, sobre o qual serão levantados a produção de conhecimento e a forma como

estes veículos de comunicação dialogam com as organizações, trocando informações e compartilhando o conhecimento.

A técnica utilizada será a não-probabilística do tipo intencional. O grupo foi selecionado como amostra dentro da população conhecida, pois considera-se que dentro deste universo escolhido será possível identificar intensa produção de conhecimento utilizados pelas TV's Universitárias que podem ser suporte para a Gestão do Conhecimento das Instituições de Ensino Superior no Brasil. Este estudo de caso irá apoiar-se em entrevistas em profundidade com ex-coordenadores e coordenadores atuais e da observação não apenas como pesquisadora, mas como participante, visto que esta pesquisadora é coordenadora de TV Universitária há 8 anos.

## **2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA**

A utilização e implementação da Gestão de Conhecimento e Gestão da Informação nas organizações ainda são temas e práticas novas em organizações públicas e privadas no Brasil. No entanto, estas temáticas vêm sendo debatidas de forma crescente, em estudos em todo o mundo, com objetivo de buscar compreender, propor e melhorar a realidade organizacional por meio de uma proposta de gestão.

Nas definições de Gestão de Conhecimento, pode-se destacar um conceito relacionado às instituições de ensino como “Gestão do Conhecimento é um conjunto de processos sistematizados, articulados e intencionais, capazes de incrementar a habilidade dos gestores públicos em criar, coletar, organizar, transferir e compartilhar informações e conhecimentos estratégicos que podem servir para a tomada de decisões, para a gestão de políticas públicas e para a inclusão do cidadão como produtor de conhecimento coletivo” (Ministério da Educação, 2005).

O termo Gestão do Conhecimento (GC) surgiu na academia com os trabalhos de Nonaka, em 1991. Para Nonaka e Takeuchi (1997) a organização não pode criar conhecimento por si mesma, razão pela qual depende da iniciativa dos indivíduos e da interação que ocorre dentro do grupo. De acordo com Davenport e Prusak (1998), a Gestão do Conhecimento é um conjunto de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização (DAVENPORT e PRUSAK, 1998).

Griffiths (2011) avalia o conceito quando afirma que GC visa coordenar o ambiente organizacional para desenvolver soluções baseadas em valores que habilitam a aquisição e armazenagem, uso, partilha e criação de ativos de conhecimento organizacionais, que podem ser utilizados

estrategicamente para a organização inovar, mudar e na tomada de decisão em ambientes físico e virtual.

No atual cenário das Tevês Universitárias, destaca-se a utilização da informação para aproximação de pessoas, do público acadêmico com a academia e com a comunidade do entorno da escola. Atualmente, com o advento da internet, esta aproximação se globaliza e permite que a informação seja transformada em conhecimento, a partir do compartilhamento da informação e do conhecimento gerado pela produção de conteúdo pelas Tevês Universitárias.

Na visão de Nakano e Fleury (2005), a GC deve ser analisada a partir da divisão do conhecimento organizacional em duas perspectivas: a primeira vê o conhecimento como um insumo, que embora intangível e complexo, é passível de ser armazenado, combinado e reutilizado. Nesta perspectiva, a gestão do conhecimento organizacional é a administração eficaz das atividades relativas à aquisição ou criação, a utilização e a manutenção de um ativo intangível. Na segunda visão, o conhecimento organizacional não é apenas um bem intangível a ser mantido e utilizado, ele é o próprio processo de criação, e é o resultado da interação entre as pessoas.

É papel da TV Universitária, como uma emissora sem fins lucrativos, ligada e mantida pela universidade, estar comprometida com ela no sentido de transformar o conhecimento armazenado na universidade em informação compreensível por toda a população. Havia, no entanto, um hiato entre a produção de conteúdo e de conhecimento da TV Universitária e a academia, uma vez que o veículo televisão, no Brasil, até a década de 70, recebia a resistência de acadêmicos que não viam na televisão um meio de educação nem possibilidade de produção de conteúdo educacional. Segundo Porcello (2000), esse é um dos problemas por ela enfrentados.

(...) televisão e universidade nunca antes se encontraram em um projeto dessa natureza, pois há apenas três décadas, nos anos 70, a televisão sequer era estudada pela universidade. Não seria exagero dizer que a universidade desprezava a TV. A evolução tecnológica modificou esse panorama. (PORCELLO, 2000, p.89)

Há, atualmente, grande dificuldade de compreensão do conceito de TV Universitária. Alguns acreditam que os canais universitários são apenas laboratórios das universidades, local de produção estudantil orientada por docentes e que visam apenas a capacitação profissional dos alunos para o mercado de trabalho. Outros defendem a ideia de uma TV feita para os estudantes e voltada exclusivamente para suprir os interesses desse público (PORCELLO, 2002).

Para a ABTU, a TV Universitária é aquela produzida pelas Instituições de Ensino Superior ou coordenadas por elas. Um veículo que exhibe a programação em canais abertas ou pagos, na internet ou em circuitos fechadas, com conteúdo voltado à educação, cultura, cidadania e produzido por estudantes, professores e funcionários das IES. Podem, ainda, fazer parte do processo laboratorial de aprendizado dos cursos de Comunicação Social. Em 1997, houve a primeira tentativa de se pensar um modelo para a TV Universitária no Brasil.

Nós passamos três anos discutindo se deveria ter um modelo de TV universitária. E no final concluímos que não. Senão nós estaríamos repetindo exatamente o que mais condenamos na televisão brasileira que é existir um modelo único de televisão comercial e todas as outras copiarem. E universidade representa diversidade, a única premissa básica é manter uma grade de programação voltada para a cultura e a educação. (MAGALHÃES, 1997).

A gestão da TV Universitária também acontece de forma diversa. Algumas televisões são administradas pelas reitorias, outras pelas às assessorias de comunicação ou de imprensa e há muitos casos em que o curso de Comunicação Social é o responsável pela gestão.

Considerando a tamanha importância das TVs Universitárias para Instituições de Ensino Superior, é crucial o investimento, estudo e desenvolvimento de soluções mais eficazes para estes veículos nas universidades para que, em sinergia com os gestores organizacionais, promovam o conhecimento a partir da Gestão da Informação e da produção das TVs Universitárias.



## 2.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Quais práticas e conteúdos produzidos pelas TVs Universitárias podem ser utilizados na Gestão do Conhecimento e da Informação nas Instituições de Ensino Superior no Brasil?

## 2.3 JUSTIFICATIVA

Nas instituições de Ensino Superior há um grande volume de informações, de troca de conhecimento e de produção de informação, produtos acadêmicos e mercadológicos e idéias inovadoras que são compartilhadas diariamente nos canais de TV Universitária. No entanto, os gestores pouco utilizam deste conteúdo para auxiliar na gestão das IES no país. Há, atualmente, pouca ou quase nenhuma troca deste conteúdo, o qual muitas vezes fica retido em um indivíduo ou grupo, mas não é compartilhado por falta de conhecimento, de comunicação e de acesso à informação. Em algumas situações, há um desconhecimento por parte de coordenadores de TVs Universitárias das possibilidades de utilização do conteúdo produzido pelas tevês universitárias para suporte à gestão do conhecimento nas IES. Por outro lado, os diretores, muitas vezes administradores, desconhecem o conteúdo e potencial de suporte à gestão das TVs Universitárias.

Este é um projeto inovador, uma vez que busca apresentar perspectivas e possibilidades de Gestão do Conhecimento e de Informação às IES, a partir da prática e produção de conteúdo das TVs Universitárias, que vivem um excelente momento, com a expansão da web e as possibilidades de convergência de informações pelas redes sociais. A TV Universitária também representa possibilidade de Gestão da Informação e do Conhecimento a baixo custo.

Este estudo parte da premissa de que a produção acadêmica das TVs Universitárias pode ser de crucial importância para a gestão administrativa das IES e utilizadas pelos gestores para gerir o conhecimento organizacional dessas Instituições, melhorando a comunicação, a informação, a gestão de pessoas, os processos internos da instituição e a aproximação das Instituições de Ensino Superior com a comunidade do entorno da escola.

A proposta apresentada também permite à pesquisadora, coordenadora de TV Universitária há 9 anos, aprofundar em sua análise, assim como utilizar o conhecimento adquirido na prática

para buscar suporte teórico e ampliar sua qualificação em nível de Mestrado para uma prática profissional transformadora de procedimentos.

## **2.4 OBJETIVOS**

### **2.4.1 Objetivo Geral**

O objetivo deste projeto é identificar quais práticas e conteúdos produzidos por TVs Universitárias no Brasil podem ser utilizados na Gestão do Conhecimento e da Informação nas Instituições de Ensino Superior.

### **2.4.2 Objetivos Específicos**

- Avaliar de que forma a produção das TVs Universitárias podem ser utilizadas como recurso estratégico de geração e disseminação do conhecimento nas Instituições de Ensino Superior no Brasil.
- Apontar os principais fatores de produção da informação pelas TVs Universitárias que podem gerar conhecimento às Instituições de Ensino Superior.
- Avaliar de que forma a produção de conteúdo das TVs Universitárias pode ser utilizada como estratégia de Gestão de Conhecimento por IES.
- Analisar a produção de conteúdo e de conhecimento das 15 emissoras de TV Universitária de Belo Horizonte, afiliadas à ABTU.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A TV a cabo no Brasil foi implantada na década de 1990, por dois grandes grupos: o grupo Abril e as Organizações Globo. Em 1995, a Lei nº.8.977 em seu artigo 23 obriga as operadoras do serviço de cabo a tornar disponíveis determinados canais, chamados “Canais Básicos de Utilização Gratuita”, entre os quais “um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço”. Hoje existem cerca de 100 IES – Instituições de Ensino Superior produzindo TV, e 87 delas se utilizam de canais universitários (CARVALHO, 2006).

De acordo com Magalhães (2003), a Associação Brasileira de Televisões Universitárias considera, em seu estatuto, que uma televisão universitária é aquela voltada estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania. A definição aproxima a TV Universitária da TV Educativa, no entanto, ela é também um ambiente tecnológico de aprendizagem para ensinar a fazer televisão em cursos específicos.

A televisão universitária ainda não tem um perfil definido (CARVALHO, 2006) e é possível pensar em uma concepção que amplie sua missão educativa. Para Priolli (2004), a TV Universitária deve ser produzida com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento.

Na década de 1980, organizações e pessoas começam a vivenciar o papel da Gestão do Conhecimento no ambiente organizacional e nos mercados. O conhecimento, para Drucker (1997), é crucial, um recurso muito importante e que não se submete às barreiras geográficas. O conhecimento está nas pessoas e, por seu intermédio, nas organizações.

Toffler (1980) argumenta que a informação e a comunicação, assim como o conhecimento e a educação são a chave para a passagem de um mundo subdesenvolvido para um mundo desenvolvido. Para Terra (2001) e Evers (2002), os principais indicadores de uma Sociedade do Conhecimento são os investimentos em infraestrutura de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)<sup>1</sup>, educação continuada, valorização e capacitação dos recursos humanos (capital intelectual das organizações) e investimentos em Ciência, Tecnologia e Inovação

(CT&I), assim como em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), para possibilitar uma posição competitiva em nível mundial.

Para Neves (1992), na chamada era da informação, as empresas enxergaram que somente a gestão eficaz das suas informações poderia auxiliá-las na tomada de decisões alinhadas à estratégia organizacional, razão pela qual têm realizado elevados investimentos para a implantação de sistemas de informação.

Para Choo (1998), a informação deve ser utilizada pelas organizações para dar sentido às mudanças do ambiente externo, para gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado e para tomar decisões importantes.

De acordo com Davenport (1998), apesar da importância da informação para as organizações, poucos sabem o que fazer ou o que precisa saber; existe pouca informação acessível sobre funcionários, clientes e até mesmo sobre os próprios produtos e serviços. O autor entende a implantação da gestão da informação em uma organização como um processo composto por um conjunto estruturado de atividades que incluem o modo como a empresa obtém, distribui e utiliza a informação e o conhecimento.

Nonaka (2000) afirma que: em uma economia onde a única certeza é a incerteza, a fonte certa de vantagem competitiva é o conhecimento. Quando os mercados transformam-se, as tecnologias proliferam, os competidores multiplicam-se e os produtos tornam-se obsoletos quase do dia para a noite, as empresas bem-sucedidas são as que criam consistentemente novos conhecimentos, disseminam-no amplamente pela organização e o incorporam rapidamente em novas tecnologias e produtos.

Nesta perspectiva, as Instituições do Ensino Superior são organizações do conhecimento e seus pesquisadores são os trabalhadores do conhecimento que lidam com a produção, os serviços e bens, o ensino, a pesquisa e a extensão. Para inovarem e levarem as pesquisas ao mercado, as IES podem utilizar as TV's Universitárias, para auxiliarem na Gestão do Conhecimento e da Informação nas Instituições de educação no país.

#### **4 ADERÊNCIA AO PROGRAMA DE MESTRADO**

O Mestrado Profissional em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento tem como objetivo principal a geração de novos conhecimentos e a formação de profissionais mestres com habilidades para o desenvolvimento científico, a produção e aplicação prática de conhecimento no campo interdisciplinar de Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento. Este projeto converge com o objetivo do programa, uma vez que dialoga com diferentes campos de conhecimento (educação, comunicação, gestão, gestão do conhecimento, gestão da informação, mídias) e busca avaliar perspectivas reveladoras e profissionais de suporte à Gestão do Conhecimento nas IES, com suporte dos Sistemas de Informação.

A proposta apresentada sugere uma abordagem multidisciplinar e transversal do veículo de comunicação TV Universitária, importante produtor e disseminador de conhecimento das IES, e propõe interfaces deste veículo com diferentes níveis hierárquicos e sociais de gestão educacional.

## 5 METODOLOGIA

A proposta desta pesquisa é a realização de Estudo de Caso Múltiplo, com investigação detalhada de um universo de produção de conteúdo por 15 TVs Universitárias da Região Metropolitana de Belo Horizonte, com objetivo de realizar uma análise do contexto e dos processos envolvidos no fenômeno a ser estudado.

No campo da Gestão do Conhecimento, a proposta é analisar a produção da TV Universitária sob as três dimensões do conhecimento propostas por NONAKA & TAKEUCHI (1997). Esses autores têm como pressuposto que a criação do conhecimento se dá pela interação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito.

Será realizada uma pesquisa qualitativa, em um Estudo de Caso de natureza descritiva, realizado a partir de análises de casos múltiplos no universo de 15 TVs Universitárias da Região Metropolitana de Belo Horizonte, afiliadas à Associação Brasileira de TV Universitária. O instrumento de pesquisa será uma entrevistas semi estruturada com questões abertas e fechadas, a ser realizada com 15 coordenadores do universo de pesquisa delimitado. A pesquisa de campo será aplicada a partir de um questionário estruturado nos modelos de Gestão do Conhecimento de NONAKA & TAKEUCHI (1997), que analisam que conteúdos de conhecimento interagem entre si fazendo surgir a “espiral de criação do conhecimento”.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEPEC. Diagnóstico Setorial. In: MINISTÉRIO DA CULTURA (Org.). I Fórum Nacional de Tv's Públicas: Diagnóstico do campo público de televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

ABEPEC; ABTU; ABCCOM. II Fórum Nacional de TVs Públicas. Net, Brasília, 2009.

ABTU. Associação Brasileira de Televisões Universitárias: O canal da TV Universitária. Net, São Paulo, 2010.

ALVARENGA, Rivadávia Corrêa. Gestão do Conhecimento em Organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo. Dissertação de doutorado UFMG (2005).

ADORYAN, Adriano. A USP e sua TV: Um projeto de Universidade dentro da TV. 2004. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Gestão Estratégica do Conhecimento. Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2004. Notas de aula.

BRITTOS, Valério Cruz. Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional. Tese de Doutorado - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001.

BUCCI, Eugênio. A audiência na TV pública. Observatório da Imprensa, São Paulo, 26 mar. 2009. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=530JDB009>.

CAPPARELLI, Sérgio. Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre. L&PM, 1982.

NEVES, Roberto de Castro. Comunicação empresarial integrada. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.

CHOO, Chun Wei. A Organização do Conhecimento. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. Conhecimento empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DRUCKER, Peter, *Profession of Management* (1998)

DUARTE, Jorge. *Org. Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

FÓRUM BRASILEIRO DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. 2011, João Pessoa/PB. ABTU, Associação Brasileira de Televisão Universitária; UFPB, Universidade Federal da Paraíba, 2011.

LIMA, Venício A. de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LIMA, Venício A. de; CAPPARELLI, Sérgio. *Comunicação e televisão: desafios da pós globalização*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

LIMA, Venício A. de. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIMA, Vilma Silva. CNU: a TV universitária no mercado televisivo paulistano. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. *Anais eletrônicos...* Salvador: Intercom, 2002. Disponível em: < [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP7LIMA.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP7LIMA.pdf) >. Acesso em: jul. 2010.

MAGALHÃES, Cláudio. *TVs universitárias: uma televisão diferente*. Observatório da Imprensa: Diretório Acadêmico, São Paulo, 2003.

MARTELLI, Flávia Cortese. *TV Universitária – um modelo de gestão em construção: TV Unaerp de Ribeirão Preto*. Bauru, 2012.

NEVES, Jorge Tadeu. *La gestion de la communication dans les pratiques du changement technologique: réflexions à partir de trois études de cãs*. Dissertação de Doutorado CNPq, 1992.

NEVES, Jorge Tadeu. CARVALHO, Rodrigo Baroni; VASCONCELOS Maria Celeste Reis Lobo; GONÇALVES, Simone Ferreira Rocha. *Práticas e Ferramentas de Gestão do Conhecimento no Âmbito da Administração Tributária de Minas Gerais: oportunidade para uma política institucional*. *Revista Gestão de Projetos* (2012).

NONAKA, I., Takeuchi, H. *Criação de conhecimento na empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997, 13 edição.



PEIXOTO, Fabiana; PRIOLLI, Gabriel. A TV Universitária no Brasil – Os meios de comunicação nas Instituições Universitárias da América Latina. ABTU (2004)

RAMALHO, Alzimar R. A TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEMA em Assis (SP). 2005. Dissertação de Mestrado em Comunicação: Mídia e Cultura - Universidade de Marília, Marília, 2005.

TERRA, J. Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial. Terra Forum, p. 1–6, 2005.

Disponível em:

[http://www.terraforum.com.br/biblioteca/Documents/libdoc00000011v002Gestao%20do%20Conhecimento\\_%20%20grande%20desafio%20e.pdf](http://www.terraforum.com.br/biblioteca/Documents/libdoc00000011v002Gestao%20do%20Conhecimento_%20%20grande%20desafio%20e.pdf).

SOUZA, José Barrozo, Marco Antonio Tavares Góes, and Antonio Carlos de Francisco. "Gestão do Conhecimento (GC) compartilhado ao Planejamento e Controle da Manutenção (PCM) um requisito estratégico." *ADM* (2008): 1-8.

UNESCO, IES. A Televisão Universitária no Brasil. Os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe. 2004