

**ENOÍ DAGÔ LIEDKE**

**INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA**

Estudo exploratório para a sua identificação e  
pesquisas posteriores

PROGRAMA DOUTORAL  
**INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM PLATAFORMAS DIGITAIS**



Departamento de Comunicação e Arte

PORTO

Novembro de 2012



# ENOÍ DAGÔ LIEDKE

Mestre em Administração, em 2002, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Brasil

## INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA

**Estudo exploratório para a sua identificação e  
pesquisas posteriores**

Tese realizada no âmbito do Programa Doutoral Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, orientada pelo Professor Doutor **Armando Malheiro da Silva**, da Faculdade de Letras da **Universidade do Porto** e coorientação do Professor Doutor **Pedro Almeida** do Departamento de Comunicação e Arte da **Universidade de Aveiro**

Faculdade de Letras da Universidade do Porto  
Porto – Portugal

Projeto com apoio financeiro da Fundação para a Ciência e a Tecnologia



# INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA

Estudo exploratório para a sua identificação e pesquisas posteriores

Enói Dagô Liedke

Tese apresentada ao Programa Doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, da Universidade do Porto, em conjunto com a Universidade de Aveiro, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor

## MEMBROS DO JÚRI

Prof. \_\_\_\_\_  
Presidente

Prof. Doutor Armando Malheiro da Silva  
Professor associado da Universidade do Porto

Prof. Doutor Pedro Alexandre Ferreira Santos Almeida  
Professor auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. \_\_\_\_\_  
Professor

Prof. \_\_\_\_\_  
Professor

Prof. \_\_\_\_\_  
Professor

Prof. \_\_\_\_\_  
Professor



**À** toda a minha família  
que mesmo de longe sempre  
estive perto graças as TDIC's.

Aos sonhos  
Impulsionadores de escolhas e caminhos.





## **AGRADECIMENTOS**

**À** Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a todos os meus colegas da FABICO por permitirem e colaborarem com o meu AFASTAMENTO e possibilitarem a minha participação neste Programa Doutoral.

**Ao** meu orientador Prof. Doutor Armando Malheiro da Silva pelo incentivo para participar deste Programa, antes mesmo de este ser divulgado, e pelas várias conversas, reuniões, conselhos e críticas instigantes e estimulantes.

**Ao** Prof. Doutor Pedro Almeida que com seu olhar apurado efetuou sugestões, críticas e observações que muito enriqueceram este trabalho.

**Às** pessoas que abriram as portas das suas organizações para que eu pudesse efetuar minha investigação.

**À** Isabel French, que apesar de não me conhecer pessoalmente, graças às TDIC's, esteve próxima me tirando dúvidas, auxiliando, corrigindo e revisando meu trabalho.

**Às** minhas amigas Maria João Altavilla e Natália Guimarães pelo auxílio prestado nesta reta final.

**Aos** meus novos amigos agradeço as conversas, os ombros amigos, as festas, as indicações de lugares, de viagens, de comidas, de bebidas e a parceria sempre que precisei, mesmo que fosse para andar de ambulância. Que os laços aqui efetuados permaneçam nos nossos corações e que as TDIC's os mantenham sempre firmes e fortes, apesar das distâncias físicas que venham a surgir.

**E** a toda esta terra e ao seu povo que me receberam de braços abertos permitindo que eu me sentisse sempre em casa.



Não me ajeito com os padres, os críticos e os canudinhos de refresco:  
não há nada que substitua o sabor  
**da comunicação direta.**

Mário Quintana



LIEDKE, Enóí Dagô. **Informação orgânica digital espontânea** – Estudo exploratório para a sua identificação e pesquisas posteriores. Porto, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, 2012, Tese de Doutoramento

## Resumo

A presente tese propôs abordar e investigar a existência de um fluxo info-comunicacional envolvendo os integrantes do público essencial de sustentação primário de informação orgânica, assente na utilização de meios de comunicação digitais não disponibilizados pelas organizações. Através de análise do estado da arte nas áreas de Comunicação Organizacional/Relações Públicas e da Ciência da Informação, foi constatada a inexistência de uma terminologia específica que abrangesse e categorizasse esta classe de informação. Esta lacuna, sintomática de um potencial aprofundamento científico, conduziu a uma proposta de identificação dos elementos da comunicação de informação efetuada através dos media digitais informais que caracterizam e facilitam o estabelecimento do conceito de informação orgânica digital espontânea. Consequentemente, esta investigação assumiu como objetivo geral conhecer o processo info-comunicacional digital espontâneo que ocorre entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações. O universo desta pesquisa desdobrou-se entre dois países em diferentes continentes e englobou uma organização portuguesa e duas organizações brasileiras. O produto desta investigação proporcionou um contributo para a construção, apresentação e defesa de uma proposta de Modelo info-comunicacional interno que deverá servir como parâmetro para: a) compreender, utilizar ou minimizar o fluxo espontâneo através de ações planeadas de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, e b) reconhecer a existência de suportes de informações orgânicas distintos dos disponibilizados pelo sistema de gestão de informação da organização, permitindo assim a definição de estratégias de identificação e recolha dessa informação por parte dos responsáveis pelos serviços de Gestão da Informação para benefício da própria organização. Os dois principais resultados alcançados – o conceito de informação orgânica digital espontânea e o Modelo de comunicação interna na perspetiva da informação orgânica digital espontânea – poderão, espera-se, contribuir para uma melhor gestão da informação e para uma maior rentabilização de tempo, recursos de TDIC e humanos e da informação gerada, veiculada e partilhada através dos fluxos identificados e que marcam esta segunda década do século XXI.

**Palavras-chave:** Comunicação organizacional, Informação orgânica, Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, Informação orgânica digital espontânea



LIEDKE, Enoí Dagô. **Informação orgânica digital espontânea** – Estudo exploratório para a sua identificação e pesquisas posteriores. Porto Faculdade de Letras, Universidade do Porto, 2012, Tese de Doutoramento

### **Abstract**

This thesis seeks to investigate the existence of a flow of organic information amongst the members of the essential support primary public through digital media not provided by the organization. Through analysis of the state-of-the-art in the areas of Organizational Communication / Public Relations and Information Science we have ascertained a lack of terminology applicable to this kind of information. Thus, we therefore propose to analyse and typify the elements of the information communication process via digital media that characterize and enable the definition of a concept of spontaneous digital organic information. Hence, the purpose of this research project is to determine the spontaneous digital info-communicational process that occurs amongst the members of the organisation's essential support primary public. The research comprehends a Portuguese organisation and two Brazilian organisations. This investigation should provide input to shape, introduce, and defend a proposal for an organisational internal info-communicational model that might set the a parameter for a) the understanding, use or minimisation of this spontaneous flow through planned Organizational Communication / Public Relations actions; b) the acknowledgement of distinct organic information media provided by the information management system, thus contributing to the enforcement of the appropriate strategies for the identification and collection of such information within the organization by the Information Management services. The two chief results of this thesis, that we believe to be potential corner-stones for a new approach to organizational information flows, being a) the concept of spontaneous digital organic information, and b) the model for internal communication flows according to the spontaneous digital organic information, will hopefully contribute to a better information management and to a wiser use of time, of both DICT and human resources, and of the information they produce, share and transmit through the information flows identified, which are unquestionably one of the most significant features of this second decade of the 21<sup>st</sup> century.

**Keywords:** Organizational communication, Organic information, Digital information and communication technologies, Spontaneous digital organic information.





## SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS .....	19
LISTA DE QUADROS .....	21
LISTA DE GRÁFICOS.....	23
LISTA DE TABELAS .....	25
INTRODUÇÃO .....	27
I.Ponto de partida .....	32
II.Delimitação do Tema .....	37
III.Objetivos.....	39
IV.Estrutura do documento .....	41
CAPITULO UM.....	43
A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A INFORMAÇÃO ORGÂNICA EM TEMPOS DE TECNOLOGIAS DIGITAIS .....	43
1.1.Comunicação Organizacional .....	43
1.1.1.Comunicação Integrada Digital.....	48
1.1.2.Comunicação interna.....	51
1.1.3.Públicos.....	53
1.1.4. Fluxos comunicacionais .....	58
1.1.5. Comunicação formal e informal .....	59
1.1.6. Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação .....	61
1.2. Ciência da Informação e a Informação orgânica .....	73
1.2.1. Paradigma Pós-custodial.....	75
1.2.2. A informação .....	77
1.2.3. A Informação Orgânica.....	84
1.2.4. Gestão da Informação .....	90
1.3. Comunicação Interpessoal (P2P) em contexto de comunicação organizacional interna .....	92
CAPÍTULO DOIS .....	105
INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA .....	105
2.1.Questionamentos iniciais .....	105
2.1.1.Em defesa de uma maior aproximação com a área da Ciência da Informação .....	107

2.1.2. As organizações como sistemas abertos .....	112
2.1.3. Por uma tipologia diferenciada .....	115
2.2. Fluxos info-comunicacionais em comunicação interna .....	115
2.2.1. Comunicação interna formal e informal com a inclusão de TDIC's.....	120
2.3. Identificando a informação orgânica digital espontânea .....	124
2.3.1. Temas dos conteúdos da informação orgânica digital espontânea .....	132
CAPÍTULO TRÊS .....	137
INQUÉRITO E RESULTADOS – ANÁLISE DESCRITIVA DOS ELEMENTOS OBTIDOS ATRAVÉS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	137
3.1. Abrangência e Técnica de Pesquisa.....	137
3.1.1. Dificuldades encontradas .....	139
3.1.2. Características das organizações pesquisadas.....	142
3.2. Apresentação do instrumento e dos resultados da pesquisa .....	146
3.2.1. Análise das Questões .....	147
CAPÍTULO QUATRO.....	199
MODELO INFO-COMUNICACIONAL INTERNO DO PÚBLICO ESSENCIAL DE SUSTENTAÇÃO PRIMÁRIO EM AMBIENTE DIGITAL.....	199
4.1. Respondendo aos objetivos, às questões e às premissas.....	200
4.2. Justificando a construção de um Modelo.....	216
4.2.1. Identificando os tipos de informação trocados pelos participantes da pesquisa prática.....	218
4.3. Construindo o Modelo .....	220
4.4. Descrevendo e explicando o Modelo .....	224
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	231
I. Resultados obtidos .....	233
II. Limites detetados .....	235
III. Perspetivas futuras.....	236
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	239
ANEXOS.....	255

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Modelo do Método Quadripolar, Fonte: Silva e Ribeiro (2009, p. s/p).	33
<b>Figura 2</b> – Composto da Comunicação Organizacional, Fonte: Kunsch (2003, p. 151) .....	48
<b>Figura 3</b> – Comunicação Digital Integrada, Fonte: Corrêa (2005, p. 102) .....	49
<b>Figura 4</b> – Infográfico representativo das atividades que ocorrem na Internet em apenas sessenta (60) segundos, Fonte (SHANGHAI, 2011) .....	66
<b>Figura 5</b> – Ciclo de Gestão da Informação, Fonte: Pinto (2009, p. 35) .....	91
<b>Figura 6</b> – A Comunicação interna formal e os fluxos da informação orgânica formal .....	117
<b>Figura 7</b> – A Comunicação Interna Formal e Informal e os fluxos da Informação Orgânica Formal e Informal.....	119
<b>Figura 8</b> – A Comunicação Interna Formal e Informal e os fluxos da Informação Orgânica Formal e Informal com a inclusão das TDIC's .....	123
<b>Figura 9</b> – Fluxograma da Comunicação Interna na perspectiva da informação orgânica digital espontânea .....	223



## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> -- Diferenças entre os elementos formais e informais da comunicação da informação - Fonte Le Coadic (2004, p. 35) .....	88
<b>Quadro 2</b> – Diferenças entre os elementos formais, informais e espontâneos da comunicação da informação .....	127
<b>Quadro 3</b> – Elementos que compõe a comunicação da informação e os tipos de informação em contexto de comunicação interna. ....	129
<b>Quadro 4</b> – Conteúdos detetados no estudo de Dimicco et.al. (2008), classificados pelos objetivos dos utilizadores .....	133
<b>Quadro 5</b> – Legendas relativas a Figura 9 .....	222



## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Faixa etária da totalidade dos participantes da pesquisa .....	147
<b>Gráfico 2</b> – Faixa etária por organização participante.....	148
<b>Gráfico 3</b> – Género da totalidade dos participantes da pesquisa.....	149
<b>Gráfico 4</b> – Género por organização participante da pesquisa .....	149
<b>Gráfico 5</b> – Área de formação académica da totalidade dos participantes da pesquisa.....	151
<b>Gráfico 6</b> – Tipo de dispositivo eletrónico ou digital pessoal que possui pela totalidade dos participantes da pesquisa .....	155
<b>Gráfico 7</b> – Tipo de dispositivo eletrónico ou digital pessoal detido pelos participantes da pesquisa por organização .....	156
<b>Gráfico 8</b> – Local de utilização habitual dos dispositivos digitais pessoais pela totalidade dos participantes da pesquisa .....	158
<b>Gráfico 9</b> – Frequência de utilização dos serviços ou aplicações digitais pela totalidade dos participantes da pesquisa .....	161
<b>Gráfico 10</b> – Tipo de dispositivo digital utilizado pela totalidade dos participantes da pesquisa para o exercício profissional .....	165
<b>Gráfico 11</b> – Tipo de dispositivo digital utilizado pelos participantes da pesquisa para o exercício profissional por organização .....	166
<b>Gráfico 12</b> – Tipo de dispositivo digital utilizado para efetuar trocas/partilhas de conteúdos por tipo de aplicativo pela totalidade dos participantes da pesquisa.....	168
<b>Gráfico 13</b> – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados pela totalidades dos participantes nas trocas/partilhas de informações com os seus colegas de trabalho .....	172

- Gráfico 14** – Efetua troca de informações através de redes sociais com colegas de trabalho resultados totalidade de participantes da pesquisa..... 175
- Gráfico 15** – Efetua troca de informações através de redes sociais com colegas de trabalho resultados por organização participante da pesquisa ..... 176
- Gráfico 16** – Indicação da rede social utilizada para efetuar troca de informações com colegas de trabalho ..... 177
- Gráfico 17** – Vantagens ou desvantagens do uso dos dispositivos digitais no ambiente de trabalho segundo a totalidade dos participantes da pesquisa..... 178
- Gráfico 18** – Quais os ambientes usados para trocas/partilhas de informação com os colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa ..... 184
- Gráfico 19** – Quais os ambientes usados para trocas/partilhas com colegas de trabalho por organização participante da pesquisa..... 185
- Gráfico 20** – Efetua troca de informações fora do horário de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa ..... 185
- Gráfico 21** – Efetua troca de informações fora do horário de trabalho por organização participante da pesquisa..... 186
- Gráfico 22** – Que tipo de informação sobre si troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa ..... 188
- Gráfico 23** – Que tipo de informação em vídeo ou imagem troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa ..... 191
- Gráfico 24** – Que tipo de informação sobre pessoas ou situações de trabalho troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa..... 194



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Área de Formação académica dos participantes da pesquisa por organização.....	153
<b>Tabela 2</b> – Local de utilização habitual dos dispositivos digitais pessoais por organização.....	160
<b>Tabela 3</b> – Frequência de utilização dos serviços ou aplicações digitais por organização participante da pesquisa .....	162
<b>Tabela 4</b> – Quais os dispositivos digitais por tipo de aplicativo são utilizados para efetuar trocas/partilhas de conteúdos com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa .....	169
<b>Tabela 5</b> – Quais os dispositivos digitais, por tipo de aplicativo, são utilizados para efetuar trocas/partilhas de conteúdos pelos participantes da pesquisa por empresa participante.....	170
<b>Tabela 6</b> – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados para efetuar troca de informações com colegas de trabalho – totalidade dos participantes da pesquisa.....	171
<b>Tabela 7</b> – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados para efetuar troca de informações com colegas de trabalho por organização participante..	173
<b>Tabela 8</b> – Vantagens ou desvantagens de uso dos dispositivos digitais no ambiente de trabalho por participante .....	179
<b>Tabela 9</b> – Que tipo de informação sobre si troca com colegas de trabalho – por organização participante da pesquisa .....	189
<b>Tabela 10</b> – Que tipo de informação em vídeo ou imagem troca com colegas de trabalho por organização participante da pesquisa.....	192
<b>Tabela 11</b> – Que tipo de informação sobre pessoas ou situações de trabalho troca com colegas de trabalho – por organização participante da pesquisa .....	195



## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

As duas primeiras décadas do Século XXI têm sido palco de significativas, irreversíveis e algo dramáticas alterações nas rotinas diárias dos indivíduos, tanto nas suas atividades profissionais como nas pessoais, nas universidades e na investigação, em consequência da inclusão, cada vez mais maciça, dos vários tipos de aplicações e *gadgets* resultantes do desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação ou, mais precisamente, como enfatiza Terra (2011, p. 161), das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação – as chamadas TDIC's. Assim, visto dos constantes aperfeiçoamentos e adaptações destas tecnologias, novas formas de utilização e aplicação têm sido, constantemente e com uma regularidade sem precedentes, acrescidas aos hábitos diários do indivíduo, cidadão, investigador e profissional. Um exemplo representativo deste desenvolvimento e das consequentes mudanças de hábitos que introduziu, é o telemóvel. Com efeito, durante anos, este instrumento apenas foi utilizado como meio para efetuar ligações telefónicas em mobilidade. Todavia, hoje, esse mesmo instrumento, devido à tecnologia digital cada vez mais convergente, é capaz de enviar mensagens de texto, obter, arquivar e enviar fotografias e vídeos, acompanhar os noticiários, receber e enviar *mensagens de correio eletrónico*, realizar videoconferências, sincronizar dados com outros aparelhos pessoais ou de terceiros, obter coordenadas de referência geográfica, comprar e vender, gerir negócios, entre outros. A lista é finita mas sempre mais extensa a cada dia que passa.

Tem-se assistido este modo, ao crescente protagonismo das TDIC's e, por conseguinte, dos equipamentos onde se inserem os chamados dispositivos digitais que vieram não só influenciar e modificar a rotina pessoal, social e profissional, propiciando uma maior facilidade de conexão entre os indivíduos,

---

<sup>1</sup>Este trabalho encontra-se redigido conforme o Acordo Ortográfico de 1990 em grafia de Portugal, com exceção das citações diretas onde foi mantida a redação original efetuada pelos autores citados oriundos de Portugal ou do Brasil. Optou-se, nestes casos, por não indicar a incorreção ortográfica com a indicação (sic) com o intuito de facilitar a leitura, exceção efetuada em citações oriundas de dicionários. Destaca-se também que os termos relacionados às Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação foram designados a partir do uso em Portugal.

entre as empresas, e entre as empresas e os seus públicos e/ou *stakeholders*, mas, acima de tudo, disponibilizar a informação a todos aqueles que têm acesso a um destes mecanismos tecnológicos. Fora tudo isso, o uso das TDIC's possibilita uma comunicação autónoma, instantânea e imediata que, independentemente de distâncias geográficas, concede uma aparente aproximação que desencadeia novas formas de relacionamento. Pode dizer-se, então, que estas características das TDIC's (convergência, instantaneidade, velocidade, autonomia) causaram mudanças no campo social, pessoal e profissional, uma vez que a sua inclusão propiciou, entre outras transformações, a criação de novos segmentos profissionais, a alteração de rotinas de trabalho e sobretudo mudanças nas estruturas e procedimentos organizacionais. Contudo, as influências geradas pela inserção das TDICs no quotidiano dos indivíduos não se esgotam nestes exemplos.

Com efeito, várias outras formas e possibilidades de utilização têm sido detetadas, abordadas, pesquisadas, estudadas e apresentadas nos mais diversos campos do saber. As análises e a divulgação dessas utilizações têm sido feitas tanto através de notícias difundidas pelos *mass media* como pelos novos tipos de veículos comunicacionais, eles próprios produtos (e produtores) do desenvolvimento dessas mesmas tecnologias. Os estudiosos e teóricos<sup>2</sup> das áreas de tecnologia, informação, comunicação e administração (entre outros) são igualmente protagonistas dessa análise e divulgação, para referir apenas alguns exemplos. Contudo, o permanente devir e rapidez das mudanças e a conseqüente proliferação de aplicações possíveis geram um manancial de dados e hipóteses suscetíveis de ser investigadas e documentadas em novos projetos académicos. O senso comum tenderia a confirmar que este novo ambiente comunicacional possibilita várias formas e meios de transmissão de informação e de comunicação pessoal, social, cultural, académica, comercial ou institucional, mas, por si só, o senso comum não é passível de conferir um cunho científico a estas considerações.

---

<sup>2</sup>Vide entre outros: CHOO [et al.] - Working with information: information management and culture in a professional services organization, PRIMO - Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional, PRIMO; SMANIOTTO - Comunidades de blogs e espaços conversacionais, RABOIS - How Facebook, MySpace and YouTube Killed eBay, RECUERO - Memes e Dinâmicas Sociais em Weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na internet, REGO - Comunicação pessoal e organizacional : teoria e prática. , SHERWIN;AVILA - Connecting online: creating a successful image on the Internet .

É nesse contexto que alguns aspetos da utilização das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação relacionados com as Relações Públicas e, mais diretamente com a Comunicação Organizacional<sup>3</sup>, suscitaram o interesse da investigadora devido à sua atuação profissional e académica. Deste modo, trabalhando no campo das Relações Públicas ao longo dos anos deteve-se com maior ênfase nos aspetos relacionados aos colaboradores/funcionários então denominados genericamente de público interno, hoje classificados de maneira mais coerente como público essencial de sustentação primário<sup>4</sup>. Com o intuito de perceber como as TDIC's têm afetado os hábitos deste segmento de público procurou-se conhecer e analisar o estado da arte e os trabalhos publicados sobre o tema. A partir de uma primeira revisão da bibliografia da área, constatou-se que alguns dos aspetos relacionados com a troca de informações entre os membros do público essencial de sustentação primário, através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, não tinham sido ainda abordados. Reside aqui a génese da definição do campo de investigação deste trabalho: a troca de informação entre os integrantes das organizações, neste novo contexto organizacional, modificado pela inserção das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação.

Ao serem ampliadas as pesquisas às publicações académicas, verifica-se que vários autores já apresentaram, através de estudos, as suas visões sobre a utilização das TDIC's tendo dado geralmente mais relevo às suas utilizações e o aproveitamento dos aspetos relacionados com as áreas mercadológicas, institucionais e de recursos humanos. Todavia, poucos foram os estudos encontrados que abordassem pontos relacionados com o fluxo e o tipo de informação que os elementos de uma organização fazem circular de maneira espontânea, através de ações de comunicação informal, ou seja, não planeada pelas organizações, através dos meios tecnológicos digitais de informação e comunicação. As exceções ocorrem em trabalhos como os de Roman (2005), de

---

<sup>3</sup>Para melhores esclarecimentos sobre amplitudes, semelhanças e/ou diferenças entre Relações Públicas e Comunicação Organizacional indicamos a leitura da publicação ORGANICOM - ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. 2009. ISBN/ISSN 1807-1236 salienta-se que no Capítulo Um deste trabalho será efetuada a apresentação dos referidos conceitos e abrangência de cada uma das áreas. Contudo destaca-se que se utilizará as duas em vários momentos simultaneamente tendo em vista que a bibliografia utilizada provém de ambas e acredita-se que este trabalho interessa a ambas.

<sup>4</sup>O conceito apresentado por França (2003) será abordado mais especificamente no Capítulo Um deste trabalho.

Garret e Denziger (2008) e de Zhao e Rosson (2009). Persistem contudo várias questões por responder, uma vez que muitos dos aspetos relacionados com a utilização das TDIC's não foram detetados nem analisados, pelo que urge desenvolver um trabalho neste campo de estudo

O interesse desta pesquisa foi sendo construído a partir da identificação de um contexto onde se identificaram os hábitos, as rotinas e as mudanças das atividades relacionadas com as áreas das Relações Públicas e com a Comunicação Organizacional, as TDIC's e as trocas informacionais. O ponto de partida foi mais especificamente conhecer e entender se e como ocorreu a migração para as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, não das anteriormente chamadas “conversas de corredor”, popularmente também denominadas de “rádio peão” no Brasil, ou “rádio corredor” em Portugal, mas sim das conversas e trocas relacionadas com o âmbito organizacional, que surgem de maneira espontânea, sem planeamento, através de canais diferenciados, sem tutela ou controlo organizacional. O interesse desta investigadora não se prende com a análise de todo o tipo de troca informacional ou com o controlo de ruídos ou boatos, mas sim com a verificação de se existe migração das trocas informacionais especificamente relacionadas com conteúdos inerentes ao exercício profissional para as TDIC's. Contudo salienta-se que ao longo deste estudo alguns aspetos relacionados aqueles tópicos – ruído, informação informal – serão citados por fazerem parte do contexto investigado.

Contudo, com a delimitação do tema de estudo, verificou-se que uma outra questão relacionada com o estado da arte das Relações Públicas e mais especificamente da Comunicação Organizacional se encontrava em aberto: o que vem a ser Informação para estes campos do saber? A análise da bibliografia permitiu apurar que, apesar de se estar num momento em que muito se fala de e sobre informação, não foi encontrada uma definição uniforme ou consensual para o conceito de informação. Neste sentido destaca-se o trabalho de Simões (2006) que enfatiza a utilização frequente em Relações Públicas dos termos “informação”, “dados” ou simplesmente “subsídios”. Além de serem estabelecidos guiões e roteiros (KUNSCH, 2003, SOUSA, 2004) a serem seguidos para recolher a tão relevante “informação”, constatou-se ainda que um outro aspeto teórico

necessitava de ser clarificado muito antes da realização da análise dos hábitos e rotinas dos colaboradores relativamente às suas trocas informacionais. Assim, uma questão interessante seria de saber o que é informação num ambiente organizacional. Com o intuito de obter uma resposta consistente a esta questão foi efetuada a exploração do estado da arte na área da Ciência da Informação.

Com estes dois eixos norteadores - Comunicação Organizacional e Ciência da Informação – este estudo começou a tomar forma. Todavia, apesar de delimitado o campo de estudo à troca espontânea de informações relacionadas com o exercício profissional via TDIC's em processos informais de comunicação entre os membros do público essencial de sustentação primário das organizações, vários ângulos ainda necessitavam de ser estabelecidos e restringidos. O primeiro dizia respeito à verificação da existência ou não de uma definição que contemplasse a informação trocada, livremente, entre os integrantes do público essencial de sustentação primário no decurso do seu exercício profissional com a ajuda das TDIC's. Constatou-se que, apesar de existir o conceito de Informação Orgânica<sup>5</sup>, não foi identificado no estado da arte da área nenhuma definição ou conceito que abrangesse especificamente o tipo de informação orgânica que se procurava conhecer através da análise dos hábitos de trocas. Assim, optou-se por se desenvolver um novo conceito que melhor especificasse este tipo de informação, que será denominado de **Informação orgânica digital espontânea**, conceito a ser demonstrado nesta tese.

Com base nas constatações acima descritas, a pesquisa passou a ter o seu foco em dois campos específicos: a Comunicação Organizacional e a Informação Orgânica. Estes dois são os campos académicos norteadores que foram estudados, tratados e considerados, à luz das TDIC's que com estes diretamente se relacionam. Como consequência, a Comunicação Organizacional e a Informação Orgânica moldaram a conceção e a delimitação do estudo. Para uma melhor compreensão deste fenómeno e da sua evolução importa conhecer a metodologia que o orientou e que explicita o caminho percorrido até à obtenção dos resultados apresentados, ponto a tratar na próxima secção. -

---

<sup>5</sup>As características e o conceito de Informação Orgânica são apresentados de maneira mais detalhada no Capítulo Um deste trabalho.

## I. Ponto de partida

Como disposto anteriormente, é a partir dos dois grandes temas condutores – a Comunicação Organizacional e a Informação Orgânica – que se circunscreve esta investigação, numa visão operacional mais restrita, permitindo que a delimitação do objeto a ser estudado seja **a troca de informações orgânicas digitais espontâneas**. Para que o necessário mapeamento e delimitação das fronteiras epistemológicas do objeto de estudo se concretizassem, foi utilizado um Modelo de pesquisa capaz de monitorizar e acompanhar o desenvolvimento de um projeto de investigação na área das Ciências Sociais Aplicadas. O método escolhido foi, portanto, o Método Quadripolar<sup>6</sup>.

A opção de trabalhar com o Método Quadripolar foi determinada tendo em conta que o mesmo é, conforme estabelecem seus defensores (DE BRUYNE *et al.*, 1974, MARTINS *et al.*, 2007, SILVA *et al.*, 2009) o mais apropriado para ser utilizado pelas Ciências Sociais Aplicadas. Isto porque não é executado de uma maneira linear e imutável, não segue etapas rígidas e sequenciais, mas antes desenvolve-se a partir de um processo de constante interação entre o investigador e o método. Ao investigador é proposta a possibilidade de visitas sistemáticas a cada um dos quatro Pólos que compõem o método quadripolar num potencial percurso de idas e vindas que lhe permitem reformular questões, análises e interpretações.

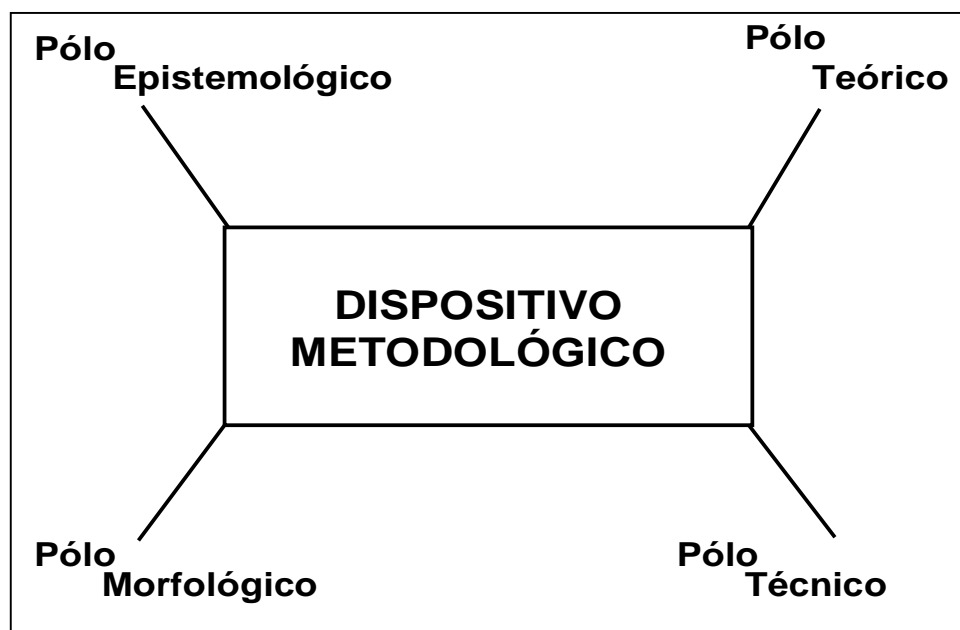
Para compreender melhor os aspetos que envolvem o Método Quadripolar, esclarece-se que o mesmo foi estabelecido por Paul de Bruyne e seus colaboradores Herman e Schoutheete (1974) e tem vindo a ser adotado e defendido por vários autores, entre os quais Silva e Ribeiro (2009), em Portugal, e Martins e Theóphilo (2007), no Brasil.

---

<sup>6</sup>Nasceu como resposta alternativa ao positivismo e à dicotomia redutora entre “quantitativo” e “qualitativo”. Proposto em 1974 por Paul De Bruyne e outros autores para ser o instrumento operativo de uma dinâmica de investigação instauradora de novo PARADIGMA nas Ciências Humanas e Sociais, com destaque para a interdisciplina das Ciências da Educação vide <http://www.ccje.ufes.br/dci/deltci/def.asp?cod=56> para mais completa informação.



A seguir, é apresentada a representação gráfica do Método Quadripolar – **Figura 1** – baseada na concepção de Silva e Ribeiro (2009). São ainda apresentadas considerações sobre a composição, a ocorrência e o desenvolvimento de cada um dos quatro (04) pólos que compõe o método, em termos conceituais e em termos práticos, relacionando-os com este trabalho.



**Figura 1** – Modelo do Método Quadripolar, Fonte: Silva e Ribeiro (2009, p. s/p)

Como pode ser verificado na **Figura 1**, os quatro (04) Pólos que compõem o Método Quadripolar de pesquisa estão localizados nas quatro extremidades de um retângulo, e recebem as denominações de Pólo Epistemológico, Pólo Teórico, Pólo Morfológico e Pólo Técnico. Segundo os autores que defendem o uso deste método para as pesquisas de Ciências Sociais Aplicadas, o trabalho deverá ser iniciado no Pólo Epistemológico. É a partir deste primeiro Pólo que desponta a ideia, que surge o interesse em executar um determinado trabalho de pesquisa. Ao mesmo tempo, o Pólo Epistemológico serve de balizador e controlador do funcionamento das tarefas que compõem o estudo, pois é neste Pólo que ocorre a vigilância crítica do desenvolvimento e da execução da pesquisa, além de ser aqui caracterizado o perfil paradigmático do pesquisador.

No caso específico deste estudo, o Pólo Epistemológico foi estabelecido a partir de fatores relacionados com a formação acadêmica da investigadora, uma vez que a mesma perpassa os campos das Relações Públicas, da Publicidade e Propaganda, do Jornalismo e da Administração, e é reforçada pelas suas experiências, tanto na área acadêmica enquanto docente, como através da atuação em atividades de Assessoria e Consultoria em Comunicação Organizacional. A partir destas condicionantes, foram aprimorados os parâmetros que resultaram nos questionamentos que conduziram a este projeto de investigação<sup>7</sup> e que originaram o tema deste estudo, mas que também indicaram as carências que deveriam ser devidamente supridas, pesquisadas e reforçadas junto ao Pólo Teórico, mais precisamente no que concerne às áreas de Informação Orgânica e de Comunicação Organizacional. Mas, se por um lado essas condicionantes foram responsáveis pelo desejo de defender um novo conceito e a escolha dos caminhos que deveriam ser seguidos, por outro lado também serviram para ordenar e dirigir o desenvolvimento de todo o trabalho, possibilitando o seu progresso sem grandes sobressaltos ou desvios desnecessários.

Na procura de estabelecer um foco específico a ser trabalhado, foi iniciada a incursão pelo segundo pólo do método em utilização - o Pólo Teórico. É neste Pólo que o tema é estabelecido, é também nele que se deteta a amplitude que o mesmo pode atingir e a possibilidade dos rumos que o estudo pode seguir. Assim, neste Pólo foram analisados e explorados inicialmente trabalhos de autores oriundos das áreas da Comunicação Organizacional e da Ciência da Informação, mais especificamente aqueles relacionados com a Informação Orgânica e com as Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação. Deste modo, ao levar-se a cabo a primeira revisão teórica, foram verificados os objetos e campos de estudo e pesquisa a serem trabalhados, o que permitiu um aprimoramento do conhecimento já existente e, de igual modo, a verificação de inexistências<sup>8</sup> conceituais relacionadas com o tema de interesse da investigadora. Entre os autores consultados durante a fase inicial dos estudos, incluem-se Roman (2005),

---

<sup>7</sup> Os questionamentos que conduziram ao projeto de investigação desta tese de doutoramento são especificados no Capítulo Dois.

<sup>8</sup> Mais completas reflexões sobre estas inexistências são apresentadas no Capítulo Dois.

já anteriormente citado, Anderson (2006), Gurak e et al. (2004), Robichaud, Giroux e Taylor (2004), Van Every e Taylor (1998), Primo (2003), Cahen (1990) Primo e Recuero (2009), Heath e et al. (2006), Wei (2004), Le Coadic (2004), Corrêa (2005), Haddon (2004) Choo e et al. (2006), Wilson (2008), Moura e Scroferneker (2008), Silva (2006), e Silva e Ribeiro (2009). A leitura dos trabalhos destes autores auxiliou na obtenção de algumas respostas às indagações anteriormente existentes, bem como contribuíram para a delimitação do campo de estudo, permitindo estabelecer o refinamento dos objetivos deste trabalho.

Até o presente momento já foram apresentados os elementos que constituem os Pólos Epistemológico e Teórico. Cabe aqui apresentar os componentes do Pólo Técnico, Pólo onde, segundo Silva e Ribeiro (2009, p. 294), “o investigador toma contacto, por via instrumental, com a realidade objectivada”. Segundo Lessard-Hébert, Goyette e Boutin (2008, p. 141) o Pólo Técnico propõe “uma articulação entre o «mundo empírico» e o «mundo teórico»” e para que isso aconteça são estabelecidos o “modo de pesquisa” e as “técnicas de recolha dos dados” e através das respostas validar as posições e conceitos defendidos pela investigadora.

Desta forma, o Pólo Técnico tem, neste estudo, a função de propiciar respostas que possibilitem o entendimento de como ocorrem as trocas informacionais e, principalmente, as trocas informacionais orgânicas digitais espontâneas, as que surgem no ambiente organizacional sem a tutela da própria organização em contextos digitais.

Julga-se ser fundamental para quem atua nas áreas da Comunicação Organizacional/Relações Públicas ter o conhecimento e a compreensão deste novo fluxo info-comunicacional, das suas características e das formas que assume. Com o intuito de propiciar este maior conhecimento, tornou-se necessária uma exploração mais aprofundada, o que possibilitou maiores esclarecimentos de sobre como ocorrem e se manifestam os fluxos info-comunicacionais. Sabe-se que, anteriormente, estas trocas se davam basicamente através do contato face-a-face e eram, em geral, acompanhadas de opiniões pessoais e/ou comentários (as já anteriormente referidas conversas/interações “rádio peão” ou “rádio corredor”).

Ao tomar-se conhecimento da maneira como tem ocorrido a migração destas conversas/interações do corredor para as TDIC's, via meios de comunicação não planejados e não implementados pela organização pode-se vir a verificar padrões de comportamento e conseqüentemente desenhar um Modelo e assim constituir o quarto pólo – o Pólo Morfológico. Pois, conforme salientam De Bruyne, Herman e Schoutheete (1974) é neste pólo que a tese é defendida e/ou são efetuadas as propostas ou estabelecidas a distribuição espacial dos resultados encontrados.

Destaca-se que o Modelo elaborado no Pólo Morfológico facilitará ao profissional da Comunicação Organizacional/Relações Públicas implementar ações que permitam minimizar antecipadamente as possíveis interferências, positivas ou negativas, que venham a decorrer dessas trocas. Da mesma forma, o conhecimento deste Modelo e naturalmente do comportamento em relação ao uso de outros suportes, que não os oferecidos pela organização, permitirá aos Gestores da Informação tomar medidas corretivas que possam ser incorporadas na cultura organizacional de empresa/instituição e originar boas-práticas institucionais.

Circunscrevem-se, por um lado, os pontos que norteiam e delimitam o tema e, conseqüentemente, as questões de pesquisa e os objetivos da mesma. Além disso, demonstram, através da incursão pelos estudos da Ciência da Informação, a carência e o distanciamento, em termos teóricos, por parte do estado da arte da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, dos conceitos relacionados com aquela, principalmente no que se refere a conceitualização de Informação e de Informação Orgânica. Distanciamento, este, que se procura minimizar com este trabalho, onde é defendido um maior conhecimento e uma maior aproximação dos planejadores/gestor da Comunicação Organizacional aos aspetos relacionados com a referida conceitualização de Informação e, mais especificamente, com a conceitualização de Informação Orgânica.

## II. Delimitação do Tema

Existe, como já foi apresentado anteriormente, um distanciamento teórico entre a Comunicação Organizacional/Relações Públicas e a Informação Orgânica apesar de ambas coexistirem e constantemente juntas caminharem dentro das organizações. Por existir este afastamento, surge a necessidade do planeador/gestor da comunicação conhecer mais a fundo os aspetos e as suas tipologias relacionadas com a informação orgânica que circula entre os integrantes do público essencial de sustentação primário de forma não planeada, ou seja, de maneira espontânea, através das TDIC's.

Entende-se que essa necessidade existe, uma vez que, ao conhecer esses fatores, o planeador poderá utilizar as mesmas ferramentas tecnológicas, ou outras, para fazer chegar ao público essencial de sustentação primário as mensagens e os interesses das organizações, potenciando a estratégia e objetivos da organização através dessa troca de informações de maneira espontânea.

Nesse sentido, defende-se a pertinência do conceito de **Informação orgânica digital espontânea**, uma vez que o uso das TDIC's, possibilita novas formas de comunicação informal entre os integrantes das organizações aos quais, enquanto sujeitos emissores da informação orgânica é dado o ónus da escolha da tecnologia a utilizar, ou seja, de agir espontaneamente. Estes aspetos e conceitos serão aprofundados e defendidos ao longo deste trabalho.

Assim, foram estabelecidas algumas posições a serem defendidas, bem como as questões de pesquisa abaixo indicadas, que permitirão detetar, na prática, se os posicionamentos estabelecidos pela investigadora se encontram devidamente sustentados.

- 1) **Quais as aplicações utilizadas para a transmissão da Informação orgânica digital espontânea?**
- 2) **Quais os dispositivos digitais utilizados para a transmissão da Informação orgânica digital espontânea?**

- 3) **É possível verificar fluxos regulares e significativos de trocas de Informação orgânica digital espontânea que permitam esta classificação?**
- 4) **Existe um Modelo único de transmissão de Informação orgânica digital espontânea independente das características das organizações e dos seus integrantes, o que permite o estabelecimento de um novo Modelo do processo info-comunicacional?**

Estas questões surgem tendo como asserção que as TDIC's propiciaram modificações nos mais diversos tipos de relações, permitindo uma maior gama de canais de comunicação, de possibilidades de troca de informação e possibilitando ainda que as relações, por vezes distantes geograficamente, sejam alimentadas pelas trocas *online* de informações. É assim estabelecido um cenário que permite constituir duas grandes premissas<sup>9</sup> listadas a seguir:

- 1) **Os contactos e as relações interpessoais informais entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações, que antes ocorriam face-a-face, migraram<sup>10</sup> para as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação.**
- 2) **O fluxo info-comunicacional orgânico digital espontâneo que ocorre entre integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações segue um mesmo padrão nas organizações pesquisadas possibilitando a identificação de um Modelo único, independente das características organizacionais.**

---

<sup>9</sup> Nome feminino

1. Antecedente lógico de uma conclusão

2. Conjunto de proposições que constituem os princípios fundamentais de um estudo - Fonte: Infopédia - Enciclopedia e Dicionários - <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/premissa?homografia=2>

<sup>10</sup> Salienta-se que o termo migrar não está sendo aqui entendido como um deslocamento total mas sim que tenha ocorrido certo deslocamento para o ambiente digital das anteriores relações ocorrida face-a-face.

A partir destes delimitadores – o tema, as questões e as premissas - foram traçados os objetivos do estudo, completando assim os aspetos norteadores do Pólo Epistemológico.

Cabe aqui, antes de apresentar os objetivos deste trabalho, destacar que apesar de este estudo estar mais diretamente relacionado com os campos da Comunicação Organizacional/Relações Públicas e da Ciência da Informação, o conhecimento destas constatações poderão também ser relevantes para outras áreas. Toma-se como exemplo a área de Sistemas de Informação, como um todo, e, mais especificamente, dentro desta, a área responsável pela captura, recolha, organização e preservação da Informação Orgânica. Isto porque, ao ser verificada e comprovada a existência destes novos caminhos de circulação de informações orgânicas outras possibilidades de investigação se farão presentes, demonstrando que esta é um pequeno ponto de partida para um grande tema ainda a ser explorado, não só pela área de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, mas por todas as áreas envolvidas no processo info-comunicacional que ocorre nas e com as organizações e que com ele se relacionam.

### **III.Objetivos**

Em vista das características deste estudo, os objetivos foram estruturados num objetivo geral e em objetivos específicos, que a seguir se apresentam.

De carácter abrangente este objetivo serve de condutor das ações e das atividades a serem desenvolvidas nesta investigação se caracterizando pelo seguinte enunciado.

- **Conhecer o processo info-comunicacional digital espontâneo que ocorre entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações.**

Reforça-se que para alcançar este objetivo procurou-se num primeiro

momento investigar os vários conceitos necessários para a válida sustentação científica do Pólo Teórico. Neste levantamento foi detetado que determinadas concepções e pontos não se encontravam satisfatoriamente identificados, motivo pelo qual no Capítulo Dois será apresentado e defendido o que se entende por um conceito capaz de abranger este tipo de informação orgânica trocada em processo de comunicação informal através das TDIC's.

Por sua vez, para o estabelecimento dos objetivos específicos – objetivos que propiciam as respostas às nossas questões – foram estabelecidas ações com vista à obtenção de resultados que através das amostras trabalhadas vieram permitir a validação do conceito defendido pela investigadora, bem como muni-la de subsídios para estabelecer um Modelo info-comunicacional que contemple as trocas de Informação orgânica digital espontânea. Para tornar mais rica essa pesquisa optou-se por verificar as premissas estabelecidas no âmbito de organizações de diferentes segmentos, dimensões e nacionalidade. Serão dadas maiores referências das características das mesmas no Capítulo Três.

No sentido de responder às questões de investigação anteriormente estabelecidas, bem como validar o conceito de **Informação orgânica digital espontânea**, o presente trabalho tem os seguintes tópicos como objetivos específicos:

- 1) **Confirmar a ocorrência de trocas de informação orgânica entre os integrantes do público essencial de sustentação primário através de meios diferenciados da comunicação formal;**
- 2) **Identificar e classificar a temática da informação orgânica que circula, através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, de maneira espontânea entre integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações;**
- 3) **Identificar quais as aplicações e serviços utilizados pelos integrantes do público essencial de sustentação primário para efetuar trocas de informação orgânica digital espontânea;**



- 4) **Identificar quais os dispositivos digitais utilizados por integrantes do público essencial de sustentação primário, das organizações pesquisadas, para a transmissão de informações orgânicas digitais espontâneas;**
- 5) **Efetuar a análise comparativa entre os principais temas que são abordados na informação orgânica digital espontânea analisada procurando aferir se existem semelhanças ou diferenças entre eles a partir das características organizacionais e/ou país de origem;**
- 6) **Construir uma proposta de Modelo info-comunicacional que contemple a troca da Informação orgânica digital espontânea e que possa servir de parâmetro para compreender, utilizar ou minimizar este fluxo espontâneo através de ações planeadas.**

Estão, assim, apresentados os principais parâmetros do Pólo Epistemológico. Contudo, no decurso deste trabalho, outros componentes deste Pólo serão expostos, implícita ou explicitamente.

#### **IV.Estrutura do documento**

Conforme estabelecido nos pontos prévios, esta pesquisa tem como parâmetro metodológico o Método Quadripolar. Deste modo, e por se encontrar alicerçado nos seus Quatro Pólos, apresenta-se de seguida a estrutura deste trabalho.

O Pólo Epistemológico, o primeiro dos quatro, encontra-se caracterizado nos aspetos explicitados nesta Introdução sendo alvo de aprofundada caracterização no Capítulo Dois. Por sua vez o Pólo Teórico, também já aqui referido de modo breve e metaforicamente explicitado, é igualmente desenvolvido nos Capítulos Um e Dois.

Deve ressaltar-se, embora a partida seja claro para quem está familiarizado

com o Método Quadripolar, que esta divisão e identificação de cada um dos polos com as etapas e capítulos apresentados neste trabalho, tem como único propósito auxiliar a compreensão da concepção do método. Isto porque os polos estabelecidos no método não são estáticos nem incomunicáveis entre si.

Salienta-se que o Capítulo Dois tem como finalidade apresentar a relação existente entre os conceitos enumerados no Capítulo Um, os posicionamentos da investigadora e os argumentos que justificam a introdução de um novo conceito, uma vez que ao longo da análise dos referenciais teóricos não se detetaram parâmetros conceituais que caracterizassem de maneira satisfatória o referido tipo de informação orgânica aqui estudado.

Retomando-se a apresentação da estrutura deste trabalho, salienta-se que o terceiro Pólo, o Pólo Técnico, é representado pelo Capítulo Três, onde se encontram explicitadas as técnicas de pesquisa utilizadas, bem como as características das organizações que participaram no estudo, assim como os resultados obtidos em cada uma das questões da pesquisa prática.

O Pólo Morfológico, quarto Pólo componente do Método Quadripolar, por sua vez, é referenciado no Capítulo Quatro, onde são efetuados os cruzamentos dos resultados obtidos na pesquisa prática com as premissas, questões e objetivos de pesquisa, permitindo a justificação e apresentação da proposta do Modelo da Comunicação Interna na perspectiva da informação orgânica digital espontânea para o público essencial de sustentação primário. A seguir a este capítulo são apresentadas as Considerações Finais.

Com as Referências Bibliográficas e os Anexos este documento é finalizado.

## **CAPITULO UM**

### **A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A INFORMAÇÃO ORGÂNICA EM TEMPOS DE TECNOLOGIAS DIGITAIS**

Tomando em consideração as questões estabelecidas a partir do Pólo Epistemológico e apresentadas na Introdução deste trabalho, esta secção dedica-se a expor, com maior desenvolvimento, os elementos que orientaram o Pólo Teórico, ou seja, o estado da arte, as principais leituras e os conceitos que fundamentaram as questões, os problemas e os objetivos já citados.

Para uma melhor compreensão das áreas envolvidas e dos conceitos utilizados, optou-se por dividir este capítulo em três subitens:

- O primeiro apresenta aspetos relacionados com a Comunicação Organizacional,
- O segundo expõe os conceitos relacionados com a Ciência da Informação e a Informação Orgânica e
- O terceiro exhibe os estudos que relacionam a comunicação em media digitais interpessoais em contextos organizacionais.

Passa-se, a seguir, a discorrer sobre cada um dos temas.

#### **1.1.Comunicação Organizacional**

Os estudos de Comunicação Organizacional/Relações Públicas encontram-se num momento de consolidação teórica bastante significativo. Vários grupos de pesquisa e de trabalho, espalhados pelo globo, têm atuado, por vezes de forma independente, por vezes em conjunto, na procura de estabelecer novas teorias e de modificar paradigmas.

Não se tem a pretensão de aqui se apresentar uma retrospectiva completa sobre as referidas pesquisas e os seus percursos paradigmáticos, aspetos que

orientaram o desenvolvimento dos estudos no campo<sup>11</sup>, uma vez que não é este o objetivo deste trabalho. Pretende-se, sim, estabelecer a nossa compreensão sobre Comunicação Organizacional e apresentar o conceito condutor deste estudo.

Segundo Scroferneker (2008), o entendimento sobre Comunicação Organizacional está diretamente relacionado com as experiências, trajetórias e vivências, sejam elas individuais, ou coletivas, de cada sujeito. Aspeto este que permite compreender o porque das pesquisas relacionadas com a Comunicação Organizacional perpassarem vários campos de estudos, tais como o da comunicação, da administração, da psicologia, da sociologia, da antropologia, da retórica, da linguística e do discurso. (CASALI, 2005, D´ALMEIDA, 2010, KUNSCH, 2009a, REGO, 2007, SCROFERNEKER, 2006) Esta diversidade de áreas fica bem clara no estudo elaborado por Redding e Tompinks (1995) e revisto por Ruão (2004), onde é possível conhecer as origens dos estudos, o aperfeiçoamento dos conceitos e o desenvolvimento do campo teórico da Comunicação Organizacional.

Outra circunstância que incrementa o interesse de várias áreas pela Comunicação Organizacional é que, para além de ser “um campo de estudos”, conforme enfatiza Mattos (2008, p. 18-19), é também constituída de

(...) um conjunto de fenômenos empíricos, sendo o primeiro considerado subdisciplina ou subárea da comunicação e o segundo, práticas de comunicação complexas e variadas desenvolvidas no âmbito das organizações, sejam elas públicas ou privadas, e ainda do terceiro setor.(...).

Neste mesmo sentido, ainda segundo a autora (MATTOS, 2008, p. 22), a Comunicação Organizacional encontra-se, atualmente, caracterizada, “(...) como campo de multiperspectivas por abrigar teorias, métodos e domínios diversos de

---

<sup>11</sup>Para uma visão mais ampla sobre os paradigmas e estudos da Comunicação Organizacional sugerimos a leitura de : KUNSCH, M. M. K. - Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. - Comunicação Organizacional - Histórico, fundamentos e processos São Paulo: Saraiva, 2009. ISBN 978-85-02-08313-4 (v.1). p. 63-89. , SCROFERNEKER, C. M. A.- Trajetoórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional: Revista FAMECOS media, cultura e tecnologia Porto Alegre Faculdade de Comunicação Social, EDUPUCRS, 2006. ISBN/ISSN 1415-0549. SILVESTRIN, CELSI BRÔNSTRUP; GODOI, ELENA; RIBEIRO, ANELY - Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional Sygno y Pensamiento. ISSN 012-4823. Vol. XXVI, n.º 51 (2007), p.27-37.

pesquisa(...)”. Posição reforçada pelas declarações concedidas à Casali (2005) por James Taylor, onde o autor canadiano enfatiza que os estudos no âmbito da Comunicação Organizacional não devem ter, em termos internacionais, um Modelo único. Isto fica claro ao serem analisados os trabalhos desenvolvidos na área por teóricos oriundos dos Estados Unidos (FRANÇA *et al.*, 2008, REIS *et al.*, 2009), do Canadá (ROBICHAUD *et al.*, 2004, TAYLOR, 2008), de França (D’ALMEIDA, 2010), de Portugal (FERREIRA *et al.*, 1996, REGO, 2007) e do Brasil (KUNSCH, 2009a, REIS, 2009, SCROFERNEKER, 2006).

Um ponto relevante a ser apresentado, antes de se dar prosseguimento, é a forte relação existente entre a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas, conforme indicam Ferreira, Neves e Abreu (1996). Tal situação tem destaque principalmente no Brasil, país de origem da investigadora, em que estudos<sup>12</sup> demonstram, como explica Kunsch (2009d, p. 55), a existência de interconexões e de “interfaces entre os dois campos, tanto no âmbito acadêmico como na prática”, mas que ao mesmo tempo estabelecem diferenciações entre eles.

Ambas as áreas, conforme descreve Oliveira (2009, p. 61), por “se desenvolverem nas organizações” e terem como “essência da atividade” “fundamentos teóricos da Comunicação” podem parecer se justaporem. Mas não é isto o que ocorre, esclarece a autora, (OLIVEIRA, 2009, p. 60), já que o objeto de estudo da Comunicação Organizacional são “os atos de interação” que vêm a ocorrer no interior das organizações e na ligação destas com o ambiente que as cerca e considerar de maneira estratégica “a interação da organização com a sociedade, em vários níveis”, através de fluxos informacionais.

Por sua vez, as Relações Públicas têm como aptidão “conhecer e criar oportunidades de relacionamento” (OLIVEIRA, 2009, p. 61) entre a organização com grupos específicos, estando preocupada em construir e intensificar os relacionamentos “de acordo com as necessidades das organizações”. Com esta mesma vertente de pensamento, KUNSCH (2009d, p. 54) enfatiza que cabe às Relações Públicas cuidar “dos relacionamentos”. Ou seja, Relações Públicas

---

<sup>12</sup> KUNSCH - Comunicação Organizacional - Histórico, fundamentos e processos e KUNSCH - Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações.

tratam da “relação organização/público”, enquanto Comunicação Organizacional enfoca em seus estudos a relação da “comunicação/organização”, específica CASALI (2009, p. 66).

Desta forma, deixa-se claro que apesar de se estar ciente das diferenças existentes, tanto em termos práticos como em termos conceituais, entre ambos os campos, estarão aqui a ser utilizadas suas interseções e interfaces, e serão tratadas “como áreas homólogas, sem entender que sejam equivalentes” como ressalta Weber (2009, p. 73).

Considera-se relevante realçar esta colocação visto que ao longo deste trabalho estão a ser utilizadas bibliografias e conceitos oriundos das Relações Públicas, assim como da Comunicação Organizacional, por se entender que ambas as áreas se encontram relacionadas com o tema a ser trabalhado. As conclusões aqui estabelecidas servem de subsídio para outros estudos, para a atuação profissional em ambos os campos, ou mesmo para o campo da Ciência da Informação, aspeto que será tratado de forma mais aprofundada na Secção 1.2 deste Capítulo.

Voltando aos conceitos relacionados com a Comunicação Organizacional, Ruão (2004, p. 731) esclarece que “a sua emersão, enquanto disciplina diferenciada, é relativamente recente [acontecendo por volta de 1940, nos EUA] e enquadra-se no entendimento da época sobre a comunicação humana e, em particular, sobre o papel da comunicação nas organizações.” Contudo, prossegue a autora (RUÃO, 2004, p. 732), com a inclusão dos estudos relacionados com a Teoria dos Sistemas, passam as organizações a serem vistas como “sistemas onde interagem indivíduos” passando a disciplina “a revelar um objeto de estudo específico e consistente: o estudo da comunicação humana em contexto organizacional”.

A par destas várias questões que se relacionam com o estudo, a pesquisa e a prática da Comunicação Organizacional é eleita a conceituação, que se considera a mais abrangente e mais clara. Trata-se da posição defendida por Kunsch (2003, p. 149) que classifica o campo, em termos de objeto de pesquisa, como uma

(...) disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre as organizações e seus públicos.

Para complementar este conceito acrescenta-se a colocação de Casali (2009, p. 67) que especifica que a Comunicação Organizacional tem como “questão de fundo a compreensão de: como a comunicação possibilita aos indivíduos organizar a vida em sociedade; como as pessoas trabalham juntas; como são criadas, mantidas e transformadas as estruturas sociais em geral e as organizações em particular.” Prossegue a autora (CASALI, 2009, p. 67) salientando que Comunicação Organizacional é “um processo de construção de significados compartilhados que possibilita o desenvolvimento de atividades coordenadas para a realização de objetivos comuns a um determinado grupo social.” Com o objetivo de que ocorra esta construção de significados compartilhados os fluxos são compostos e tendem a aparecer de diferentes formas, como explicam Oliveira e Paula (2008, p. 102):

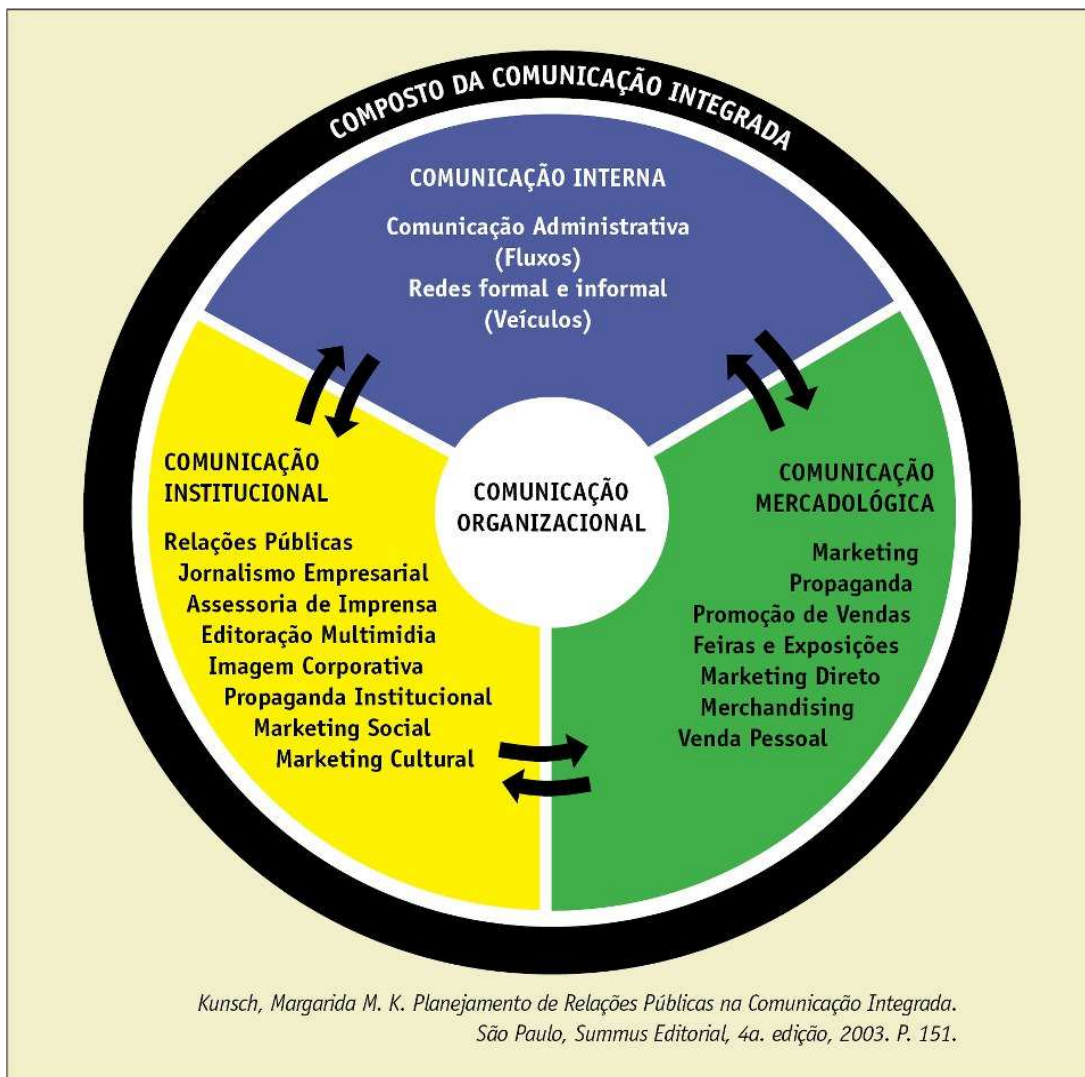
Os fluxos comunicacionais, informacionais e relacionais, das organizações materializam-se por práticas discursivas escritas, verbais ou visuais produzidas no próprio contexto organizacional e se constituem de forma espontânea ou planejada pela instância de produção, no caso as organizações.

Estes fluxos comunicacionais, informacionais e relacionais, recebem denominações distintas em função do ambiente onde ocorrem: comunicação externa – aquela produzida, encaminhada ou destinada para públicos externos à organização; e comunicação interna – aquela produzida para e pelos seus integrantes, ou seja, aquela que circula no seio da organização, aspectos que serão descritos de forma mais minuciosa na secção 1.1.1. deste capítulo.

Passa-se à apresentação do estado da arte da Comunicação Organizacional e de seus elementos relacionados mais diretamente às questões tecnológicas e digitais.

### 1.1.1. Comunicação Integrada Digital

Retornando a Kunsch (2003, p. 149) salienta-se que Comunicação Organizacional é o “fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam” sendo composta pelas “diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade”. Compreendendo, prossegue a autora (KUNSCH, 2003, p. 150) “a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa”. A este conjunto Kunsch atribui a denominação de Composto da Comunicação Organizacional (2003, p. 150-151) e que possui a representação gráfica exposta na **Figura 2.** –

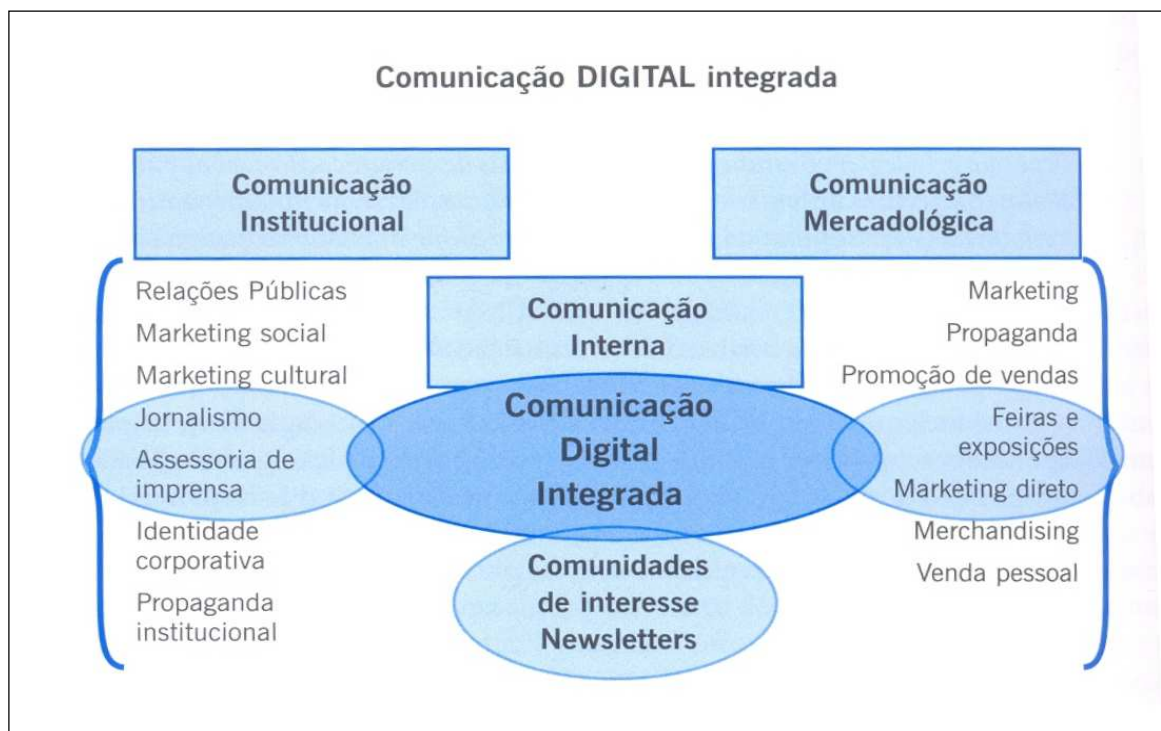


**Figura 2** – Composto da Comunicação Organizacional, Fonte: Kunsch (2003, p. 151)



Salienta-se ainda que a autora (KUNSCH, 2003) considera que este *mix* de áreas que compõem a Comunicação Organizacional necessita de funcionar em harmonia, para obter ações sinérgicas, que ao atuarem em conjunto através de uma “política global claramente definida” possibilitam a criação de “ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas” à eficácia, vindo assim a constituir, segundo Kunsch (2003, p. 150), a filosofia da comunicação integrada.

Nota-se que o Modelo que Kunsch apresenta não faz nenhuma referência em relação ao uso ou a inclusão, no Composto da Comunicação Organizacional (KUNSCH, 2003), das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, ponto que Corrêa (2005) soluciona com a proposta do Modelo de Comunicação Digital Integrada, **Figura 3**, a seguir apresentado.



**Figura 3** – Comunicação Digital Integrada, Fonte: Corrêa (2005, p. 102)

A autora (CORRÊA, 2005, p. 102) acentua que:

(...) a comunicação digital integrada é construída a partir de uma avaliação de cada ação comunicacional prevista para as três grandes vertentes da Comunicação Integrada – Institucional, Interna e Mercadológica – e de seu cotejamento face ao público a que se dirige e ao nível de eficácia ampliado caso a ação seja executada por meio do uso das TIC's.

Verifica-se, portanto, que ao incluir ao Composto da Comunicação Organizacional<sup>13</sup> as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, Corrêa enfatiza que as mesmas devam estar presentes no planeamento caso seja verificado que a ação, via tecnologias digitais, alcance a eficácia que se faça necessária tendo em consideração o público a que se dirige.

Corrêa (2005, p. 103) enfatiza ainda que uma ação só é eficaz “quando ocorre uma avaliação da forma mais adequada para a sua execução”. Complementa salientando que a eficácia na Comunicação Digital somente se fará presente com o conhecimento, a identificação e a recuperação de informações em ambientes digitais. No entanto, salienta-se que as autoras Corrêa (2009b, 2005) e Kunsh (2003), ao especificarem cada um dos componentes de seus Modelos, não distinguem as suas composições.

Paralelo a isto, Terra (2011, p. 85-86) defende que as possibilidades estabelecidas com as TDIC's permitem que cada indivíduo possa se transformar num “usuário-mídia”<sup>14</sup> ou seja “um produtor, criador, compositor, montador, apresentador, remixador ou apenas um difusor dos seus próprios conteúdos.” Assim, conhecer parâmetros que norteiam os fluxos info-comunicacionais que ocorrem internamente na organização, as questões estabelecidas neste trabalho, colaboram para a eficácia do planeamento da comunicação integrada organizacional. Isto porque como os integrantes do público essencial de sustentação primário também podem exercer este papel de “usuários-mídia”, é relevante verificar como isto tem ocorrido internamente na organização. Assim, o interesse neste trabalho não engloba todas as possibilidades em que os colaboradores podem utilizar as TDIC's e exercerem o papel de usuários-mídia,

---

<sup>13</sup> Conceito apresentado e defendido por KUNSCH - Planejamento de relações públicas na comunicação integrada

<sup>14</sup> Destaca-se que na versão depositada na Universidade do Porto utilizou-se o termo utilizador-media tendo em vista o não uso dos termos usuários e media no território Português.

mas sim detetar apenas as relacionadas com a Informação Orgânica.

Assim, como o nosso interesse assenta na área da Comunicação Interna passa-se, a seguir, a assinalar os conceitos relacionados com a mesma, referindo a sua composição, a fim de traçar os parâmetros relacionados com o campo, e que balizaram este estudo.

### 1.1.2. Comunicação interna

Como pode ser visualizado na secção anterior, as autoras Kunsch (2003) e Corrêa (2005) consideram a Comunicação Interna como uma componente relevante do Composto de Comunicação Organizacional (KUNSCH, 2003) e/ou Comunicação Digital Integrada (CORRÊA, 2005). É esta componente que nos interessa conhecer de uma maneira mais pormenorizada.

Se por um lado, como ressalta Marin, Galera e Roman (1999, p. 105)<sup>15</sup>, “a comunicação externa é a que leva informações para pessoas e grupos localizados no exterior da organização”, por outro “o termo ‘comunicação interna’ (...) expressa um recorte geográfico, ou seja, compreende a ação comunicativa como algo que transcorre no interior da organização”, (BELTRAND *et al.*, 2009, p. 135). Entende-se que o termo organização, neste caso, não deva ser confundido “com prédios, organogramas, contratos ou processos” enfatizam Beltrand e Gomes (2009, p. 135), mas sim “(...) pessoas em relação, trabalhando por objetivos bem definidos, claros e específicos” (BALDISSERA, 2008, p. 41).

Duterme (2008, p. 9), entretanto, chama a atenção para o facto que

a expressão comunicação interna na empresa torna-se, de imediato, ambígua. Emerge, necessária e constantemente, *comunicação interna* na empresa: desde o «bom-dia» da manhã até à assembleia geral com discurso do Presidente, passando pelas ordens e discussões à volta do café. É claro que, internamente, «isso comunica» e a expressão refere-se, em parte, a essa evidência.

---

<sup>15</sup> Tradução da autora MARÍN; GALERA; ROMÁN - Sociología de la comunicación, p. 105 “(...) la comunicación externa que nos lleva a ver la trasmisión de información con personas e grupos del exterior (...)”

O autor (DUTERME, 2008, p. 10) prossegue salientando que esta ambivalência encontra dois parâmetros de comunicação, isto é, um quase “natural”, ou seja, aquele tipo de comunicação que surge “num contexto de vida coletiva” e, outro, que vem a surgir a partir do uso de técnicas e de meios “para influenciar o estado resultante da existência desses fenómenos naturais”.

Torna-se mais clara a compreensão conceitual se nos reportarmos às afirmações de Marin, Galera e Román (1999), que salientam que a comunicação interna é toda aquela que circula entre os membros de uma organização. Esta ideia é complementada pela posição de Sousa (2004, p. 15), que ressalva que a comunicação interna é também a “comunicação direcionada para o público interno” e que deverá ser desenvolvida por e para os membros desse mesmo público.

Mas se anteriormente era fácil identificar os integrantes de uma organização porque, em geral, encontravam-se no mesmo espaço físico, hoje, devido às facilidades de atuação profissional à distância, à existência das mudanças jurídicas de vinculação às organizações (CESCA, 2003) e, principalmente, à inclusão nos ambientes organizacionais das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, esta identificação já não é mais tão óbvia. Isto porque como já foi referido ao longo deste trabalho, muitas modificações ocorreram nos ambientes organizacionais, alterações, estas, que se referem às formas de execução do trabalho, perpassam às conceções hierárquicas e se tornam extensivas à dispersão geográfica das organizações. Torna-se, portanto, necessário estabelecer, através de novos critérios, quem hoje são os integrantes de uma organização, e conseqüentemente a quem está direcionada e/ou é desenvolvida a comunicação interna (SOUSA, 2004).

Com a intenção de clarificar estas dúvidas e automaticamente compreender quem são os sujeitos alcançados pela comunicação interna, recorreu-se aos estudos das áreas da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas para, assim, especificar-se como hoje ocorre, nestas áreas, a classificação, dos públicos organizacionais.

### 1.1.3. Públicos

Em primeiro lugar cabe lembrar que uma organização é composta e mantém-se através do relacionamento que ocorre entre ela e diversos tipos de atores, que na área de comunicação tem a nomenclatura de públicos<sup>16</sup>. A mais conhecida e tradicional das classificações da área de Relações Públicas a respeito da categorização de públicos é aquela apresentada por Penteado (1978) que os dividia em dois grandes grupos, divisão ainda utilizada por outros autores como Barquero, Senac e Barquero (2010), e Sousa (2004):

- **Público Interno** – composto pela diretoria, funcionários de todos os níveis da organização e seus familiares, representantes e vendedores
- **Público Externo** – composto por todos os demais sujeitos que não atuam internamente na organização mas com os quais, direta e/ou indiretamente a organização está ligada, tais como consumidores, concorrentes, políticos, meios de comunicação, acionistas, entre outros.

No sentido de melhor especificar os tipos de públicos, em vista das relações existentes com a organização, posteriormente a estas duas categorias foi acrescentada uma terceira que os caracterizava de forma mais adequada (ANDRADE, 1989, SOUSA, 2004):

- **Público Misto** – composto por sujeitos que influenciam diretamente a existência da organização mas que, em geral, não se encontram ligados à estrutura física da organização e que anteriormente se encontravam na categoria de público externo, como os acionistas, fornecedores, revendedores e distribuidores.

Contudo, ao longo dos anos, outros autores como Cutlip e Center (1971) e

---

<sup>16</sup>Alguns autores utilizam a terminologia *Stakeholder*, proveniente da área da Administração e Marketing, contudo prefere-se manter a utilização de públicos

Simões (1995) também procuraram classificar os públicos organizacionais, e para isso examinaram aspectos relacionados com as formas de interação desses com as organizações. Nesse sentido, França (2003, 2009) enfatiza que esses autores e suas publicações, sempre consideraram de enorme relevância que as organizações identificassem de maneira coerente e correta os seus públicos, permitindo assim aperfeiçoar os relacionamentos existentes, sejam eles trabalhistas, promocionais, mercadológicos ou institucionais.

Porém, à medida que os ambientes organizacionais se modificaram, foram criadas novas formas de relações e essas classificações tornaram-se incompletas ou inaplicáveis. Não mais poderiam ser classificados numa mesma categoria os colaboradores, que efetivamente fazem a organização existir, e aqueles contratados a termo que atuam, por exemplo, na limpeza de uma organização.

Propondo resolver esta situação, Cesca (2003) apresenta um trabalho que vem a aperfeiçoar e complementar essa classificação ao aplicar conceitos que consideram a relação jurídica-física existente entre as organizações e os seus públicos, ampliando os três grupos anteriores para cinco grupos:

- **Público interno-vinculado** – integrado pela administração superior, pelos funcionários fixos e pelos funcionários com contratos temporários,
- **Público interno-desvinculado** – composto pelos funcionários de serviços contratados a termo que atuam no espaço físico da empresa,
- **Público misto-vinculado** – composto pelos vendedores externos não autônomos, os acionistas, os funcionários do transporte com vínculo de emprego, os funcionários que trabalham em suas residências de forma não autônoma e os funcionários que prestam serviços em outras empresas,
- **Público misto-desvinculado** – composto pelos fornecedores, distribuidores, revendedores, vendedores externos autônomos, funcionários que trabalham em suas residências de forma autônoma, familiares de funcionários e funcionários do transporte contratados a termo,

- **Público externo** – composto pela comunidade onde a organização está inserida, seus consumidores, as escolas, a imprensa em geral, o governo, os concorrentes, os bancos e as entidades de classe.

Com o mesmo intuito de apresentar uma divisão mais coerente com os atuais relacionamentos organizacionais, França (2003) apresenta o que ele chama de classificação lógica dos públicos para Relações Públicas. A proposta de França (2003) estabelece a classificação através da essencialidade, ou seja, reforça o quanto o sujeito é essencial para a existência da organização, sendo esta essencialidade que determina a relação com a organização. É esta classificação e conceito que se toma como parâmetros neste trabalho.

#### 1.1.3.1. Público essencial de sustentação primário

A base do trabalho de França (2003, 2009) assenta na preocupação em adequar a classificação dos públicos às novas situações administrativas e estruturais, que cerceiam as organizações. O autor toma como parâmetro os tipos de relacionamentos que as organizações mantêm com os seus públicos:

- Tipo e objetivo da relação;
- Nível de participação e envolvimento do público com a organização;
- Natureza, prioridade e duração do relacionamento;
- Temporalidade da relação;
- Resultados esperados desta relação.

Utilizando-se destes critérios, França (2003, p. 8-9) dividiu os públicos das organizações em três categorias:

- **Categoria I: públicos essenciais** - fazem parte deste grupo aqueles públicos dos quais a organização depende para a sua constituição, manutenção de sua estrutura, sobrevivência e para a execução de suas atividades-fim. Este grupo divide-se em dois subgrupos:

- a. **Constitutivos da organização** - integram esta subcategoria os indivíduos que “possibilitam a existência da organização”, ou seja, aqueles que oferecem “os elementos e recursos para a sua constituição, de acordo com suas atividades-fim”. São eles os “empreendedores que criam a empresa, correm o risco do negócio ou o autorizam, pois estão ligados à organização por vínculos jurídicos” (FRANÇA, 2003, p. 8);
- b. **Não-constitutivos ou de sustentação** – os componentes deste grupo, como a própria denominação identifica, são o sustentáculo da organização, apesar de não interferirem “diretamente na constituição da organização”, (FRANÇA, 2003, p. 9). São imprescindíveis para à sua existência e funcionamento, uma vez que “colaboram para a execução das atividades-fim, mantendo a produtividade e a lucratividade do empreendimento” (FRANÇA, 2003, p. 9). Em geral, não possuem a responsabilidade de assumir riscos financeiros em relação à manutenção da organização. Esta subcategoria, por sua vez, também se encontra dividida em dois subtipos:
  - i. **Primários** - “são aqueles dos quais a organização depende para a viabilização do empreendimento”. Integram este subtipo os colaboradores diretos e os fornecedores de matéria-prima e de *input* básicos, atores essenciais à existência da organização. França (2003, p. 9) ressalta que “embora possam ser substituídos, esses públicos gozam de maior estabilidade, por estarem legalmente envolvidos, de modo permanente (...) e não poderem ser facilmente desqualificados”;
  - ii. **Secundários** – compõem este grupo os indivíduos “que contribuem para a viabilização da organização,



mas em menor nível de envolvimento e participação” (FRANÇA, 2003, p. 9). Podem ser substituídos com certa facilidade sem acarretar problemas graves à organização. São eles: fornecedores de produtos não essenciais, contratados a termo, e temporários.

- **Categoria II: públicos não-essenciais** - este grupo, contém elementos que podem possuir uma maior ou menor participação nas atividades da organização, contudo não participam das atividades-fim, somente das atividades-meio, ou seja, não influenciam diretamente a produção. Estão ligados mais à “prestação de serviços ou à intermediação política ou social”. “Atuam externamente na promoção institucional, corporativa e mercadológica da organização ou intermediando os relacionamentos com o mercado”(FRANÇA, 2003, p. 9). São subdivididos em quatro tipos: de consultoria e promoção; setoriais associativos; setoriais sindicais; setoriais comunitários;
- **Categoria III: públicos de redes de interferência** - esta categoria é composta por elementos que se localizam no “cenário externo” à organização mas que possuem poder “operacional ou representativo” capaz de “exercer fortes influências no desempenho da organização”. O autor (FRANÇA, 2003, p. 9-10) divide-os em “dois subsistemas: *rede de concorrentes* e *rede de comunicação de massa*”.

A partir desta categorização, estabelece-se que o público envolvido neste estudo é o **público essencial de sustentação primário**, ou seja, aquele composto por elementos que permitem a existência da organização, a execução de suas atividades fins, e cujas trocas comunicacionais e informacionais compõem a Comunicação Interna.

O interesse em conhecer os hábitos de utilização de processos info-comunicacionais em ambientes digitais deste público, especificamente, tem como

objetivo propiciar subsídios que auxiliarão na elaboração e no planeamento de novas ações info-comunicacionais em Comunicação Interna. Este interesse vem ao encontro da posição estabelecida por Barquero, Senac e Barquero (2010, p. 20) de que a “organização que consiga o reconhecimento de seu público interno tem muito a ganhar”. Pensamento complementado pelos autores (BARQUERO *et al.*, 2010, p. 20) que destacam que “com o suporte deste público nada pode fracassar” em termos de imagem e relações públicas. Portanto, conhecer seus hábitos info-comunicacionais, agora estabelecidos através das TDIC's, possibilitará o desenvolvimento de ações que alcancem o reconhecimento e identificação dos integrantes do público essencial de sustentação primário.

Estabelecida a nomenclatura que será utilizada para identificar o segmento de público que integra o objeto de estudo deste trabalho volta-se a outros pontos relacionados com a Comunicação Interna, mais especificamente com os Fluxos comunicacionais.

#### 1.1.4. Fluxos comunicacionais

É preciso notar que, para alcançar objetivos conjuntos, os fluxos info-comunicacionais e os relacionais em uma organização podem ocorrer utilizando-se dos diversos canais de comunicação interna sejam formais ou informais, em várias direções e complexidades, a saber

- **Verticais descendentes** – partem dos níveis superiores tendo como objetivo os níveis inferiores à cadeia hierárquica da organização;
- **Verticais ascendentes** – estes fluxos seguem um sentido inverso à hierarquia da cadeia organizacional, oriundos das camadas inferiores seguem para as camadas superiores da organização;
- **Horizontais ou laterais** – neste caso o fluxo ocorre entre integrantes da organização que se encontram no mesmo nível hierárquico;
- **Transversal ou longitudinal** – neste caso o fluxo ocorre em todas

as direções, independentes das estruturas ou da hierarquia organizacional estabelecida. Salienta-se que Duterme (2008, p. 30-31) denomina este tipo de fluxo de oblíquo porque “atravessa em simultâneo as fronteiras hierárquicas e as dos serviços”, é ainda, segundo o autor, o mais complexo e difícil de controlar;

- **Fluxo circular** – ocorre principalmente “nas organizações informais e favorece a efetividade no trabalho” esclarece Kunsch (2003, p. 86).

É importante ressaltar que a existência destes fluxos segue, em princípio, um caráter de comunicação formal. Contudo, as redes operacionais e de relacionamento estabelecem fluxos que podem vir a seguir estes mesmos caminhos mas de maneira informal, propiciando, assim, o surgimento da comunicação informal.

### 1.1.5. Comunicação formal e informal

Considera-se que a Comunicação Interna é aquela que ocorre para e/ou entre integrantes de uma organização e que seu fluxo pode ocorrer nas mais variadas direções. Torna-se ainda necessário apresentar algumas outras características deste tipo de comunicação. Para isso recorre-se às colocações de Baldissera (2008, p. 172, 2009, p. 6-7) que expõem como subsistemas da Comunicação Organizacional a comunicação formal e a comunicação informal, “a dualidade dentro da unidade”. Apresenta-se a seguir as características das mesmas, enfatizando, no entanto, a comunicação informal e sua relação com a Comunicação Interna, elementos integrantes do objeto de estudo deste trabalho.

Para Baldissera (2008), a Comunicação Organizacional é constituída pela comunicação formal/oficial e pela informal/não oficial. O mesmo autor reforça que as trocas informacionais e comunicacionais que ocorrem através da comunicação formal traduzem “o plano organizacional e, nesse sentido, tendem a ser rígidos, a seguir normas (...)” (BALDISSERA, 2009, p. 6-7). Isto porque a comunicação formal tem como finalidade expressar as normas de conduta, os objetivos e as

metas da organização. Enquanto a comunicação informal, prossegue o autor, (BALDISSERA, 2009, p. 6-7) “tanto pode se realizar para complementar, integrar, agilizar e qualificar os processos formais/oficiais, quanto para subvertê-los, resistir a eles, distorcê-los, gerar confusão, criar dificuldades e/ou expropriá-los”. Pode, portanto, gerar ruído e impedir o correto entendimento das informações transmitidas através da comunicação formal. Cabe aqui uma pequena ressalva do que se entende por ruído. Segundo Kunsch (2003, p. 74) no ambiente organizacional os ruídos se caracterizam por serem barreiras “que prejudicam a eficácia comunicativa”, enquanto Nöth (2011) enfatiza que ruído à comunicação corresponde a qualquer interferência que possa vir a prejudicar a compreensão da informação. Entre os exemplos que Kunsch (2003)<sup>17</sup> apresenta encontram-se: o excesso de informações, o juízo de valor, a credibilidade da fonte, os problemas de semântica, a filtragem e a principalmente a comunicação incompleta e parcial.

Desta forma, como ressalta Baldissera (2009), esta existência simultânea de comunicação organizacional formal/oficial e informal/não oficial, pode tanto facilitar como prejudicar o entendimento e a compreensão das informações contidas principalmente nos fluxos info-comunicacionais internos pois em muitas ocasiões, pode ocorrer a sobreposição de informação (NÖTH, 2011), dificultando aos participantes da troca informacional de identificar qual a mais fidedigna. Além disso, é importante indicar que tanto a comunicação formal como a informal, são detetadas em todos os campos de ação da Comunicação Organizacional, podendo existir, simultaneamente, em todas as relações que a organização mantém com seus públicos, e que eles mantêm entre si, com maior ou menor frequência. Contudo, o

fluxo informal de mensagens não segue necessariamente os mesmos canais estabelecidos pela hierarquia organizacional, ele se desenvolve e se manifesta através de associações espontâneas como grupos de amigos, integrantes de clubes, nas relações familiares e outras posições informais na qual se encontram os membros (e o público) de uma organização (MARÍN *et al.*, 1999, p. 112)<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> A autora também faz referencia a outros autores que estudam as questões relacionadas a ruído e/ou barreiras à comunicação organizacional tais como: Thayer ; Hall, Flores Gortari e Orozco Gutierrez entre outros – Vide KUNSCH - Planejamento de relações públicas na comunicação integrada, p. 75

<sup>18</sup>Tradução da autora MARÍN; GALERA; ROMÁN - Sociología de la comunicación“ (...) el flujo informal de mensajes no sigue necesariamente los canales establecidos de la jerarquía sino que desarrolla su propia

Conforme ressalta Rego (2007, p. 198) “importa, acima de tudo, compreender que a comunicação informal é indispensável ao funcionamento eficaz das organizações. Sem ela, a organização formal torna-se um esqueleto sem vida.” O autor completa a sua posição enfatizando que “(...) as comunicações informais representam um poderoso lubrificante da comunicação formal, embora possam também boicotar o seu funcionamento ou colocar ‘areia na engrenagem’ ” (REGO, 2007, p. 199). Por outras palavras: trocas informacionais através dos canais de comunicação informal/não oficial podem prejudicar, atrapalhar ou boicotar as ações planeadas e executadas através da comunicação formal/oficial motivo pelo qual torna-se relevante aos planeadores da Comunicação Organizacional/Relações Públicas conhecer como acontecem estas trocas informais.

Entende-se que hoje, com as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, os mecanismos utilizados, tanto nas ações formais (as instituídas e tuteladas pela organização), como nas informais (as estabelecidas pelos colaboradores, independente da aprovação ou controlo da organização), sofreram modificações significativas que possibilitaram a existência das trocas info-comunicacionais nas mais variadas instâncias de tempo, espaço geográfico e formas. Para compreender melhor estas possibilidades de usos no âmbito da comunicação organizacional informal, apresenta-se a seguir alguns dos aspetos das TDIC's bem como as características das aplicações (mecanismos) de trocas info-comunicacionais efetuadas entre dois sujeitos - Interpessoal.

#### **1.1.6. Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação**

Em primeiro lugar, para se poder abordar as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação Interpessoal (P2P) cabe estabelecer os conceitos que serviram de sustentação a este trabalho. Esta posição é relevada porque as nomenclaturas empregadas recebem diferentes conceituações, dependendo do

---

estructura social, manifestada en asociaciones tales como grupos de amigos, o pandillas, miembros de clubes, relaciones familiares y otras posiciones informales que se dan entre los miembros de la organización. “-, p. 112

autor adotado, exigindo por parte do investigador determinar o conceito a ser utilizado. Daí ser pertinente apresentar desde já os diferentes conceitos associados às plataformas digitais. Autores como Corrêa (2009a) e Krishnamurthy, Gill e Arlitt (2008) consideram que “plataforma digital” é a designação das aplicações ou, num sentido bem mais lato, do próprio ambiente da Web. Esta posição é claramente partilhada por O’Reilly (2005), que cita as possibilidades de uso e aplicação da Web e salienta que a mesma pode ser vista como uma grande plataforma que abriga diversas aplicações.

Em contrapartida, outros autores tais como Castro (2008) e Silva (2009b) consideram que plataformas digitais são especificamente os equipamentos logo o termo é usado como sinónimo dos dispositivos digitais onde se pode aceder à *web* e às informações digitais. Castro (2008, p. 74) inclusive especifica que Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação “envolvem o uso e apropriação de plataformas digitais, como a TV e o rádio digital, o celular, os videojogos, os computadores de mesa e de mão com acesso a (sic) internet”. Assim, constata-se uma situação ambígua em relação ao conceito de plataforma digital a tal ponto que em algumas ocasiões, são encontrados sob a mesma nomenclatura de “plataformas digitais” elementos representantes de ambos os conceitos anteriormente apresentados. É o caso dos resultados da pesquisa efetuada pela Arbitron Inc. e a Edison Research (2011). Com efeito na pesquisa em questão são apresentados no mesmo grupo, sob o título de Panorama das Plataformas Digitais<sup>19</sup>, a frequência de utilização pelos entrevistados da televisão, do rádio, dos *smartphones*, do *Youtube*, do *Facebook*, e das rádios e das televisões *online*, entre outros, demonstrando que na prática, em atividades e trabalhos não académicos, também ocorre esta sobreposição de conceitos. Também é interessante destacar a não existência no Glossário da Sociedade da Informação (APDSI, 2012) de nenhum dos termos em questão.

Assim, com o intuito de estabelecer um padrão de entendimento e utilização, considera-se, como “plataforma digital” “uma base tecnológica” que permite que todos os *inputs* de informação sejam convertidos para esta base estabelecendo “um canal de transferência da informação” (BARRETO, 2008, p.

---

<sup>19</sup>Digital Platform Landscape - [http://www.edisonresearch.com/Infinite\\_Dial\\_2011.pdf](http://www.edisonresearch.com/Infinite_Dial_2011.pdf) ou [http://www.edisonresearch.com/Infinite\\_Dial\\_2011\\_ExecSummary.pdf](http://www.edisonresearch.com/Infinite_Dial_2011_ExecSummary.pdf)

12). Este ambiente serve de suporte e nele ocorre o registo da informação, seu processamento, a transformação e a comunicação da informação digital. Contudo não se caracteriza por ser um dispositivo eletrónico ou digital que veem a ser os objetos físicos<sup>20</sup> nos quais se pode aceder às aplicações e conseqüentemente às informações digitais.

Um segundo conceito necessário de esclarecer é o de “aplicação”. É interessante notar que a palavra “aplicação” não aparece de forma isolada no Glossário da Sociedade da Informação (APDSI, 2012) estando acompanhada da expressão “informática”.

**Aplicação informática, s.f.**

[ing.] *computer application*

[def.] Utilização de técnicas informáticas para resolver um problema de aplicação, que conduz normalmente ao desenvolvimento ou à utilização de programas de aplicação como, por exemplo, folhas de cálculo ou processadores de texto.

Nota: O termo “aplicação informática” é muitas vezes tomado no sentido de “programa de aplicação”.

Por sua vez, o Dicionário de Língua Portuguesa *online* (Infopédia - Enciclopedia e Dicionários, 2011) apresenta para a elocução “aplicação” várias definições, sendo a última relacionada com a área de informática “programa ou grupo de programas que executam tarefas no computador”.

Desta forma considera-se neste trabalho que ao ser utilizado o termo dispositivo digital, está a ser considerado o objeto físico (CORRÊA, 2009a), ao ser utilizado o termo plataforma digital, está a ser considerada uma base tecnológica (BARRETO, 2008) e ao usar o termo aplicações está a ser utilizada a definição defendida pela Associação Para a Promoção e o Desenvolvimento da Sociedade de Informação (2012), de aplicações informáticas.

Esclarecidos estes conceitos, ressalta-se que as tecnologias digitais, mais do que colocarem o mundo ao nosso alcance, como alertava Rodrigues (1994), elas encontram-se praticamente em todas as ações atualmente efetuadas. A sua presença ocorre tanto de forma “imperceptível [quando realiza-se uma transação

---

<sup>20</sup> Computadores de secretária, notebooks, telemóveis, smartphones, tablets, entre outros.

por meio de um cartão magnético] (...)” como de forma explícita, ao efetuar-se uma ação específica via Web, como esclarece Corrêa (2009b, p. 163). Esta ação que pode ser caracterizada pela troca de *e-mails*, pelo envio de arquivos, pela utilização de programas de uso simultâneo de voz e imagem, pelo armazenamento de conteúdos, pelo envio e pela troca simultânea de mensagens, ou pela elaboração de textos ou de projetos de forma coletiva, como exemplificam Jin e Robey (2008).

Verifica-se que várias são as possibilidades de uso das TDIC's, seja em termos pessoais, sociais e/ou profissionais. Realçando as possibilidades do uso das TDIC's no contexto organizacional, Mattos (1995) já apresentava as mesmas, no final do século passado, divididas em três categorias:

- **Geradores e armazenadores de informação;**
- **Apresentadores de informação; e**
- **Ambientes de intercâmbio da informação.**

É certo que desta publicação até hoje as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação evoluíram muito criando novas ferramentas e aplicações. Um exemplo que demonstra esta diversidade são as possibilidades que um sistema de intranet de uma organização pode oferecer, indo desde um simples agregador de várias aplicações e funcionalidades específicas até ser capaz de simultaneamente ser um armazenador de ficheiros, um ambiente de busca de informações e de trocas de informações com colegas de trabalho.

Estas características de capacidade de uso das TDIC's, incrementadas principalmente com a implementação da *Web 2.0*, ficam bastante claras através da posição de O'Reilly (2005) que destaca as suas funcionalidades de arquitetura de participação, o uso de serviços e não de pacotes de *softwares*, a elaboração de *softwares* baseados em interfaces únicas, o aproveitamento da inteligência coletiva, a pesquisa multivariada e a transformação de dados. Constata-se também que em termos das aplicações comunicacionais e informacionais no contexto organizacional, as oportunidades perpassam a comunicação formal planeada, como relatam os trabalhos de Haig (2000), Scoble e Israel (2006) e



Witmer (2000), e os fluxos informacionais espontâneos/informais, como o demonstra o estudo de Roman (2005) sobre a troca de *e-mails* informais ou o uso de miniblogues, como o *twitter* no trabalho de Zhao e Rosson (2009) de certa forma substitutos das chamadas “rádios peão”, “rádio corredor”, matéria ainda pouco explorada pelas pesquisas acadêmicas.

Para finalizar esta secção, cabe ainda ressaltar um terceiro conceito, o de “redes sociais” frequentemente utilizado para caracterizar as relações estabelecidas através de aplicações *online*. Este termo sempre existiu, inclusive nos próprios ambientes organizacionais, como o demonstram os estudos de Thomas e Cross (2010), ou seja, os indivíduos estão constantemente integrados em redes sociais. Porém, com as facilidades oferecidas pelas TDIC's que incrementaram igualmente as comunicações interpessoais, as redes sociais *online* passaram a ter um maior destaque. Pois o ambiente *online* oferece a possibilidade de transferência de redes já existentes *offline* ou a criação, o estabelecimento e a manutenção de novas redes sociais *online*, independente das distâncias geográficas, ou do conhecimento prévio *offline* de seus integrantes.

No caso desta investigação, apesar das redes sociais não serem o foco principal, servindo apenas como pano de fundo, verifica-se que a inserção e o uso dos dispositivos digitais para as trocas info-comunicacionais ocorrem através da manutenção e da transposição das relações estabelecidas em redes sociais *offline* para *online*.

#### 1.1.6.1. As TDIC's e a(s mudanças na) comunicação interpessoal

Conforme referido anteriormente, mudanças significativas têm ocorrido no cotidiano das pessoas com a inclusão da TDIC's, a ponto de Lévy (2001) considerar que o computador, ou outros dispositivos digitais, passaram a representar, na sociedade atual, o mesmo papel que o fogo tinha no passado. Isto porque, hoje, ao redor destes equipamentos digitais, são trocadas as histórias e as experiências entre os familiares, os amigos, os colegas de trabalho e, até mesmo, entre as pessoas que nunca se encontraram em ambiente *offline*.



Informação e de Comunicação se inseriram tão fortemente na rotina dos indivíduos possibilitando o seu uso nas mais diferentes situações, proporcionando a instantaneidade e permitindo que distâncias geográficas sejam suplantadas através dos mais diversos tipos de aplicações.

Além disso segundo Correa, (2009a, p. 319) as

(...) trocas comunicacionais, ao ocorrerem em ambientes digitalizados, assumem em grande medida as principais características destes (...) : a multiplicidade e não-linearidade da mensagem, a flexibilização do tempo e a virtualização dos relacionamentos e intercâmbios.

Exemplo disso são os novos Modelos de dispositivos móveis, principalmente os chamados telemóveis inteligentes ou *smartphones* que estão continuamente conectados e permitem o tráfego de

(...) grandes volumes de informação – por meio de conexões sem fio de alta velocidade -, praticamente sem limites de deslocamento territorial, uma vez que quase todo o território habitável do planeta estará em breve ao alcance dos transmissores que os mantém ativos. (CARDOSO, 2009, p. 356)

Estes aspetos acentuam a declaração de Wolton (2006, p. 24) de que “Estar ligado é estar junto”.

Mas se por um lado as TDIC's permitem compartilhar instantaneamente informações diversas mudando rotinas comunicacionais, por outro, têm criado uma dependência que pode até chegar ao extremo de uma patologia, conforme esclarecem De Moraes, Pilatti e Scandelari (2005) e Gnisci e *et al.* (2011).

---

1. Relato do ocorrido no Egito em janeiro de 2011 “Em uma situação jamais vista em toda a história da internet, o Egito decidiu suspender os serviços de Internet e telefonia no país, em uma medida drástica para tentar conter a onda de protestos que clama pela queda do presidente Hosni Mubarak, há 30 anos no poder (...).o governo resolveu suspender todo o acesso à web no país, de forma a evitar a organização de novos protestos, que tem se tornado cada vez mais difíceis de controlar”.<http://www.geek.com.br/posts/14774-egito-suspende-internet-e-telefonia-para-conter-onda-de-protestos>

2.Outro caso foi o bloqueio efetuado pelo governo do Irã às Páginas do Google como relata o blogueiro Gabriel Hammer em 10 de fevereiro de 2012 “O governo do Irã bloqueou o acesso à página do Google na web e outras associadas ao buscador. Até quinta-feira, os usuários de Internet no país podiam acessar o site, embora as páginas de países deste sistema, como google.fr (França) e google.es (Espanha), já estivessem censuradas. Ao contrário de outras páginas bloqueadas, nas quais ao tentar acessar surge uma mensagem que assinala "conteúdos delitivos" e informa que o acesso não é permitido, ao tentar abrir o Google aparece apenas uma mensagem de problemas de conexão. Um grande número de sites está bloqueado pelas autoridades iranianas, (...)” <http://gabrielhammer.blogspot.pt/2012/02/governo-do-ira-bloqueia-acesso-pagina.html>

Entretanto não sendo este o foco deste estudo este uso excessivo não será, aqui, objeto de análise.

É importante, sim, conhecer-se as aplicações e os serviços oferecidos através das TDIC's para que se possa compreender as suas potencialidades e as suas possibilidades de uso no que se refere à comunicação informal e à troca de informações orgânicas fora da tutela das organizações.

Ressalta-se, ainda, que a cada dia os serviços na área das TDIC's se aperfeiçoam estabelecendo particulares de convergência, tanto em termos dos dispositivos digitais, como no que diz respeito às aplicações que, em geral, possuem múltiplas funções que podem ser utilizadas em conjunto ou individualmente, tais como: envio de mensagens instantâneas, trocas de arquivos, criação e manutenção de redes sociais, videoconferências, entre outros. Estas características poderão ser verificadas nas apresentações das aplicações e serviços listados na secção a seguir. Contudo procurou-se estabelecer uma sequência no que diz respeito à amplitude do tipo do serviço ou aplicação descrita.

#### 1.1.6.2. Características de aplicações usadas em comunicação interpessoal (P2P) através de dispositivos digitais

A intenção desta secção é de apresentar as características de serviços ou aplicações digitais utilizadas para a Comunicação Interpessoal (P2P) ou “um-um” termo utilizado por Primo (2007, p. 100):

- **Mensagens instantâneas** - as mensagens instantâneas de texto iniciaram a sua utilização através de grupos de indivíduos que compartilhavam o mesmo espaço no ambiente virtual, como em salas de conversas (chats), jogos virtuais e/ou comunidades virtuais, entre outros. Algumas aplicações foram criadas especificamente para esta função como o ICQ<sup>23</sup>, da Mirabilis, ou o

---

<sup>23</sup> <http://chat.icq.com/icqchat/>

Windows Live Messenger <sup>24</sup>, da Microsoft. Diversas aplicações, inicialmente com outras funções, passaram a oferecer esta opção aos seus utilizadores, são os casos do Facebook<sup>25</sup>, do Skype<sup>26</sup> e do Gmail<sup>27</sup> com o Gtalk, por exemplo. O desenvolvimento tecnológico também permitiu que através dos dispositivos telefónicos sejam efetuadas troca de textos, ou seja, é possível emitir mensagens instantâneas (HERBSLEB *et al.*, 2002, MOECKEL, 2003). Além disso, as aplicações que oferecem o serviço de mensagens instantâneas, em geral, como o Windows Live Messenger, permitem a troca de arquivos e a videoconferência. Uma característica importante das mensagens é que diferentemente do *e-mail*, as trocas podem ocorrer “de forma imediata” ou síncrona como salienta Primo (2007, p. 100);

- **Correio eletrónico** – popularmente conhecido como *E-mail*<sup>28</sup>, o correio eletrónico possibilita a troca de mensagens com outros indivíduos, de forma assíncrona, bastando para isso apenas possuir um endereço eletrónico, oferecido por muitos operadores inclusive de forma gratuita. Anteriormente a única forma de aceder a este serviço era através de um computador. Hoje os telemóveis inteligentes e os *tablets* permitem este acesso, possibilitando assim um contacto ainda mais imediato. Além do texto propriamente dito podem ser anexados junto à mensagem os mais variados tipos de arquivos. Atualmente vários webmails, como por exemplo o Gmail, permitem também a troca instantânea de mensagens;
- **Blogue** - segundo as autoras do livro *Blog.com* (AMARAL *et al.*, 2009, p. 28) a origem dos blogues está relacionada com “ (...) um conjunto de sites que ‘coleccionavam’ e divulgavam *links*

<sup>24</sup> <http://windows.microsoft.com/en-US/messenger/home>

<sup>25</sup> <https://www.facebook.com/>

<sup>26</sup> <http://www.skype.com/intl/pt/home>

<sup>27</sup> <https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=mail&passive=true&rm=false&continue=https://mail.google.com/mail/?tab%3Dwm&sc=1&tmpl=default&tmplcache=2>

<sup>28</sup> O endereço de e-mail é composto por um apelido (nickname), em geral da escolha do usuário, seguido do símbolo arroba, @, e do domínio, ou seja, a localização da conta, tanto em termos de organização, como em termos de país sede. Para utilizar os serviços de e-mail o usuário pode aceder sua conta diretamente através do sítio do operador – Webmail, ou utilizar programas específicos como por exemplo o Outlook e o Apple mail.

interessantes na Web” e utilizavam a terminologia *weblog* para descrever a função de indicação de sites interessantes – “*logging the web*”. Mas só com o surgimento de ferramentas como o Blogger, que passou a permitir a criação e manutenção de blogues sem conhecimento da linguagem HTML, é que ele passou a ter uma variedade de usos, tendo principalmente, após a “agregação da ferramenta de comentários”, se popularizado (AMARAL *et al.*, 2009, p. 28). O termo “blog”, segundo Primo e Smaniotto (2006), tem sido usado para designar não apenas um texto mas também um programa e um espaço. Além disso, hoje, com o desenvolvimento das TDIC’s, nem mesmo um computador é necessário para aceder e efetuar a manutenção de blogues uma vez que outros tipos de dispositivos digitais também permitem este acesso;

- **Microblogs** – segundo Pimenta e Patriota (2009) é praticamente impossível estabelecer como efetivamente ocorreu o “nascimento” do microblog. Os autores (PIMENTA *et al.*, 2009, p. 7), no entanto, explicam que a necessidade deste tipo de serviço pode ser identificada em várias aplicações colaborativas, “(...) a necessidade de comunicar-se de forma imediata, mesmo que superficial, pareceu surgir de forma latente das novas relações com o público e a media, e infectaram diversas ferramentas colaborativas de maneira que não é possível identificar a origem da idéia como ferramenta.” A partir desta necessidade surge em 2006 o Twitter<sup>29</sup> tornando-se, em dois anos, uma das principais redes de relacionamento do mundo (KRISHNAMURTHY *et al.*, 2008, PIMENTA *et al.*, 2009);
- **Redes sociais na Web** – as redes sociais na Web possuem basicamente três características, como ressaltam Boyd e Ellison (2008, p. 210)<sup>30</sup> a saber: i) permitir que os indivíduos construam

<sup>29</sup> <https://twitter.com/>

<sup>30</sup> Tradução da autora - “**Social Network Sites: A Definition** We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of

seu perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado; ii) estabelecer uma lista de outros utilizadores com quem deseja partilhar suas informações; iii) compartilhar uma conexão; e iv) poder ver e percorrer, através de sua lista de utilizadores, os perfis elaborados pelos indivíduos com os quais possui uma ligação virtual. A cada dia, cada vez mais tipos de redes sociais têm surgido, sendo as mais comuns as efetivamente voltadas para o relacionamento social, onde se destacam o Facebook<sup>31</sup>, Google+<sup>32</sup>, Badoo<sup>33</sup>, Skyrock<sup>34</sup> e Orkut<sup>35</sup>. O LinkedIn<sup>36</sup>, por sua vez, é um exemplo de rede destinada ao relacionamento profissional, como se anuncia no sítio web. Descreve a sua missão como sendo “conectar profissionais do mundo inteiro para acelerar o sucesso dos mesmos”;

- **Sítios web e/ou plataforma de partilha de conteúdos** – vários sítios web e/ou aplicações têm surgido com o objetivo de partilhar imagens e vídeos. Caracterizam-se por permitirem o carregamento (*upload*) desses tipos de arquivos, categorizá-los e convidar os seus amigos a visualizá-los ou mesmo descarregá-los nos seus dispositivos digitais. Baseadas em Modelos de sindicância, as plataformas permitem a partilha facilitada de conteúdos em blogs e *wikis* (PHILLIPS *et al.*, 2010). Apesar de terem surgido com objetivos específicos como o *Fotolog*<sup>37</sup>, o *Instagram*<sup>38</sup>, o *Pinterest*<sup>39</sup>, e o *Flickr*<sup>40</sup> originalmente voltados para a publicação de fotos, textos e comentários, têm registado algumas evoluções, como é o caso do *Flickr* que, atualmente permite igualmente a

---

connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site”. BOYD; ELLISON - Social network sites: Definition, history, and scholarship, p. 210

<sup>31</sup> [https://www.facebook.com/index.php?styp=lo&lh=Ac\\_k2j36wPHqxGAB](https://www.facebook.com/index.php?styp=lo&lh=Ac_k2j36wPHqxGAB)

<sup>32</sup> <https://plus.google.com/>

<sup>33</sup> <http://badoo.com/>

<sup>34</sup> <http://www.skyrock.com/>

<sup>35</sup> [https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=orkut&hl=pt-](https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=orkut&hl=pt-BR&rm=false&continue=http://www.orkut.com/RedirLogin?msg%3D0%26page%3Dhttp://www.orkut.com/Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false)

<http://www.orkut.com/RedirLogin?msg%3D0%26page%3Dhttp://www.orkut.com/Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false>

<sup>36</sup> [http://press.linkedin.com/about\\_pt](http://press.linkedin.com/about_pt)

<sup>37</sup> <http://www.fotolog.com/>

<sup>38</sup> <http://instagram.com/>

<sup>39</sup> <http://pinterest.com/>

<sup>40</sup> <http://www.flickr.com/>

publicação de vídeos. No que diz respeito ainda à publicação e à partilha de vídeos, o destaque recai sobre o *Youtube*<sup>41</sup>;

- **Ferramentas de criação colaborativa** – vários são os tipos e amplitudes de ferramentas de construção coletiva oferecidos através da *Web*, permitindo desde a simples construção de textos coletivamente, como é o caso do *Googledoc*, até à construção de ambientes ou redes sociais independentes, onde a composição da mesma toma aspetos visuais e de conteúdo estabelecidos pelos seus componentes porque é construída em conjunto;
- **Wiki** – trata-se de um tipo especial de sítio web que permite que um grupo, das mais diversas dimensões, possa editar coletivamente um conteúdo publicado *online*. É utilizado de forma cooperativa para o desenvolvimento de referências materiais. O termo surgiu 1995 por Ward Cunningham, que o chamou inicialmente de WikiWikiWeb. Atualmente o wiki está passando por um nível de maturidade sendo utilizado por um número crescente de associações de empresas, organizações académicas ou autoridades públicas (MOHAMED *et al.*, 2012);
- **Mundos virtuais** – segundo Noor (2010), os mundos virtuais são ambientes elaborados em geral em 3D, onde os internautas podem interagir através de representações digitais, denominadas de avatares. Estes “mundos” podem ser uma recriação exata de qualquer ambiente existente *offline* ou a criação de um ambiente imaginário. As atividades desenvolvidas nestes ambientes variam muito, podendo servir para treinar astronautas, como os ambientes criados pela NASA, explica Noor (2010), ou simplesmente possibilitar a criação de um “mundo” distinto do *offline* onde os participantes interagem entre si, com objetos e também com o próprio ambiente. O mais famoso dos mundos virtuais é o *Second Life*<sup>42</sup>. Atualmente, alguns dos mundos virtuais possibilitam troca de mensagens instantâneas e interação *online* com outros

---

<sup>41</sup> <http://www.youtube.com/>

<sup>42</sup> <http://secondlife.com/>



participantes através de mensagens escritas ou mesmo de voz.

Através das possibilidades de uso anteriormente apresentadas, como já foi citado, as TDIC's, principalmente após o advento da Web 2.0, têm permitido aos indivíduos uma mudança significativa na forma de se relacionarem, comunicarem e trocarem informações (BOASE *et al.*, 2006), refletindo, provavelmente, como coloca Lemos (2009, p. 12), “um desejo reprimido pela cultura de massa: o de ser ator na emissão, na produção de conteúdo e na partilha de experiências”, bastando para isso possuir um telemóvel ligado à Internet.

Na sequência desta revisão do estado da arte entende-se que para dar prosseguimento à análise dos trabalhos que envolvem questões das trocas através das TDIC's, depara-se antes com a necessidade de uma incursão aos conceitos e paradigmas da Ciência da Informação. Isto porque este estudo preocupa-se em compreender as trocas informacionais que ocorrem nos ambientes organizacionais. Assim antes de se apresentar os estudos que analisam o uso dos dispositivos e aplicações digitais em contexto de comunicação organizacional interna e das trocas de informacionais, é necessário efetuar uma imersão na área da Ciência da Informação e mais especificamente nos aspetos que envolvem a definição do conceito de Informação e Informação Orgânica.

## **1.2. Ciência da Informação e a Informação orgânica**

Antes de se dar prosseguimento, cabe aqui uma ressalva uma vez que na secção denominada de Comunicação Organizacional não foi apresentado todo o desenvolvimento histórico da área e de suas teorias, aqui também não se pretende estabelecer uma discussão que aborde a história, todas as teorias, os paradigmas ou os conceitos utilizados sobre Informação ou Ciência da

Informação<sup>43</sup>. Outros autores já expuseram o tema com grande propriedade, tais como Epstein (1986), Le Coadic (2004), ou Capurro e Hjørland (2007), por exemplo. Pretende-se sim resgatar e apresentar os conceitos por nós entendidos como os mais apropriados, e que serviram de parâmetros para este estudo.

Partilhando da posição de Castells (2004) e Marin, Galera e Román (1999), de que a sociedade em que hoje se vive é a chamada Sociedade da Informação, uma vez que atualmente os indivíduos dedicam mais tempo a receber e a transmitir informações do que a exercer suas funções e seus efetivos processos produtivos, compreende-se a importância cada vez maior que a Ciência da Informação e o seu objeto de estudo, a Informação, tem recebido. Interesse comprovado, tanto no ambiente académico, como no ambiente organizacional, através dos estudos desenvolvidos, entre outros, por Choo (2003), Choo e et al. (2006), Heath e et al. (2006) e Taylor (2008).

Este aspeto é muito importante para a Comunicação Organizacional e para as Relações Públicas, tendo em vista que o excesso de circulação da informação pode tornar-se uma barreira tanto para a atualização dos profissionais que planeiam as ações de comunicação das organizações (PEREIRA, 2008), como para os públicos-alvo destas ações.

Em consonância com esta situação encontra-se a posição de Kunsch (2003, p. 75) que destaca como uma das barreiras à comunicação eficiente, o excesso de informação, ressaltando que

a sobrecarga de informações de toda ordem e nas mais variadas formas (...) tem causado uma espécie de saturação para o receptor. (...) é impossível as pessoas observarem e assimilarem todas as mensagens com que são bombardeadas no seu ambiente social e nas organizações onde trabalham.

Entende-se que esta sobrecarga de informações é o principal motivo para justificar que os profissionais de Relações Públicas e/ou Comunicação

---

<sup>43</sup> Para maiores leituras sobre a História e paradigmas da Ciência da informação ver DE ARAÚJO SILVEIRA;BAZZI - A ciência da informação no Brasil e sua frente de pesquisa: estudo cienciométrico sob a ótica da institucionalização da pesquisa científica (1995-2005) DE ARAÚJO SILVEIRA, M. A.; BAZZI, R. E. R. - A ciência da informação no Brasil e sua frente de pesquisa: estudo cienciométrico sob a ótica da institucionalização da pesquisa científica (1995-2005). Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação. ISSN 15182924. Vol. 13, n.º 26 (2008). E BARRETO, A. - Uma quase história da ciência da informação. DataGramZero–Revista de Ciência da Informação. Vol. 9, n.º 2 (2008).

Organizacional devam se assessorar de colaboradores com aptidões e preparo científico para realizarem a recuperação, a captura, a recolha, a organização, a avaliação, o armazenamento, a interpretação, a transformação, a transmissão e a utilização da informação analisada (SILVA *et al.*, 2002). Profissionais, estes, oriundos da área da Ciência da Informação, área “que investiga as propriedades e comportamento da informação, as forças que regem o fluxo da informação e os meios de processamento da informação para um máximo de acessibilidade e uso”, conforme enfatiza Silva (2007, p. 22). Mas principalmente profissionais que não mais atuem com uma visão

e numa lógica custodial e tecnicista, voltada essencialmente para as questões do tratamento técnico e da recuperação da informação – numa perspectiva redutora que aliena as problemáticas relativas ao contexto orgânico de gênese/produção da informação e aos comportamentos psico-sociológicos inerentes ao uso/pesquisa (SILVA *et al.*, 2004, p. 2),

mas sim indivíduos oriundos da área da Ciência da Informação e que atuam ao abrigo do Paradigma Pós-custodial, aqui aceite e do qual se utiliza as conceituações e as definições que servem de eixo condutor para os conceitos ora apresentados.

### 1.2.1. Paradigma Pós-custodial

Conforme anteriormente citado (SILVA *et al.*, 2004), a concepção tradicional defendida e aplicada por autores e profissionais da área de Ciência da Informação possuía um compromisso de que as bibliotecas e/ou arquivos deveriam ser um espaço dedicado basicamente à função de armazenamento de publicações e documentos, ou seja de custódia<sup>44</sup>, praticamente sem a possibilidade de consulta.

---

<sup>44</sup>Paradigma custodial - Aplica-se o conceito de Khun, com uma assumida adaptação à Ciência da Informação, (...) construído por décadas de formação de matriz historicista e técnico-profissional. (...) . Caracteriza-se por vários traços fortes (...) é possível resumir (...): primado da História como fonte legitimadora e matriz modeladora (formadora); necessidade custodial extrema tanto para alimentar o discurso historiográfico e ideológico de preservação/exaltação da identidade cultural/nacional, como para sustentar o mercado dos bens materiais antigos e raros e dos objetos de Arte (antiquários, alfarrabistas, galeristas); e operacionalização do acesso (controlado) e das condições de custódia através de um corpo de normas e de procedimentos (dimensão técnica), muitos empíricos (baseados no senso comum), vários anacrônicos (em face às sucessivas alterações tecnológicas e outras) e alguns científicos (procedentes, sobretudo, na área do

Era uma visão preocupada com a compartimentação dos tipos de documentos e de espaços institucionalizados “onde se conservava [serviço de arquivo, serviço de biblioteca, sistema informático] ” com critérios superficiais que não abrangiam “o dinâmico contexto de produção [organicidade], de retenção/memória e de uso/consumo [funcionalidade] de informação” (PINTO, 2005, p. 107-108).

Silva e Ribeiro (2004, p. s/n) ressaltam que esta visão anterior “voltada essencialmente para as questões do tratamento técnico e da recuperação da informação”, possuía “uma perspectiva redutora” que não considerava os problemas relacionados com o contexto onde a informação é elaborada/produzida, nem tão pouco com os aspetos relacionados com o seu uso ou pesquisa, ressaltam os autores (SILVA *et al.*, 2004, p. s/n).

Com a inserção das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação esta situação agrava-se mais, uma vez que esta posição redutora não mais poderia ser mantida, tornando obsoleta a postura única de tutela da informação (SILVA *et al.*, 2002), um novo paradigma era necessário. Surge, assim, a proposta defendida por docentes da Universidade do Porto e que sustenta o curso de Ciências da Informação existente naquela Universidade: o Paradigma Pós-custodial, que tem como ênfase a concepção de uma

Ciência da Informação TRANS e INTERDISCIPLINAR, que (...) só é possível no seio de um modo de ver, de perspetivar distinto do modelado pelo paradigma anterior, em que a preocupação pela custódia e a “ritualização” do documento é secundarizada pelo estudo científico e pela intervenção teórico-prática na produção, no fluxo, na difusão e no acesso (comunicação) da INFORMAÇÃO (representações mentais e emocionais que podem estar em diversos suportes e em mutação constante). (DeltCi, 2008, p. s/p)

Esta nova visão da Ciência da Informação, que compreende a captura, o tratamento e a utilização da informação, vai ao encontro das necessidades do público-alvo, ou seja, àquele que necessita conhecer e utilizar a informação.

Mas o que vem a ser informação? O que os defensores do Paradigma Pós-custodial compreendem como informação? Para responder a estas indagações passa-se à próxima secção.

### 1.2.2. A informação

Ao estabelecerem o seu entendimento sobre informação, os defensores do Paradigma Pós-custodial partem da posição de Wilden (1984, p. 11) que assinala que o conceito de informação pode ser entendido por dois sentidos, além do significado fundamental, quotidiano:

- **A visão métrica** - oriunda da teoria clássica da informação de Claude Shannon, teoria combinatória e estatística da informação baseada na lógica e na matemática de probabilidade;
- **A abordagem diversa** – que pode se servir da primeira, nos casos em que seja aplicável, como a logística da transmissão da informação mediante sistemas artificiais como o radar e satélite, ou, conservando muito mais que o sentido métrico, o sentido quotidiano do termo informação (WILDEN, 1984, p. 11).

O autor prossegue salientando que

(...) a informação apresenta-se em estruturas, formas, Modelos, figuras e configurações; em ideias e ídolos; em índices, imagens e ícones; no comércio e na mercadoria; em continuidade e descontinuidade; em sinais, signos e significantes e símbolos; em gestos, posições e conteúdos; em frequências, entonações, ritmos inflexões; em presenças e ausências; em palavras, em ações e em silêncios; em visões e em silogismos (WILDEN, 1984, p. 11).

Analisando-se as características da informação acima estabelecidas, pode constatar-se que as mesmas só existem a partir da ação de um sujeito. Portanto a informação é um “fenómeno humano [e social]” (RIBEIRO, 2008, p. 5) que deriva do conhecimento, do pensamento, da emoção e da interação deste sujeito com o ambiente que o rodeia, esclarece Ribeiro (2008). Neste sentido, complementa

esta posição a colocação de Silva e Ribeiro (2009, p. 291) de que a gênese da informação “ocorre no cérebro, em estreita relação com a ação do indivíduo socialmente contextualizada”. Posição que esclarece e reforça o posicionamento anteriormente citado de Wilden (1984).

Paralelamente, Rodrigues (1999, p. 14) salienta que “informação pode designar ora um processo de transmissão de mensagens entre os membros de uma comunidade, ora as técnicas industriais de difusão de mensagens de massa no seio das sociedades modernas, ora um processo de tratamento informático de dados”. O autor prossegue e explica que o primeiro destes significados existe “desde os primórdios da humanidade”, o segundo surge na época moderna e o terceiro só vai aparecer na “segunda metade do século XX” (RODRIGUES, 1994, p. 14).

O mesmo autor (RODRIGUES, 1999, p. 15) também estabelece que deve entender-se que enquanto a comunicação é o processo de troca entre sujeitos, ou mais especificamente “o conjunto dos processos de interação pelos quais os homens trocam entre si e põem em comum a sua experiência do mundo”, a informação caracteriza-se por se relacionar com os “diferentes processos utilizados para a transmissão dos saberes” (RODRIGUES, 1999, p. 15). Por sua vez Silva (1998, p. 24) sustenta que a informação está relacionada especificamente com o conteúdo da mensagem “sua natureza, elaboração e difusão”. O mesmo autor (SILVA, 1998) ressalta que um dos problemas de se conceituar Informação é o seu uso polissêmico que transita de “algo de que as pessoas necessitam – uma coisa útil, - (...) ao resultado de uma ação sobre essa coisa útil.” (SILVA, 1998, p. 23). Esta diversidade de conceitos encontra eco na colocação de Capurro e Hjørland (2007, p. 160) ao ressaltarem que “atualmente, quase toda disciplina científica usa o conceito de informação dentro de seu próprio contexto e com relação a fenômenos específicos”. Esta posição fica bem clara na área das Relações Públicas ao ser tomado como parâmetro o trabalho apresentado por Simões (2006), que esclarece que não há uma unanimidade conceitual na área para Informação, entende-se que como consequência, o mesmo ocorre na área da Comunicação Organizacional. O autor (SIMÕES, 2006, p. 35) insiste que é necessário “buscar definições de outras áreas e transportá-las

para as Relações Públicas”. Com este intuito, mais uma vez, reforça-se a urgência de uma aproximação das áreas de Comunicação Organizacional/Relações Públicas com a da Ciência da Informação, uma vez que se considera ser esta a área mais apropriada para sustentar o referido conceito. Defende-se, portanto, que as áreas e profissionais da Comunicação Organizacional/Relações Públicas passem a adotar os conceitos da Ciência da Informação, garantindo, assim, um parâmetro conceitual uniforme para as referidas áreas.

Neste sentido apresenta-se a como conceito operatório de Informação a posição sustentada por Silva e Ribeiro (2009), representantes da Faculdade de Letras, da Universidade do Porto, e defensores do Paradigma Pós-custodial. Os autores (SILVA *et al.*, 2009, p. 291) estabelecem que Informação é um

(...) conjunto estruturado de representações mentais codificadas (símbolos significantes) socialmente contextualizadas e passíveis de serem registadas num qualquer suporte material (papel, filme, banda magnética, disco compacto, etc.) e, portanto, comunicadas de forma assíncrona e multidirecionada,(..).

Na posse deste conceito torna-se claro o que vem a ser informação e permite entender-se a razão pela qual, ao ocorrer o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, a distribuição e o acesso da mesma se tornou mais evidente. Isto é uma consequência dos avanços das tecnologias que permitem uma maior facilidade de registo em distintos tipos de suportes digitais, proliferando a capacidade de troca das representações mentais codificadas dos sujeitos.

É interessante registar, igualmente, o que é entendido pelos defensores do Paradigma Pós-custodial por “dado” e “conhecimento”, visto que muitas vezes, no quotidiano e mesmo na academia, os termos são apresentados como sinónimos (SIMÕES, 2006).

### 1.2.2.1. Informação, dado e conhecimento

Conforme já salientado anteriormente, Informação pode encerrar vários conceitos. Neste sentido Capurro e Hjørland (2007, p. 176) ressaltam que a própria palavra informação possui uma história muito (...) rica”, sendo inclusive “um conceito-chave em sociologia, ciência política e na economia” na atual “sociedade da informação”(CAPURRO *et al.*, 2007, p. 173). Os mesmos autores afirmam que “as definições não são verdadeiras ou falsas, mas sim, mais ou menos produtivas. De certo modo as pessoas são livres para definir termos como quiserem (...)” concluem Capurro e Hjørland (2007, p. 151).

Com o intuito de estabelecer os conceitos que se acreditam dever nortear as atividades de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, inicia-se a apresentação de algumas definições a fim de justificar a opção efetuada pelos seguidores do Paradigma Pós-custodial. Parte-se das colocações estabelecidas pelo Glossário da Sociedade da Informação (APDSI, 2012):

**dados**, *s.m.pl.*

[*ing.*] *data*

[*def.*] Representação da informação sob uma forma convencional adequada à comunicação, à interpretação ou ao processamento.

Nota: Os dados podem ser processados através de meios humanos ou automáticos.

[*v.tb.*] informação (APDSI, 2012)

**informação**, *s.f.*

[*ing.*] *information*

[*def.*] Dados e factos que foram organizados e comunicados de forma coerente e com significado e a partir dos quais se podem tirar conclusões.

[*v.tb.*] dados (APDSI, 2012)

**conhecimento**, *s.m.*

[*ing.*] *knowledge*

[*def.*] (1) Conjunto de noções e de princípios que uma pessoa adquire pelo estudo, observação ou experiência e que pode integrar nas suas capacidades.



(2) Coleção (sic) de factos, acontecimentos, crenças e regras, organizadas para uso sistemático (APDSI, 2012)

Estes três conceitos seguem de certa maneira uma sequência de abrangência iniciada pelos dados, posição também defendida por Zins (2011, p. 155) que esclarece que “Dados são frequentemente concebidos como matéria prima para a informação, que é frequentemente concebida como matéria prima para o conhecimento.” O mesmo autor (ZINS, 2011, p. 161) prossegue salientando que todas estas três dimensões – dados, informação e conhecimento – “são representadas no domínio universal por símbolos empíricos (por exemplo, símbolos que se podem perceber pelos sentidos).” Assim podem ser representadas das mais diversas maneiras e formas, mas serão sempre “uma externalização do conhecimento subjetivo” espelhando as “suas contrapartes cognitivas.”

Zins (2011, p. 161) finaliza a sua colocação salientando que:

- **Dados** são conjuntos de símbolos que representam estímulos empíricos ou percepções;
- **Informação** é um conjunto de símbolos que representa o conhecimento empírico;
- **Conhecimento** é um conjunto de símbolos que representa o significado (ou o conteúdo) de pensamentos que o indivíduo justificadamente acredita ser verdade.

Logo o que diferencia um conceito de outro é somente o que cada um dos três elementos representa pois todos são formados por conjuntos de símbolos.

Por sua vez o Dicionário Eletrônico de Terminologia em Ciência da Informação (DeltCi, 2008, p. s/p) apresenta dois conceitos para a expressão “Dados”. A primeira relacionada com a Informática e a segunda com a Ciência da Informação.

- Em Informática dado é a representação convencional, através de codificação, de uma informação de modo a permitir o tratamento eletrônico. Dado seria, assim, o código numérico correspondente a cada palavra das línguas naturais. Aceite esta acepção (sic), em Ciência da Informação dado e informação são sinónimos, pelo que se torna um conceito redundante ou inútil.
- Em Ciência da Informação serve para significar o impulso ou vibração física, eletromagnética, sísmica, etc. que através de dispositivos tecnológicos específicos são convertidos em representações gráficas (informação). Nesta acepção (sic) dado e informação são distintos.

Verifica-se assim a existência de duas posições distintas onde na primeira, que se iguala ao conceito de Zins (2011), sobressai a questão da representação através de símbolos. Neste sentido verifica-se que o conceito de “Informação” (DeltCi, 2008, p. s/p), já apresentado e defendido anteriormente (SILVA, 2009a, p. 30), engloba a explicação do porquê da não existência de diferença entre “dado e informação”. Isto porque, a informação é um “conjunto estruturado de representações mentais e emocionais codificadas “. (DeltCi, 2008, p. s/p) mas também se trata de “um fenómeno humano e social que compreende tanto o dar forma às ideias e às emoções (informar), como a troca, a efectiva interacção (sic) dessas ideias e emoções entre seres humanos (comunicar) ” (DeltCi, 2008, p. s/p)<sup>45</sup>.

Paralelamente ao intuito de conceituar “Conhecimento” o Dicionário Eletrônico de Terminologia em Ciência da Informação (DeltCi, 2008, p. s/p)<sup>46</sup> apresenta, de início, uma breve análise que remonta aos gregos, perpassa a

---

<sup>45</sup> A mesma conceituação ainda enfatiza que a partir da no século XX ocorreu uma generalização do uso do termo informação nas mais diversas áreas científicas, perpassando desde a área do jornalismo e da comunicação até a biologia e a matemática.

<sup>46</sup> Para a visualização completa da conceituação consultar <http://www.ccje.ufes.br/arquivologia/deltci/def.asp?cod=23>

Filosofia e atinge a Teoria do Conhecimento, identificando quatro<sup>47</sup> “núcleos essenciais”. Desta forma, destaca que para a Ciência da Informação o núcleo de maior interesse é o da fenomenologia do conhecimento ou da descrição do fenómeno do conhecimento, visto que

o primeiro é que parece estimular mais a generalizada e simplificada distinção entre conhecimento e INFORMAÇÃO, criando um fosso intransponível entre ambos, mas permite, também, que alguns, ainda muito poucos, usem ressignificar informação de maneira a torná-la sinónimo de conhecimento válido e falso. Sendo um mentefacto a informação mescla-se com a capacidade humana de conhecer (descobrir, compreender, dar forma a raciocínios, impressões, interrogações, etc) através do conceito crucial de representação mental e emocional. (DeltCi, 2008, p. s/p)

O referido conceito também esclarece que o interesse da Ciência da Informação diz respeito direto

à produção de conhecimento/informação mental e emocionalmente elaborados, antes mesmo de se externalizar e materializar fora do sujeito cognoscente, ou seja, antes de se tornar documento (no sentido comum e reducionista, que exclui o corpo humano da condição básica de primeiro e fundamental suporte ao pensar, ao reflectir, ao conhecer, ao informar humanos) (DeltCi, 2008, p. s/p).

Tem-se, assim, fontes distintas que ao conceituarem os termos “dados”, “informação” e “conhecimento”, criam, quer explícita ou implicitamente, um campo vastíssimo de conceitos que ora distancia, ora aproxima os três termos, aspeto que reforça a colocação de Simões (2006) já apresentada anteriormente.

Entretanto, nesta fase do trabalho, é necessário retomar um ponto referido no início deste estudo. Assim, neste momento, que afigura-se a defesa de uma maior aproximação com a Ciência da Informação por parte dos profissionais de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, e mais especificamente ainda com os defensores do Paradigma Pós-custodial. Deve-se também defender o entendimento que os representantes deste Paradigma apresentam para os três

---

<sup>47</sup> A fenomenologia do conhecimento ou a descrição do fenómeno do conhecimento; a questão da possibilidade do conhecimento; a questão do fundamento do conhecimento; e a questão das formas do conhecimento

termos e que se estrutura tendo como sustentáculo as representações “mentais e emocionais codificadas”(DeltCi, 2008, p. s/p).

Desta feita, conforme esclarece e defende Silva (2009a, p. 30)

Informação é, assim, sinónimo de conhecimento (explícito) e de dado (qualquer representação codificada por mais ínfima que seja) e contrapõe-se a cognição (conhecimento implícito ou tácito e definível como função que realiza o conhecimento, material, porquanto determinada, fisiologicamente, pelas estruturas e pelos modos de funcionamento do cérebro)<sup>48</sup>.

É preciso referir, assim, que tomar-se-á este conceito como alicerce do restante deste trabalho, podendo portanto passar-se para a secção seguinte onde será abordada a informação no âmbito das organizações.

### 1.2.3. A Informação Orgânica

Ao longo deste capítulo descrevem-se vários aspetos que compõem o processo info-comunicacional nas organizações, mais especificamente aqueles efetuados pelos componentes do público essencial de sustentação primário em comunicação interpessoal através das TDIC's. Para isso foram elucidados os conceitos utilizados pela Comunicação Organizacional/Relações Públicas e apresentadas as possibilidades de usos das TDIC's em trocas informacionais interpessoais. Mas como referido na introdução deste trabalho, a visão aqui apresentada busca elucidar as propriedades relacionadas com as trocas de informações orgânicas e não de caracterizar todo o tipo de informação. Logo, torna-se imprescindível compreender o que é a informação orgânica.

Carvalho e Longo (2002) ao citarem Rosseau e Couture<sup>49</sup>, esclarecem que as informações orgânicas caracterizam-se por comporem um conjunto de informações sobre determinado tema: elaboradas, expedidas ou recebidas no âmbito organizacional. Os autores (CARVALHO *et al.*, 2002) enfatizam ainda que

---

<sup>48</sup> Apud TIBERGHIEU, Guy (Dir.). *Dictionnaire des sciences cognitives*. Paris: Armand Colin, 2002, p.719

<sup>49</sup> ROSSEAU, Jean-Yves; COUTURE, Carol. Os fundamentos da disciplina arquivística. Lisboa: Dom Quixote, 1998. 356 p.

estas informações “mantêm relações orgânicas entre si” e são produzidas “no cumprimento das atividades e funções da organização” vindo a formar “os arquivos da instituição” – condição que o desenvolvimento tecnológico tem agilizado ao propiciar uma maior rapidez de produção e de disseminação da informação (DAVENPORT, 2002).

Contudo, destaca Silva (2006, p. 157), é importante evitar “equivocos e relacionar organicidade com acção consciente” (...) “seja rotineira ou criativa, jurídico-administrativa ou artística, científica ou literária, geradora de informação numa situação, dentro de um contexto<sup>50</sup> orgânico (institucional e informal)”. Desta forma pode-se afirmar que toda a informação produzida no âmbito de uma organização é uma informação orgânica.

Para autores como Silva e Ribeiro (2009, p. 298) toda a entidade que produz e/ou recebe e acumula informação passa a ganhar uma “noção de memória institucional ou organizacional (tal qual é vital a memória pessoal ou individual) um relevo enorme e fundamentalmente prospectivo”.

Pode desta forma ser trocada e utilizada, como recurso importante, em momentos de tomada de decisão, sendo “registada sobre diferentes suportes” (SILVA, 1998, p. 24). Suportes que com o desenvolvimento das TDIC’s passaram a estabelecer “uma dinâmica inteiramente nova na reprodução e na comunicabilidade dos conteúdos/informação” (SILVA, 2010, p. 13).

---

<sup>50</sup> Termo comum a várias línguas (português, espanhol, francês, italiano, inglês, etc) dicionarizado como a inter-relação de circunstâncias que acompanham um facto ou uma situação ou como a composição e o que envolve e condiciona um elemento que aí se destaca, mas com raízes no campo literário e linguístico: encadeamento das ideias de um escrito ou ainda o que constitui um texto no seu conjunto. Em Ciência da Informação, mais precisamente nos estudos de comportamento informacional, é um conceito operativo oportuno a par de meio ambiente, embora possa ser dispensado por quem use de forma extensiva e intensiva a teoria sistémica. Há, porém, óbvias vantagens de usá-lo estritamente no âmbito das atitudes humanas e sociais emergentes do fenómeno info-comunicacional. Neste sentido, define-se como uma unidade agregadora de elementos materiais (um edifício, um ou mais aposentos quaisquer que constitui cenário para a acção info-comunicacional), tecnológicos (mobiliário, material de escritório, computadores com ou sem ligação à Internet, etc.) e simbólicos (o estatuto e os papéis desempenhados pelas pessoas ou actores sociais) que envolvem o(s) sujeito(s) de acção info-comunicacional através de momentos circunstanciais delimitados cronologicamente (situação). Engloba dois tipos essenciais: orgânico e efémero. O CONTEXTO orgânico pode ainda ser institucional (em que a unidade agregadora é determinada estruturalmente por uma instituição pública ou privada, mas com aparelho político-administrativo) e informal (em que a unidade agregadora é determinada estruturalmente por entidades individuais e colectivas, sem ou com reduzido aparato burocrático e de génese e extinção rápidas). O contexto efémero possui uma variedade de graus que vão do mais accidental e volátil, como é o caso de um grupo de pessoas conhecidas que se encontram na rua a conversar (emitir e receber informação), o caso dos comícios, das manifestações espontâneas e organizadas, etc., podendo confundir-se com situação, até ao mais perene e regulado, como é o caso das tertúlias de amigos que se reúnem periodicamente. Este tipo concreto de contexto efémero pode converter-se em contexto orgânico informal. A linha divisória é ténue, mas existe. Quando os contextos se cruzam, sobrepõem ou coexistem estamos perante uma relação contextual de complexidade variável. DeltCi -

Mas se no contexto organizacional ocorre a comunicação formal e a comunicação informal, caracterizadas pela origem ou pela media onde circula a informação, encontra-se na bibliografia a mesma divisão de nomenclatura formal e informal para designar determinados tipos de informação, como será visto a seguir.

#### 1.2.3.1. Informação orgânica formal e informal

A informação formal é considerada, segundo autores como Carvalho (2001) e Gonçalves e Freire (2007), como aquela emitida ou oriunda de fontes oficiais, como as organizações, as chefias ou as publicações. Por outro lado, a informação informal é aquela que surge de fontes humanas, tendendo para a comunicação interpessoal. Por ter como fonte os indivíduos, permite uma maior relação com aspetos presentes e futuros, possuindo um “maior valor estratégico”, como o ressalta Carvalho (2001), pois a fonte acaba por agir de certa maneira como um filtro aperfeiçoando e adequando as informações.

Davenport (2002) salienta que a disseminação das TDIC's e a redução de níveis de gerência têm dado origem a uma maior propagação das informações através do “ambiente organizacional”, inclusive da informação informal, que está diretamente ligada com o ato de compartilhar, ação distinta do relato, que por sua vez estaria ligada à transmissão da informação formal. Mas o mesmo autor ressalta que “na maioria das empresas ocidentais, nem a informação formal, nem a informal fluem bem entre departamentos diferentes. Existe todo tipo de barreira<sup>51</sup> impedindo o fluxo (...)” (DAVENPORT, 2002, p. 116).

Pode concluir-se assim, como enfatizam Gonçalves e Freire (2007, p. 19) que os canais informais e a informação informal têm como origem os sujeitos integrantes das organizações e não a organização. Daí poder-se-á então indagar: Não seriam todas as informações produzidas por indivíduos? Acredita-se que sim, tendo em vista que quando foram apresentados os conceitos de “dados”, “informação” e “conhecimento”, verificou-se que o ponto de partida de todos estes

---

<sup>51</sup> Relembre-se que toda barreira é um tipo de ruído que pode vir acarretar o não entendimento da informação encaminhada.

conjuntos de signos são os sujeitos geradores dos mesmos, o primeiro suporte das informações.

Constata-se, portanto, que na verdade a questão de formalidade ou informalidade está muito mais relacionada com o contexto onde os sujeitos estão inseridos e com o papel que os mesmos representam no referido contexto. Para clarificar esta posição reporta-se ao conceito de “contexto” emitida pelo Dicionário Eletrônico de Terminologia em Ciência da Informação que especifica que o

O Contexto orgânico pode ainda ser institucional (em que a unidade agregadora é determinada estruturalmente por uma instituição pública ou privada, mas com aparelho político-administrativo) e informal (em que a unidade agregadora é determinada estruturalmente por entidades individuais e colectivas, (sic) sem ou com reduzido aparato burocrático e de génese e extinção rápidas) (DeltCi, 2008, p. s/p).

Pode afirmar-se igualmente que ao estar inserido no contexto orgânico institucional, o sujeito torna-se responsável pela geração e produção das informações formais e no contexto orgânico informal responsável pela produção das informações informais. Seria, contudo, interessante saber se esta divisão tão objetiva é suficiente para caracterizar a produção de um ou outro tipo de informação. Responder-se-á a esta reflexão mais adiante neste estudo.

Retoma-se agora as colocações de Gonçalves e Freire (2007, p. 4) no sentido de melhor compreender e aprimorar a diferença estabelecida por informação formal e informal. Os autores (GONÇALVES *et al.*, 2007) auxiliam-se do conceito de Araújo<sup>52</sup> que considera que os canais de fluxo de informação são os responsáveis pela caracterização da formalidade ou informalidade da informação e não o conteúdo da informação. Entende-se, portanto, que a autora e seus seguidores estariam na verdade a tentar identificar a forma como poderá ser resgatada, como efetivamente se recolhe a informação. Isto porque se estaria a relacionar os media, ou seja, os meios, os canais comunicacionais por onde a informação circula, e, conseqüentemente a capacidade das organizações resgatarem esta informação. Acorda-se que, assim, aparentemente não se estaria

---

<sup>52</sup> ARAÚJO, Vania Maria Rodrigues Hermes de. Estudo dos canais informais de comunicação técnica: seu papel em laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, na transferência de tecnologia e na inovação tecnológica. 1978. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) -IBICT – UFRJ, Rio de Janeiro, 1978.

a qualificar a informação, mas sim, a caracterizar novamente o que já foi enunciado na secção Comunicação Organizacional como sendo a Comunicação Formal e Comunicação Informal, e como consequência se estariam a gerar duas terminologias para os mesmos acontecimentos.

Contudo, Le Coadic (2004, p. 34-35) que segue a mesma linha de raciocínio apresenta subsídios mais específicos sobre os elementos formais e informais do “processo de comunicação”, considerando que as suas diferenças se encontram relacionadas com as características de armazenamento, de atualidade e principalmente de autenticidade da informação. Salienda-se que também este autor (LE COADIC, 2004) não caracteriza o conteúdo, os elementos do discurso contido na informação, mas aponta as características da informação relacionadas com a sua amplitude, o seu armazenamento, a sua disseminação e principalmente a sua capacidade de recuperação para estabelecer sua formalidade ou informalidade, conforme demonstra o quadro comparativo reproduzido a seguir.

<b>Elemento formal</b>	<b>Elemento informal</b>
Pública (audiência potencialmente importante)	Privada (audiência restrita)
Informação armazenada de forma permanente, recuperável	Informação não armazenada, não recuperável
Informação relativamente velha	Informação recente
Informação comprovada	Informação não comprovada
Disseminação uniforme	Direção de fluxo escolhida pelo produtor
Redundância moderada	Redundância às vezes muito importante
Ausência de interação direta	Interação direta

**Quadro 1** -- Diferenças entre os elementos formais e informais da comunicação da informação - Fonte Le Coadic (2004, p. 35)

Partindo desta classificação, ao analisar-se o quadro anterior, constata-se, porém, que atualmente com a utilização e a disseminação das TDIC's vários dos aspetos colocados por Le Coadic (2004) possuem configurações conflituosas com a atual realidade, como é exemplo o caso do correio eletrónico. Com efeito, ao



utilizarem o serviço de correio eletrônico os integrantes do público essencial de sustentação primário de uma organização enviam *e-mails* com determinadas informações que podem ser facilmente eliminados e seus conteúdos não serem recuperáveis, ocorrendo assim a perda das informações. De facto, podem também ser emitidos *e-mails* apenas para uma parte dos integrantes deste segmento de público, ou seja, para uma audiência restrita. Esta situação caracterizaria a informação contida nos *e-mail* com os elementos informais. Mas, por outro lado, se estes *e-mails* integrarem as ações estabelecidas através de um Plano de Comunicação e forem utilizados para a transmissão de informações oficiais da Diretoria de uma organização para os mesmos integrantes do segmento do público essencial de sustentação primário, passariam então a ser caracterizados com os elementos formais ou seja seriam informações orgânicas formais “que oficializam e ratificam” as ações organizacionais (GONÇALVES *et al.*, 2007, p. 19).

Mas o mais importante de tudo se o aplicativo de correio eletrônico for oferecido pela organização, controlado, monitorizado e gerido por elementos integrantes da organização, toda a troca que ocorresse via este aplicativo estaria a existir dentro de um contexto de formalidade, passando posteriormente a ser discutido, em função de seus conteúdos, a necessidade de manutenção e inclusão de quais deles no rol de informações a serem preservadas.

Neste cenário verifica-se uma certa dificuldade de caracterizar, nos moldes até aqui apresentados, o que são informações orgânicas formais e informais. Vincular a classificação da sua origem às pessoas é incoerente, uma vez que sempre haverá um sujeito emissor. Por outro lado, vinculá-las somente aos meios ou canais de comunicação também torna-se relativamente instável, pois como se viu um mesmo meio, pode ser utilizado de maneira formal ou informal, segundo os critérios anteriormente descritos.

Assim, o mais indicado para sua caracterização poderá ser o contexto onde a mesma é produzida e disseminada, mas ainda assim com ressalvas ao conceito estabelecido pelo Dicionário Eletrônico de Terminologia em Ciência da Informação (DeltCi, 2008, p. s/p). Isto porque, ao explicitar o contexto efêmero, é especificado que certo tipo de contexto efêmero pode converter-se em contexto

orgânico informal. O dicionário (DeltCi, 2008, p. s/p) ressalta que a linha divisória é ténue, mas que existe. Deste modo, a definição chama a atenção para o facto de que os contextos podem se cruzar, se sobrepor ou coexistir, propiciando uma relação contextual de complexidade variável.

Além disso, considera-se que a inclusão das TDIC's acentua ainda mais o carácter de relações contextuais de complexidade variável. Assim, entende-se que uma outra classificação para a comunicação da informação orgânica deveria ser incluída possibilitando, deste modo, identificar e classificar de uma forma mais coerente as partilhas informacionais orgânicas efetuadas através dos meios digitais informais.

Relembra-se, aqui, que um dos objetivos deste trabalho visa o estabelecimento desta nova classificação para as informações partilhadas entre os integrantes do público essencial de sustentação primário. Esta nova classificação possibilitará a construção de um Modelo info-comunicacional mais completo e consistente que conjugue tanto as questões do Composto Comunicacional (KUNSCH, 2003), as TDIC's (CORRÊA, 2009b), o contexto (DeltCi, 2008) e a partilha de informação orgânica (CARVALHO *et al.*, 2002) entre os integrantes do segmento de público aqui estudado. Espera-se que este Modelo sirva para um melhor entendimento do fluxo info-comunicacional organizacional interno auxiliando os profissionais de Comunicação Organizacional/Relações Públicas e Gestão da Informação.

#### **1.2.4. Gestão da Informação**

Atualmente a atividade e a expressão de gerir informações, segundo Silva (2005), passaram a fazer parte do quotidiano da maioria dos indivíduos e das organizações, uma vez que o desenvolvimento das TDIC's propiciou uma maior distribuição e partilha informacionais. Isto porque à medida que ocorre um maior fluxo de informações torna-se necessário estabelecer instrumentos capazes de recolher, selecionar, armazenar e distribuir as informações de efetivo interesse, seja para os indivíduos, seja para as organizações.

Em relação às organizações, ambiente que é estudado nesta pesquisa, Rascão (2008, p. 30) destaca que, por serem as organizações sistemas abertos, cabe aos gestores interagirem com o meio circundante onde estão localizadas. Só assim poderão efetuar a recolha das informações e a conseqüente gestão das mesmas, propiciando aos sujeitos que as compõem os subsídios informacionais desejados para tomadas de decisões e execução de ações efetivas.

É relevante frisar que apesar de não existir um conceito único para “Gestão da Informação”, Silva (2005, p. 95) destaca que a mesma “compreende um conjunto diversificado de atividades (...)” relacionadas com a produção, o tratamento, o registo e a guarda, a comunicação e uso da informação. Atividades que se dividem em sete (07) passos que operam dentro de parâmetros relacionados com o produtor, o consumidor e com a gestão e a preservação da informação. Esta sequência operacional é representada, como destaca Pinto (2009, p. 46), com a denominação de Ciclo de Gestão da Informação e possui a forma gráfica que se segue.

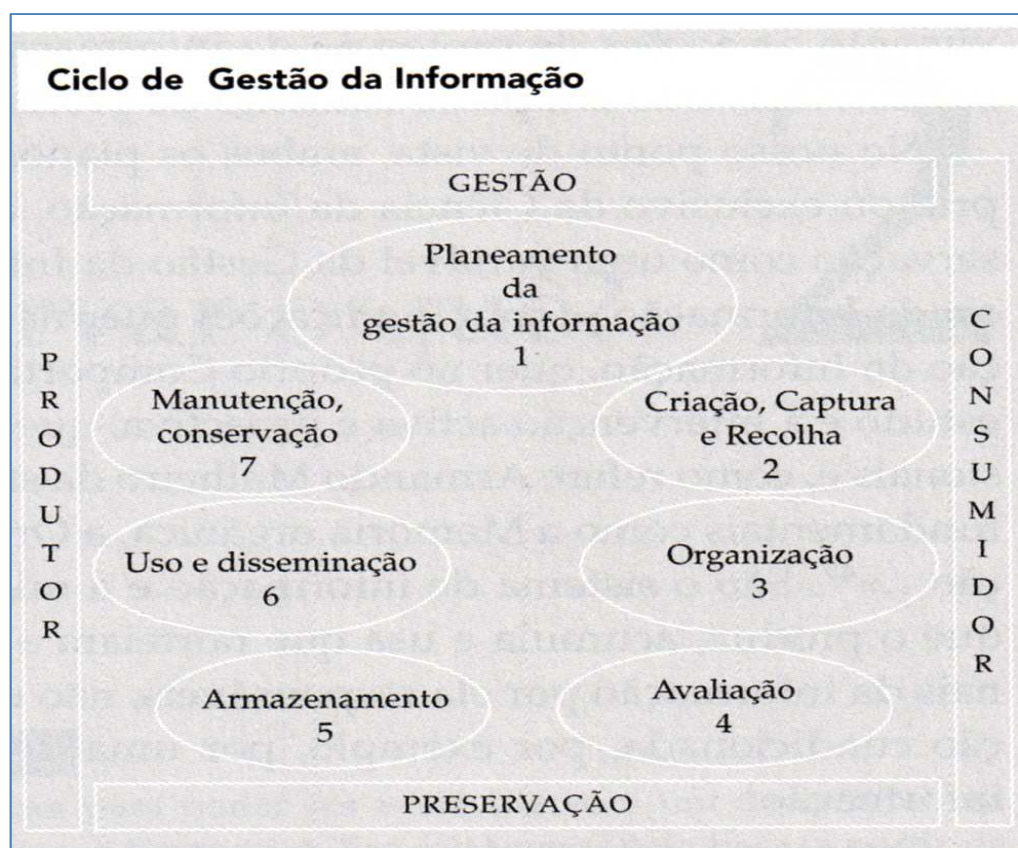


Figura 5 – Ciclo de Gestão da Informação, Fonte: Pinto (2009, p. 35)

O interesse deste estudo está focalizado na segunda etapa do ciclo de Gestão da Informação, composta pela Criação, Captura e Recolha, por ser nesta etapa onde são encontradas as trocas e as partilhas info-comunicacionais efetuadas pelo público essencial de sustentação primário de informações relacionadas com a organização e a atuação dos mesmos, por meios comunicacionais informais sem a tutela da organização. É efetivamente nesta etapa, na fase de criação, que poderá ser detetado um tipo específico de informação, que atualmente, a nosso ver, não tem recebido a devida atenção.

Defende-se, que ao conceituar e conseqüentemente caracterizar este tipo de informação, estar-se-á a colaborar tanto com o estado da arte da área de Comunicação Organizacional/Relações Públicas como com o da Gestão da Informação. Considera-se, assim como Canário (2010, p. 114) que ao se colocar “categorias à informação” poder-se-á “facilmente arrumá-la, ordená-la” e “mais facilmente perceber o seu valor” e como conseqüência permitir aos profissionais das áreas em questão utilizá-las de maneira mais adequada, uma vez que, este tipo de informação interessa aos profissionais de ambos os campos, aspeto que será melhor elucidado no capítulo subsequente.

Até o momento apresentou-se o referencial teórico que tem sido trabalhado como alicerce deste estudo: Comunicação Organizacional e Informação Orgânica, perpassando as aplicações possíveis de serem utilizados pelos integrantes do segmento do público essencial de sustentação primário. Passa-se, a seguir, a apresentar os estudos que exploraram o uso destas aplicações pelo respetivo público.

### **1.3. Comunicação Interpessoal (P2P) em contexto de comunicação organizacional interna**

As TDIC's, como se constatou pelas características das aplicações possíveis de serem utilizadas em comunicação interpessoal (P2P), citadas no Capítulo Um, subitem 1.1.6.1, propiciaram à sociedade e às relações pessoais, em termos de comunicação e troca de informações, um uso variado, e a cada dia

mais distinto, criando vários caminhos e possibilidades. Estas mesmas oportunidades também migraram para o ambiente organizacional, tanto externo como interno, porque além de propiciarem uma escala de custos compensadora, as TDIC's, e mais amplamente a *WEB 2.0*, estabeleceram um ambiente que possui características inovadoras, que se aperfeiçoa constantemente, e que permite ao utilizador controlar seus dados e efetuar novas escolhas (O'REILLY, 2005).

A *web* tornou-se, portanto, um espaço em potencial para as mais variadas expressões comunicacionais, incluindo a composta pelo fluxo info-comunicacional orgânico digital, uma vez que na sua competência central encontra-se a arquitetura de participação que se aproveita da inteligência coletiva e permite a pesquisa multivariada e a transformação de dados, (RECUERO, 2009). Com estas características as TDIC's concebem um ambiente onde se destacam os serviços de *chat*, o correio eletrônico, os blogues, os serviços de mensagens instantâneas e as comunidades virtuais, meios comunicacionais estes que muito interessam à Comunicação Organizacional/Relações Públicas. Nesse sentido abordou-se, em publicações passadas, as potencialidades que a *WEB 2.0*, e as TDIC's possuem, permitindo o aprimoramento das relações com o público essencial de sustentação primário (LIEDKE, 2010, 2009, LIEDKE *et al.*, 2008). Nesta mesma linha outros autores têm explorado, tanto as potencialidades, como as características e a forma do uso das TDIC's para as organizações e são alguns destes estudos que se apresentam a seguir demonstrando algumas tendências e linhas de pesquisa detetadas, que enfatizam o tratamento oferecido para as questões relacionadas com o segmento do público essencial de sustentação primário.

Cabe ressaltar, no entanto, que em alguns dos trabalhos encontrados a referência do uso das TDIC's em ações e planejamentos de Comunicação Organizacional/Relações Públicas para o público essencial de sustentação primário é efetuada de forma ínfima se comparada com as possibilidades relacionadas a área mercadológica. Na sua maioria, a bibliografia analisada apenas indica que para este segmento de público podem ser utilizados diversos tipos de aplicações, tais como os serviços de correio eletrônico, os *blogues*, os

sítios web e as Intranet, entre outros. Os exemplos destas colocações remontam desde 1997 como o trabalho de Sherwin e Ávila (1997) em que os autores apresentam as características, as formas de operacionalizações e as possibilidades de uso dos recursos oferecidos pela Internet para a Comunicação Organizacional/Relações Públicas. Entretanto a publicação elaborada por Sherwin e Ávila (1997) seguia a tendência de apresentar uma maior ênfase para as possibilidades de ações relacionadas com o mercado e com os contactos externos às organizações, dedicando apenas algumas referências as possibilidades de uso da Intranet pelo público interno.

Na mesma linha de apresentar exíguas menções relacionadas ao uso da Internet, para o público essencial de sustentação primário, encontra-se o trabalho de Haig (2000, p. 114-119) que apresenta apenas um capítulo denominado de *Internal e-PR*. Nele o autor discorre sobre as potencialidades do uso de aplicações e serviços para aquele segmento de público. Um dos itens destacados pelo Haig (2000, p. 118) diz respeito à questão da segurança, onde são salientados três aspetos aos quais os profissionais da Comunicação Organizacional/Relações Públicas devem ficar atentos no intuito de garantir o uso adequado das TDIC's, a saber:

- **Estabelecer uma política de utilizador** – criar regras e diretrizes para o uso da Intranet e dos *e-mails* para todos os funcionários;
- **Monitorizar a atividade** – porque embora o objetivo *e-PR* seja estimular o livre fluxo de informações dentro da organização, torna-se necessário estabelecer um controlo, sendo imprescindível, para isso, designar uma pessoa como responsável pelo conteúdo da Web Intranet e dos *newsgroups*;
- **Limitar o uso de funcionários** – isto é, que quando alguém deixa a organização a sua conta de Intranet deve ser fechada <sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Tradução da autora - As well as using firewall technology, you will also need to take steps to ensure that the Intranet is used appropriately within your business. To do this you will need to:

- Establish a user policy - e-mails rules and guidelines for using the Intranet to all your employees
- Monitor activity. Although the e-PR aim is to encourage a free flow of information within organization, you will still need to insurance that someone is responsible for content of the Intranet's Web and newsgroups.

O autor (HAIG, 2000, p. 119) finaliza o capítulo com um pequeno resumo onde destaca que a Internet e os serviços disponíveis em Intranet podem ajudar a criar uma organização onde seus integrantes se tornam mais próximos, permitindo às pessoas a interação com maior frequência e de forma eficiente. Além disso as TDIC's também podem ajudar a gerar o entendimento mútuo entre os diferentes departamentos via *e-mail* ou outros serviços disponíveis nas Intranet como os *newsgroup* ou as páginas da *web*<sup>54</sup>, ressalta Haig (2000). Os pontos evidenciados pelo autor são de extremo interesse para este estudo e serão retomados no decorrer do mesmo.

Prossegue-se com a apresentação de outros trabalhos onde foram detetados apenas alguns tópicos sobre o uso da Internet e das suas aplicações. Exceção, por exemplo, é o trabalho de Terra (2005) que apresenta de forma clara e concisa as várias possibilidades de uso das TDIC's no planeamento das ações de Comunicação Organizacional/Relações Públicas permitindo, por sua vez a visualização e a amplitude destes usos, tanto para o público não essencial, como essencial, discorrendo de forma equilibrada sobre ambos os segmentos de públicos.

A mesma autora (TERRA, 2006), num outro trabalho, explora a possibilidade do uso, por parte de elementos do segmento de público essencial de sustentação primário, dos ambientes virtuais previamente existentes sem a tutela das organizações. Terra (2006) esclarece ainda que nestes ambientes, sejam eles oferecidos através de aplicações ou serviços específicos, podem vir a ocorrer trocas info-comunicacionais, de forma espontânea por vários integrantes daquele segmento de público, tendência também relevante para este estudo.

No que se refere ao uso dos blogues nos planeamentos de Comunicação Interna/Relações Públicas os autores Barbosa e Granado (2004, p. 64) ressaltam que os mesmos podem ser utilizados para “ações de relações públicas e de promoção interna da empresa, e na resolução de problemas de comunicação

---

- Limit usage to current employees only. This means that when someone leaves to go elsewhere his or her Intranet account should be closed. HAIG - E-pr: The Essential Guide to Public Relations on the Internet, p. 118

<sup>54</sup> The Internet and Intranet technology can help bring an organization closer together by enabling people to interact with another frequently and efficiently. It can also help generate mutual understanding between different departments via e-mail or Intranet-based news-groups and web pages -, p. 119

horizontal ou vertical (...). Além de destacarem que nos blogues a informação está “guardada num espaço centralizado”, salientam igualmente a possibilidade de se efetuarem trabalhos em equipa em “projectos conjuntos, com destaque para situações em que os elementos da equipa estão em locais geográficos diversos” (BARBOSA *et al.*, 2004, p. 65). Com este mesmo posicionamento Scoble e Israel (2006) apresentam alguns parágrafos explicando como algumas organizações incentivam e outras proíbem o uso dos blogues por parte do público essencial de sustentação primário.

Em todas estas publicações, verifica-se claramente a existência de uma maior tendência em explorar as potencialidades de uso da TDIC's em relação aos públicos não essenciais à organização e uma menor ocorrência relativa aos mesmos aspetos e o público essencial de sustentação primário. Nesta menor incidência de trabalhos, contudo, foram verificadas duas linhas de estudos citando blogues para o segmento de público em questão: uma que segue a tendência apresentada por Terra (2006) de enumerar qualidades e possibilidades de uso e outra, na linha dos estudos de Huh e *et al* (2007) e Efimova e Gudín (2007), que analisa a perceção dos colaboradores das organizações ao usar os blogues internos e cujas conclusões reforçam e validam a posição de Terra (2006, p. 3-4) de que

(...) o blog interno pode ser uma colaboração entre membros de um projeto (blog de projeto), pode servir como uma intranet (blog como intranet) ou ainda, pode funcionar como um ouvidor interno (blog como ombudsman/ouvidor). Os blogs internos são geralmente referidos como ferramentas para a colaboração e gestão do conhecimento.

Entretanto os blogues internos têm servido principalmente como media de troca de informações, além de serem úteis como ferramentas de trabalho colaborativo, não tendo sido, contudo, explorado todo o seu potencial como veículo de Comunicação Organizacional Interna. Nesse mesmo sentido o trabalho de Henriksson, Mikkonen e Vadén (2008) narra os resultados obtidos em relação às rotinas de uso de *wikis* no ambiente organizacional, reforçando à sua principal característica: a interação mediada por computador para a construção



colaborativa<sup>55</sup>. Pode ser notado que os trabalhos apresentados, até ao momento, visam ostentar indicações de possibilidades de uso das ferramentas e aplicações das TDIC's por parte de profissionais que planeiam a Comunicação Organizacional Interna, sem contudo efetuar análise ou pesquisa sobre a efetiva utilização neste campo.

Por sua vez, foram detetados estudos singulares que têm como finalidade conhecer, não só as rotinas e as modificações ocorridas com as relações ao passarem para ambientes *online*, mas também as motivações de uso das TDIC's por parte do público de interesse deste estudo. Um exemplo é a pesquisa desenvolvida por Garret e Danziger (2008), junto a trabalhadores<sup>56</sup> nos Estados Unidos, onde os autores apresentam a análise dos efeitos que a interrupção das atividades profissionais sofre pelo constante recebimento e envio das mensagens instantâneas, transmitidas através de dispositivos digitais. É interessante verificar que as conclusões dos autores (GARRETT *et al.*, 2008) reforçam a ideia de que os participantes do estudo empregam uma boa parte do seu tempo laboral na troca de informações com seus colegas de trabalho. Assim os resultados obtidos junto dos inquiridos confirmam que são constantemente efetuadas ações de comunicação. Contudo, os mesmos participantes enfatizam os aspetos positivos dessas trocas que muitas vezes agilizam a execução da própria atividade profissional desenvolvida e propiciam um maior conhecimento das atividades efetuadas pelos colegas de trabalho.

No que diz respeito a estudos sobre a utilização do correio eletrónico por parte do público essencial de sustentação primário destaca-se o trabalho de Roman (2005) que defende a ideia que a troca de *e-mails* informais entre os integrantes das organizações reconstrói a sociabilidade perdida. Na verdade, o autor (ROMAN, 2005, p. 77) aponta para a importância da “comunhão. Compartilhar as mesmas mensagens é uma forma de identificação entre as pessoas que participam da rede”. Nesse sentido, o autor demonstra, que apesar do correio eletrónico ser um canal oficial, uma vez que através dele são “disseminadas informações que visam assegurar o perfeito funcionamento da

---

<sup>55</sup> Para aprofundar as questões relacionadas a interação e construção colaborativa sugerimos a leitura de Primo, Alex *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina. 2007

<sup>56</sup> A pesquisa foi desenvolvida através de contato telefónico de forma aleatória, com uma amostra final de 912 respondentes.

organização, (...) mensagens sérias impessoais e formais (...)", também "circulam brincadeiras, piadas infames, denúncias bem humoradas" (ROMAN, 2005, p. 75) e diversos outros textos que buscam amenizar a rotina e a "velocidade dos processos de trabalho" celebrando um maior companheirismo e restabelecendo "relações solidárias e fraternas" (ROMAN, 2005, p. 78).

Um outro estudo relacionado com este serviço e com relevância para esta investigação é o trabalho realizado por Dabbish e et al. (2005) cuja pesquisa tem como objetivo verificar o como e o porquê das pessoas usarem o correio eletrônico no trabalho. Os autores (DABBISH *et al.*, 2005) debruçaram-se sobre a importância concedida aos *e-mails* e à forma como estes foram atendidos e respondidos, tendo como parâmetro as características das mensagens e os remetentes. Além disso, os mesmos estudiosos (DABBISH *et al.*, 2005) examinaram as rotinas estabelecidas pelos utilizadores, investigando como eles classificam as suas mensagens e quais os seus procedimentos em relação às respostas, à eliminação, à categorização e à manutenção dos *e-mails* recebidos nas organizações. Assim, Dabbish e *et al.* (2005) consideram que os *e-mails* possuem diferentes propósitos e identificam seis elementos chaves<sup>57</sup> que categorizam as mensagens: solicitação de ação, atualizações de *status*, lembretes, pedidos de informação e de respostas, solicitações de agendamento e respostas, e conteúdo social.

Constatou-se, contudo, que de todos os trabalhos analisados, dois mereceram maior interesse da nossa parte: o de Dimicco e *et al.* (2008) e o de Zhao e Rosson (2009).

O estudo de Dimicco e *et al.* (2008) explora as motivações que levam o público essencial de sustentação primário de uma organização, neste caso os integrantes da IBM, a utilizar os contextos virtuais. A pesquisa também enumera uma listagem<sup>58</sup> onde são apresentados os temas das informações compartilhadas entre estes utilizadores. Destaca-se que o ambiente analisado foi o de um serviço

---

<sup>57</sup> Tradução da autora By considering the different purposes that email serves in an organization we identified six key message content elements, adapted from the categories presented by [5, 9]. These are: action requests, status updates, reminders, information requests and responses, scheduling requests and responses, and social content. DABBISH [et al.] - Understanding email use: predicting action on a message, p. 693

<sup>58</sup> Quadro resumo é apresentado no Capítulo 2 contendo os tipos de informação detetados pelos autores DIMICCO [et al.] - Motivations for social networking at work.

integrado na Sistema Intranet da organização e que permitia a criação e manutenção, por parte dos colaboradores da organização, de um perfil pessoal, semelhante aos moldes dos ambientes oferecidos pelo *Facebook*, *Google+* ou *Orkut*.

Com o mesmo intuito de conhecer as motivações de uso, Zhao e Rosson (2009) analisaram o como e o porquê da utilização do Twitter, em ambientes profissionais. Os autores (ZHAO *et al.*, 2009) estabeleceram cinco<sup>59</sup> (05) motivos que levam os entrevistados a usar o Twitter com fins sociais:

- **Manter contacto com amigos e colegas;**
- **Aumentar a visibilidade de coisas interessantes nas suas redes sociais;**
- **Recolher informações úteis para o trabalho ou outros interesses pessoais;**
- **Buscar ajuda e opiniões e**
- **Libertar o stresse emocional.**

Zhao e Rosson (2009) verificam que estas motivações não diferem das relatadas em outros estudos sobre TDIC's como os que analisaram a motivação do uso de mensagens instantâneas, dos *blogues* e dos *feeds Rss*. Apesar da amostra do segundo estudo ser reduzida, em oposição ao volume de utilizadores detetados no contexto da IBM, ambos, além de alcançarem os objetivos propostos pelos autores, propiciaram um inventário de temas e características das informações compartilhadas pelos utilizadores de ambas as aplicações, rol que serviu de subsídio para a elaboração dos Questionários (Anexos D e E) aplicados neste trabalho, bem como auxiliam a defesa da tipologia de Informação orgânica digital espontânea.

---

<sup>59</sup> Tradução da autora - Our interviewees reported using Twitter for a variety of social purposes, including (1) keeping in touch with friends and colleagues; (2) raising visibility of interesting things to one's social networks; (3) gathering useful information for one's profession or other personal interests; (4) seeking for helps and opinions; and (5) releasing emotional stress. These motivations seem to be quite similar to purposes reported in studies of other social media for (e.g., IM, Blogs, and RSS), and as such offer little insight about why people use Twitter. - ZHAO;ROSSON - How and why people Twitter: the role that micro-blogging plays in informal communication at work, p. 245

Um trabalho que também se destaca é o desenvolvido por Friedl e Verčič (2011) que, apesar de ser considerado pelos autores como um estudo piloto, trás uma importante contribuição para o estudo da comunicação interna e o uso das TDIC's. Os autores detetaram, numa amostra com trezentos e dez (310) elementos composta de trabalhadores oriundos da Ásia, Europa, Canada e Estados Unidos <sup>60</sup>, todos nativos digitais<sup>61</sup>, que apesar dos participantes da pesquisa usarem diariamente as redes sociais, quando indagados sobre suas preferências em temas de comunicação interna a escolha recaí sobre os e-mails, *newsletters* e notícias transmitidas através do sistema de intranet. Os participantes da pesquisa também enfatizam que os canais de comunicação preferidos para discussões com os gerentes são os fóruns de discussão e as reuniões de funcionários. A grande supressa que os resultados deste estudo trazem, como salientam os autores (FRIEDL *et al.*, 2011), é que apesar da opinião popular acreditar que os nativos digitais preferirem sempre o uso da tecnologia, em termos profissionais, ainda possuem a tendência de optar por alguns dos canais de comunicação não digitais.

Também nesta linha de investigar as preferências do público essencial de sustentação primário encontra-se a pesquisa desenvolvida por White, Vanc e Stafford (2010). A pesquisa demonstra que a media escolhida como suporte para a informação tem relação direta com a satisfação e o entendimento da informação. Apesar de considerarem o correio eletrónico como um media eficiente para a troca de informações, os entrevistados<sup>62</sup> ressaltam ainda a preferência pelo face-a-face, pelas comunicações interpessoais e pelas interações dialógicas. Os participantes da pesquisa enfatizaram que as reuniões, apesar de serem reconhecidas como demoradas, são o canal melhor *feedback* por proporcionarem um tempo junto aos gestores do topo da organização.

---

<sup>60</sup> Dos trezentos e dez elementos (310) 25% oriundos da Europa e, 12 % do Canada e dos Estados Unidos e os restantes aproximadamente 63 % são Asiáticos e dentro destes 50% são da Índia.

<sup>61</sup> Todos com menos de 27 anos

<sup>62</sup> Pesquisa desenvolvida com 147 funcionários de diversos campus de uma universidade dos Estados Unidos

Nesta mesma linha de pesquisa encontra-se a investigação desenvolvida por Ean (2010, p. 34) que revela que os entrevistados<sup>63</sup> ainda preferem o face-a-face para receberem instruções de trabalho e construírem suas relações interpessoais dentro da organização. Esta preferência é justificada segundo os entrevistados por permitir de forma rápida o recebimento da instrução bem como a possibilidade no mesmo instante tirar e clarear todas as dúvidas sobre as instruções.

Os resultados obtidos nestas três investigações (EAN, 2010, FRIEDL *et al.*, 2011, WHITE *et al.*, 2010) junto aos colaboradores de organizações, sobre o uso das TDIC's na comunicação interna, comprovam efetivamente que os planeadores da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, ao elaborarem as ações de comunicação interna necessitam conhecer os canais preferências dos componentes da organização, a fim de não estabelecerem canais de comunicação inadequados e desperdiçarem custos operacionais.

Outro fator relevante, relacionado ao planejamento da Comunicação Organizacional/Relações Públicas é a pesquisa<sup>64</sup> desenvolvida por Zerfass e *et al.* (2012, p. 64-65) que demonstra que atualmente os media sociais são considerados de grande relevância para a gestão da comunicação, mas ainda ocupam baixas incidência de utilização – abaixo de 50% – por parte das organizações europeias, resultado que vem ao encontro das preferências dos colaboradores expostas nas pesquisa anteriormente citadas.

Com maiores especificações sobre as diferenças existentes em relação ao uso das TDIC's na comunicação interna encontra-se o estudo, conduzido por White (2011), em três grandes organizações sediadas na Europa – Shell, Comissão Europeia e o Foreign and Commonwealth Office, FCO relacionado ao Ministério de Assuntos Estrangeiros da Inglaterra – e que demonstra que mesmo que sejam vários os canais utilizados em ações de comunicação interna, lentamente as organizações estão obtendo por parte de seus colaboradores a

---

<sup>63</sup> Majority of the interviewees perceived that face-to-face interactions are best used for employees to build interpersonal relationships with their managers and also for managers to transmit work instructions and daily operations to their employees.

<sup>64</sup> A pesquisa de 2012 de Zerfass e colaboradores abrangiu 42 países da Europa, inclusive Portugal, outros estudos anualmente tem sido feitos pela equipa desde 2007, <http://www.zerfass.de/ecm/index.htm>

aceitação do uso das TDIC's internamente. O estudo detetou que o *Yammer*<sup>65</sup>, uma versão interna semelhante ao *Facebook*, tem sido usado pela Comissão Europeia com êxito, principalmente em momentos de crise. Por sua vez na Shell os media sociais tem oferecido, internamente, um espaço privilegiado de trocas e partilhas de colaboração, bem como, também tem servido de espaço para trocas informais. Em relação a terceira organização a FCO, os media sociais tem sido visto ainda com cautela pelo público interno que se preocupa, principalmente, com os aspetos relacionado a circulação e a segurança das informações.

Para finalizar os exemplos de utilizações da TDIC's em ações de comunicação interna reporta-se ao trabalho de Secomandi, Barone e Balduzzi (2011). Os autores demonstram através do estudo de caso executado em uma empresa de soluções médicas líder de mercado com várias unidades a ação estratégica de implantação de uma rede social interna para o uso exclusivo dos colaboradores. Num primeiro momento a rede teve um uso mais informal de maneira que os colaboradores fossem se engajando, se motivando e participando em função de um evento específico que ocorreria. Determinadas ações como a escolha do nome da rede, a elaboração de perfis, a divulgação de produtos e áreas específicas, a implantação de determinadas funcionalidades a partir da solicitação dos utilizadores foram estabelecidas na primeira fase. Este posicionamento permitiu que a rede se tornasse parte da vida dos funcionários, sendo incorporada rapidamente e refletindo a cultura, os valores, as ideias e os desejos das pessoas. Em uma segunda fase<sup>66</sup> após a consolidação dos media a organização se propõe a utiliza-la como um canal de comunicação também formal estabelecendo novas estratégias de ação tendo em vista a já participação e aceite do canal de comunicação pelos colaboradores da organização.

O propósito deste capítulo, num primeiro momento, foi de apresentar uma revisão do estado da arte das Áreas da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, da Informação Orgânica e das possibilidades hoje oferecidas pelas TDIC's para mediar as trocas informacionais interpessoais.

---

<sup>65</sup> <https://www.yammer.com/>

<sup>66</sup> Quando da apresentação do trabalho a segunda fase ainda estava em fase de implantação  
SECOMANDI;BARONE;BALDUZZI - Employer branding, internal alignment and engagement using Web 2.0  
technology: the Boston Scientific Case study

Também serviu este capítulo para apresentar os estudos e as pesquisas que têm tecido considerações sobre a utilização das aplicações e dispositivos digitais pelos e para o público essencial de sustentação primário das organizações. Todavia, entende-se que não se esgotam aqui as considerações efetuadas sobre as mesmas uma vez que, constantemente, novas pesquisas e ações tem sido desenvolvidas. Contudo considera-se que esta visão ora apresentada serve de balizadora para comprovar a necessidade da utilização de um novo conceito classificatório para um tipo de Informação Orgânica: a Informação orgânica digital espontânea. Com essa finalidade apresenta-se no próximo capítulo maiores especificações e caracterizações que justifiquem a sua nomenclatura





## CAPÍTULO DOIS

### INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA

Conforme destacado na Introdução deste trabalho, enquanto o desenvolvimento do Capítulo Um teve como foco a apresentação do estado da arte das áreas de Comunicação Organizacional, Informação Orgânica e o uso das tecnologias digitais para trocas interpessoais (P2P), entre os integrantes do público essencial de sustentação primário de organizações, este capítulo tem como objetivo, à luz do estado da arte das áreas estudadas, a defesa do conceito de **informação orgânica digital espontânea**, com este fim divide-se em duas partes. A primeira parte tem como finalidade apresentar, a partir das posições defendidas pela investigadora, os pontos de cruzamento e os hiatos existentes entre os três campos teóricos expostos no Capítulo Um e que vão servir de parâmetro e de justificativo para o desenvolvimento deste estudo a fim de evidenciar a necessidade de uma nova caracterização tipológica para a informação orgânica. E a segunda parte desenvolve as bases dessa nova caracterização demonstrando a necessidade da mesma, justificando a proposição e definindo as especificações do conceito de **informação orgânica digital espontânea**.

#### 2.1.Questionamentos iniciais

É importante entender que a revisão do estado da arte das áreas apresentadas no Capítulo Um foi efetuada tendo como primeira função servir de subsídio para responder às indagações estabelecidas pela investigadora na fase de aperfeiçoamento do Pólo Epistemológico deste trabalho. Essas indagações tornaram-se instrumentos auxiliares no estabelecimento das premissas, das questões e dos objetivos de pesquisa listados na Introdução e que se pretende sejam alcançados com esta investigação. Isto porque ao serem analisados os estudos e as pesquisas contidas no estado da arte, apurou-se que as indagações

estabelecidas nos primórdios deste estudo não se encontram inteiramente respondidas no mesmo, estabelecendo um cenário favorável ao desenvolvimento desta investigação.

Para melhor compreensão da defesa deste novo conceito apresenta-se de seguida as indagações iniciais da investigadora, estabelecidas a partir das suas vivências profissionais e académicas, e que incitaram ao desenvolvimento deste estudo.

- I. O que ocorreu às trocas de informações orgânicas que ocorriam de forma espontânea, face-a-face, entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações?**
- II. Essas trocas também migraram para as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação?**
  - o Se sim, quais os tipos de Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação são utilizados para efetuar estas trocas?**
- III. O público essencial de sustentação primário das organizações utilizam apenas os dispositivos eletrônicos ou digitais, os serviços e as aplicações digitais oferecidas pelas organizações, ou criam caminhos distintos e independentes para efetuar trocas de informações orgânicas com seus colegas de trabalho?**
- IV. Dentro dos conceitos e definições já estabelecidos, existe algum que caracterize, especificamente, o tipo de informação relacionada à organização que é trocada, pelos colaboradores de forma espontânea, através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação?**

Ao confrontar-se a revisão do estado da arte das áreas aqui apresentadas com estas indagações, verifica-se que as duas primeiras encontram-se parcialmente respondidas em alguns trabalhos, como por exemplo o apresentado por Dimicco e *et al.* (2008), ou o de Zhao e Rosson (2009) ou ainda o de Roman

(2005). Contudo, estes estudos têm como objetivo entender procedimentos frente às aplicações específicas como a *Intranet*, o *Twitter* e o correio eletrônico, respetivamente, portanto, apresentam determinadas limitações que não possibilitam responder na totalidade às duas primeiras indagações, assim, deteta-se um hiato que necessita de ser preenchido com novas pesquisas.

Da mesma forma, ao buscar-se a resposta para a indagação II a, constatou-se que, tanto em termos formais (MAZZEI, 2010, MOHAMED *et al.*, 2012, SCOBLE *et al.*, 2006, SECOMANDI *et al.*, 2011), informais, (GARRETT *et al.*, 2008, HENRIKSSON *et al.*, 2008, MAZZEI, 2010, WHITE, 2011), ou de preferência dos colaboradores (EAN, 2010, FRIEDL *et al.*, 2011, WHITE *et al.*, 2010) os autores apenas indicam algumas das possibilidades de uso dos dispositivos, serviços e aplicações digitais para o segmento de interesse deste estudo, sem contudo analisar quais os dispositivos, serviços e aplicações digitais que são especificamente utilizados e em que situações estes usos ocorrem.

Por sua vez, as respostas às indagações III e IV não foram identificadas em nenhum dos trabalhos analisados, o que confirma a necessidade de serem elaborados estudos e/ou pesquisas que assegurem possíveis respostas. Foi, assim, que esta inexistência de respostas serviu de parâmetro balizador e incentivador a esta pesquisa e aos objetivos nela estabelecidos.

### **2.1.1. Em defesa de uma maior aproximação com a área da Ciência da Informação**

Um outro aspeto constatado ao longo da análise do estado da arte foi a necessidade de se estabelecer uma maior aproximação das áreas da Comunicação Organizacional/Relações Públicas com a área da Ciência da Informação, mais especificamente no que se refere à utilização dos conceitos de Informação e de Informação Orgânica. Esta posição de defender a aproximação entre as áreas foi impulsionada com a leitura dos textos de Lordan (2001) e de Pereira (2008) e é a seguir melhor esclarecida.

Para ambos os autores as potencialidades que as TDIC's trouxeram ao

exercício profissional das Relações Públicas<sup>67</sup> prendem-se meramente às questões relacionadas com o uso e ao tratamento da informação. Pereira (2009, p. 5) destaca que as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação facilitam “a recolha, o armazenamento e a indexação de informações, melhoram a atuação, (...) e possibilitam um controlo mais exato e uma resposta mais atempada às solicitações exteriores”. Para isto a autora (PEREIRA, 2008), em outra publicação, utiliza como suporte ao seu posicionamento as colocações de Lordan (2001), e distingue como funções primárias ou tradicionais das Relações Públicas as atividades a saber:

- Gestão de *mailing*, de tarefas em grupos, de trabalho ligados em rede, de estratégias, planos e campanhas de comunicação;
- Recolha de informações;
- Armazenamento e tratamento de informações;
- Disseminação de informação;
- Pesquisa e avaliação da informação. (PEREIRA, 2008, p. 305-306)<sup>68</sup>

Chama-se a atenção para o facto de todos os tópicos apresentados, anteriormente, destacarem e dizerem respeito às ações ou as atividades que se relacionam ao uso de informação. Porém, deixa-se por agora este ponto em aberto uma vez que será retomado *a posteriori*, para se explorar o que outros autores apresentam em relação à principal atividade exercida pelos profissionais de Comunicação Organizacional/Relações Públicas: o planeamento de ações de comunicação.

Neste contexto, retorna-se a autores já referenciados no estado da arte, tais como Kunsch (2003) e Sousa (2004), que classificam como elemento essencial do planeamento a busca por informações. Kunsch (2003), ao especificar as doze (12) etapas do planeamento<sup>69</sup>, designa como segunda fase: o

---

<sup>67</sup> A estes acrescenta-se os planeadores da Comunicação Organizacional

<sup>68</sup> A autora apresenta cada uma das funções de Relações Públicas com exemplos dos respetivos meios tecnológicos utilizados para processar as referidas ações PEREIRA - Como as empresas portuguesas incorporam as TIC nas RP, p. 305-306

<sup>69</sup> As doze fases do planeamento em Relações Públicas: Identificação da realidade situacional; Levantamento de informações; Análise dos dados e construção de um diagnóstico; Identificação dos públicos envolvidos; Determinação de objetivos e metas; Adoção de estratégias; Previsão de formas alternativas de ação; Estabelecimento de ações necessárias; Definição de recursos a serem alocados; Fixação de técnicas de controle; Implantação do planeamento; Avaliação dos resultados KUNSCH - Planeamento de relações públicas na comunicação integrada, p. 219

“Levantamento de Informações”. Por sua vez, Sousa (2004) não utiliza especificamente a terminologia “informação” mas particulariza que entre as fases do processo de Relações Públicas<sup>70</sup> encontra-se a “Investigação” a qual ele descreve como a etapa que “corresponde à fase de recolha, sistematização, processamento e análise de dados” (2004, p. 50), que se sabe nada mais são que informações<sup>71</sup>, (DeltCi, 2008). Também aqui temos a informação como alicerce para o desenvolvimento de atividades de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, mais especificamente a de elaboração do planeamento.

Por sua vez, em termos organizacionais, na década de 90 do século passado, alguns autores já se preocupavam com os fluxos da informação que percorriam e circundavam as organizações (LESCA *et al.*, 1994), vinculando-os às questões estratégicas das mesmas. Passadas quase duas décadas, sabe-se, atualmente, que a empresa que consegue “gerar e gerenciar as informações” de forma mais rápida para a tomada de decisão tem uma maior eficácia, como o ressalta Cornelsen (2006, p. 137). Neste sentido, “há que se pensar estrategicamente as interfaces informação/comunicação, lastros obrigatórios do conhecimento organizacional” como defende a autora (CORNELSEN, 2006, p. 173).

Entretanto, num momento de maior debate da e sobre a informação, é possível verificar, através da bibliografia de Relações Públicas já apresentada (SIMÕES, 2006), as dificuldades em se encontrar uma unanimidade conceitual em relação à “informação”. Depreende-se, portanto, que na conjuntura atual em que cada vez mais os investigadores e profissionais das áreas de Comunicação Organizacional e das Relações Públicas procuram consolidar estes campos de estudo em termos teóricos e científicos, torna-se imprescindível estabelecer consenso e estabilidade conceitual e terminológica.

Não mais podem ser utilizadas terminologias apenas com os parâmetros

---

<sup>70</sup> As sete fases do processo de Relações Públicas: Observação; Formação de políticas; Investigação; Planificação; Ação; Avaliação e Retroalimentação. SOUSA - Planificando a comunicação em Relações Públicas p. 38-39

<sup>71</sup> Em Informática dado é a representação convencional, através de codificação, de uma informação de modo a permitir o tratamento eletrónico. Dado seria, assim, o código numérico correspondente a cada palavra das línguas naturais. Aceite esta aceção, em Ciências da Informação dado e informação são sinónimos, pelo que se torna um conceito redundante e inútil. (DeltCi, 2008, <http://www.ccje.ufes.br/arquivologia/deltci/def.asp?cod=27>)

do senso comum, mas sim necessitam ser estabelecidos conceitos que possuam como alicerce um critério científico e assentes no trabalho dos investigadores e pensadores que a este antecedem e possibilitaram esta fase. Neste sentido, sustenta-se uma maior aproximação destes campos do saber – Comunicação Organizacional/Relações Públicas – com os conceitos apresentados por autores e docentes da área de Ciências da Informação, mais precisamente os que defendem o Paradigma Pós-custodial, e cujo posicionamento científico já foi apresentado no Capítulo Um.

Isto porque, como salientado no início desta Secção, ao se apresentar as posições dos autores Lordan (2001), Pereira (2008, 2009), Kunsch (2003) e Sousa (2004), demonstra-se que os profissionais das áreas da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas utilizam como principal subsídio para o seu exercício profissional e, principalmente para a elaboração do planeamento das suas ações e das suas atividades: a Informação.

Entende-se, neste contexto, que será mais adequado que os profissionais de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, e mais amplamente as equipas destas áreas (sejam setores, departamentos, assessoria e/ou empresas) procurem assessoria de profissionais oriundos do campo da Ciências da Informação. Isto porque estes profissionais são portadores de qualificações que lhes permitem encarregar-se de “todo o ciclo de vida da informação” que abrange desde o planeamento, a criação, o fluxo, a avaliação, a classificação chegando “até ao armazenamento, preservação e disponibilização”, conforme esclarece Pinto (2005, p. 107). Pensa-se que, desta forma, será reduzido o tempo de busca e localização da informação que se encontra dispersa nos vários ambientes digitais, ou não, da nossa atual sociedade.

Esta posição justifica-se, ainda mais, ao retomar-se o posicionamento de Pereira (2008) que sustenta que as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação auxiliam as Relações Públicas, e também a Comunicação Organizacional, a desenvolverem determinadas ações, tais como: gestão de *mailing*, de tarefas em grupos, de trabalho ligados em rede, de estratégias, planos e campanhas de comunicação. Constata-se que cada uma destas ações seria desenvolvida através de um planeamento específico de recolha, armazenamento,

tratamento e utilização da informação. Um trabalho em conjunto com profissionais da Ciência da Informação justifica-se ainda e novamente para que aconteça de forma mais adequada a captura, a recolha, a classificação, o armazenamento e o tratamento da informação ou, ainda, a definição de aplicações e serviços (*softwares*) adaptados para esta finalidade.

Numa visão reducionista, pode dizer-se que enquanto os profissionais da Ciência da Informação têm como objetivo capturar, recuperar, recolher, selecionar, organizar, armazenar, interpretar, transformar, possibilitar a transmissão e, principalmente, disponibilizar a informação analisada pelos seus públicos-alvo. Por sua vez os profissionais da Comunicação Organizacional/Relações Públicas procuram conhecer as informações relacionadas e/ou geradas pelas organizações e pelos seus públicos. Deste modo, a partir deste conhecimento podem organizar e planejar as mensagens, as ações, as atividades e estabelecer as melhores opções (possibilidades, atividades, media) para que as referidas informações de interesse organizacional circulem de forma a criar/manter uma imagem positiva das organizações perante os seus públicos e seus *stakeholders*. Salienta-se que esta posição de aproximação é também compartilhada por Silva (2009a, p. 52) inclusive no que se refere aos conteúdos curriculares comuns a ambas as áreas tais como “a gestão da informação”, e mais especificamente “no sector tecnológico, dos sistemas multimídia e da preservação e uso da informação audiovisual e hipertextual digital”.

É importante entender que a defesa desta aproximação serve de base ao restante trabalho aqui apresentado, uma vez que só a partir desta união e da defesa inicial é que foi possível verificar, quando da revisão do estado da arte da Ciência da Informação, que as classificações relacionadas com a informação orgânica se encontram desprovidas de especificações e de detalhes que denominem o tipo de informação orgânica trocada pelos integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações em ambientes digitais. Informações estas relacionadas com as atividades profissionais, portanto orgânicas, mas trocadas ou partilhadas através de dispositivos eletrónicos ou digitais, serviços e/ou aplicações digitais não oferecidas ou estabelecidas pela

organização, mas sim usando os meios de comunicação informais digitais, e que constituem o foco da investigação deste trabalho.

### **2.1.2. As organizações como sistemas abertos**

As organizações, funcionam como sistemas abertos interagindo constantemente com o ambiente que as circunda e com o qual mantêm “uma troca contínua de matéria, energia e informação através das suas fronteiras” (WILDEN, 1984, p. 25). As TDIC’s, por sua vez, expandiram estas fronteiras e implantaram modificações “tanto da condição da informação quanto da condição da sua distribuição” (BARRETO, 2007, p. 28).

Barreto (2007, p. 28) salienta que as TDIC’s na sua essência modificaram os conceitos anteriores do tempo e do “espaço entre as relações do emissor (...) e os receptores da informação”. Mas, sobretudo, prossegue o autor (BARRETO, 2007), as TDIC’s modificaram substancialmente as questões relacionadas com as transferências da informação.

No sentido desta colocação de Barreto (2007), pode-se supor que as trocas e partilhas informacionais que ocorrem internamente nas organizações também sofrem estas modificações. Souza (2007, p. 117) compartilha deste mesmo posicionamento ao ressaltar serem evidentes as “diferenças estruturais e contextuais” existentes “entre o ambiente tradicional e o ambiente eletrônico” no que se refere aos “sistemas de informação que afetam o processo de tratamento da informação”. A autora (SOUZA, 2007) prossegue enfatizando que, mesmo com estas mudanças, os “parâmetros essenciais envolvidos” permanecem inalterados no que se refere à organização da informação<sup>72</sup> onde deve ser estabelecido:

- A natureza da Informação (o que),
- A recuperação de Informação (para que),
- O tratamento e Processamento da Informação (como),
- O Papel Social da Informação (contexto de uso) (SOUZA, 2007, p. 117).

---

<sup>72</sup> Destaca-se que a autora utiliza em seu artigo o termo conhecimento o qual foi substituído por informação em vista das colocações efetuadas no Capítulo Um



Mas se, por um lado, permanecem inalterados os parâmetros relacionados com a organização da informação, por outro, explica Rodella (2005, p. 43) o que vem a ser

mais importante no Modelo de operação da Internet é seu caráter descentralizado e interativo, o que possibilita romper a relação de quem detém o poder da informação, processo antes não imaginado pelos produtores das medias tradicionais.

Assim, neste novo ambiente transformado pela incursão das TDIC's, as organizações, enquanto sistemas abertos, e concretamente os sectores de Comunicação Organizacional/Relações Públicas absorvem as consequências da influência desta incursão, passando conseqüentemente a lidar com uma sobrecarga de informação, uma vez que os fluxos proliferam exponencialmente. Torna-se, portanto, prioritário verificar quais os caminhos que estes fluxos efetuam e, principalmente, quais as informações que são realmente relevantes para serem recolhidas ao sistema de gestão da informação das organizações.

Esta situação reforça a importância de responder às indagações estabelecidas pela investigadora que fortaleceram a organização do Pólo Epistemológico e deram origem a este trabalho. Isto porque não são só as organizações que sofrem influências e modificações decorridas da implantação das TDIC's. Entende-se que, também, todas as relações que as organizações possuem com os seus públicos e que os seus públicos possuem entre si, incluindo o público essencial de sustentação primário, passam atualmente por modificações. Principalmente, como coloca Terra (2011, p. 88), porque atualmente qualquer indivíduo que possua um dispositivo eletrónico ou digital, pode interferir na comunicação organizacional, uma vez que lhe é possível produzir conteúdos e ter “voz pelas ferramentas colaborativas e interativas da web” e, assim, interferir “na comunicação e na estratégia das organizações”, ou seja, como designa a autora (TERRA, 2011, p. 88), ser um usuário-mídia .

Entretanto, quando se pensa nos componentes do público essencial de sustentação primário, os colaboradores que fazem com que a organização efetivamente funcione e atinja seus objetivos, não podem apenas ser considerados como usuários-mídia capazes de produzir e transferir informações

apenas para o ambiente externo à organização ao qual estão vinculados. Em primeiro lugar, tem que se conhecer a postura dos mesmos em termos internos, ou seja, se os colaboradores também exercem esta atitude de usuários-mídia e criam novos caminhos para distribuir a informação orgânica por eles produzidas, e, mais ainda, se trocam informação com seus pares de forma independente e sem a tutela da organização. Mas importa principalmente perceber se estes usuários-mídia criam novos canais de comunicação informal não utilizando os disponibilizados pela organização para efetuar estas trocas e partilhas de informação orgânica, e se, conseqüentemente, utilizam novos suportes digitais. Com esta preocupação regressa-se às indagações que impulsionaram este estudo<sup>73</sup>, mais especificamente às que não foram respondidas, nem mesmo parcialmente, pelo estado da arte.

Em relação à Indagação III<sup>74</sup> salienta-se que a importância de serem conhecidos os dispositivos eletrônicos ou digitais, os serviços e as aplicações digitais utilizadas pelo público essencial de sustentação primário está diretamente relacionada com o conhecimento da criação destes novos suportes e, naturalmente, dos novos meios de comunicação utilizados para efetuar as trocas de informação orgânica. Entende-se que, ao tomar-se conhecimento destes hábitos tem-se, como consequência direta, subsídios a serem analisados, trabalhados e possivelmente acrescidos aos fluxos da comunicação formal interna das organizações, propiciando, portanto, um auxílio imprescindível às duas grandes áreas envolvidas neste estudo: os planejadores da Comunicação Organizacional/Relações Públicas e os Gestores da Informação. Assim, ambos os profissionais, munidos destes novos subsídios, passam uns a efetuar ações e a estabelecer estratégias específicas que os neutralizem, minimizando possíveis ruídos na Comunicação Formal, e, outros, a estabelecer procedimentos de identificação, captura e recolha desta informação para o Ciclo da Gestão da Informação.

---

<sup>73</sup> Indicadas na página 104

<sup>74</sup> III - Os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações utilizam apenas os dispositivos eletrônicos ou digitais, os serviços e as aplicações digitais oferecidas pelas organizações, ou criam caminhos distintos e independentes para efetuar trocas de informações com seus colegas de trabalho?

### **2.1.3. Por uma tipologia diferenciada**

Parte-se do pressuposto que vários são os temas de informações que o usuário-mídia (TERRA, 2011) integrante do público essencial de sustentação primário pode registrar e trocar através dos novos canais de comunicação informal por eles estabelecidos gerando conteúdos diversos como demonstraram os estudos de White (2011), de Zhao e Rosson (2009), de Dimicco e *et al.* (2008) ou de Roman (2005), entre outros.

Porém considera-se que antes de serem exploradas as possibilidades de produção e de troca de informações informais, torna-se imprescindível verificar se estes novos media servem também como suporte e se propiciam a circulação da informação orgânica. Caso isso ocorra esta informação orgânica estará a ser registada e trocada/partilhada de forma distinta da estabelecida pela organização, exercendo o público essencial de sustentação primário o papel de usuário-mídia, sem o controlo da mesma. O interesse por conhecer estes novos meios de comunicação utilizados pelos colaboradores não possui o intuito de vigilância do comportamento info-comunicacional destes, mas sim, propiciar subsídios para que os planeadores tanto da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, como os responsáveis pela Gestão da Informação das organizações, conheçam de maneira mais abrangente sua conduta em relação a troca/partilhas de informação orgânica.

Com o intuito de compreender e embasar este posicionamento passa-se ao tópico seguinte que explora aspetos da comunicação interna e os fluxos de informação neste contexto organizacional.

## **2.2. Fluxos info-comunicacionais em comunicação interna**

Segundo Wilden (1984) o tipo da informação está diretamente relacionado com o contexto onde a mesma está inserida, logo, ao se estabelecer que o contexto aqui estudado é o das organizações, tem-se como objeto de estudo a informação orgânica (CARVALHO *et al.*, 2002). Neste sentido Carvalho e Longo

(2002, p. 115) enfatizam que as informações orgânicas são aquelas que “foram produzidas no cumprimento das atividades e funções da organização” e que “mantêm relações orgânicas entre si”. Por sua vez Canário (2010, p. 122) ressalta que “pensar que a informação da organização é apenas aquela que se encontra nas Bases de Dados geridas pelo Departamento de Tecnologias da Informação é uma ideia generalizada, mas completamente incorreta”, existe, complementa a autora, a necessidade de se conhecer os fluxos da informação, os formatos em que se encontra disponível, a sua localização e os processos em que a informação é *input* ou *output* para assim, conseqüentemente, poder-se localizá-la, capturá-la e recolhê-la para uso posterior.

Assim, ao pensar na comunicação interna das organizações é necessário, paralelamente, pensar por onde e como circulam e onde se encontram os tipos de informações compartilhadas e, conseqüentemente, as informações orgânicas. Com o intuito de entender estas possibilidades de circulação e de fluxo da informação, recorre-se a um conjunto de representações gráficas que demonstram estes possíveis caminhos e propiciam uma visão dos fluxos info-comunicacionais internos focada na informação orgânica.

Para a elaboração destas representações gráficas toma-se como parâmetro balizador os conceitos já explicitados no Capítulo Um, das áreas da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, estabelecidos por autores como Kunsch (2003), Corrêa (2009b), Baldissera (2008), Sousa (2004) e Duterme (2008). Acrescenta-se a estes os conceitos oriundos da área da Ciência da Informação definidos por Capurro e Hjörland (2007), Silva e Ribeiro (2009), Carvalho e Longo (2002), Gonçalves e Freire (2007), Pinto (2009) e Le Coadic (2004) e, assim, desenha-se o comportamento dos fluxos info-comunicacionais na Comunicação Interna.

A primeira representação – **Figura 6** – detém-se a apresentar, o contexto organizacional e nele a comunicação interna formal e os fluxos informacionais orgânicos.



**Figura 6** – A Comunicação interna formal e os fluxos da informação orgânica formal

Como se pode verificar na **Figura 6** o fluxo info-comunicação interno formal de uma organização ocorre nas mais variadas direções (KUNSCH, 2003). Neste contexto, as informações orgânicas são registadas e transmitidas, seguindo os fluxos formais estabelecidos pela organização, em suportes analógicos<sup>75</sup> e tendo como característica principal a facilidade de captura e posterior organização, preservação e armazenamento. Isto porque os meios de comunicação por onde ocorre o seu fluxo são planeados e possuem o controlo e a responsabilidade da organização e dos seus colaboradores, que emitem ou recebem as informações, possuindo estas relação direta com o cargo ou função que cada indivíduo exerce, portanto, são todas informações orgânicas.

<sup>75</sup> Suportes analógicos tais como impressão em papel, microfilme, reuniões, etc

Assim a Figura 6 descreve, de forma utópica, um contexto organizacional em que decorreria somente ações e meios de comunicação interna formal e conseqüentemente só circularia neste contexto informação orgânica. Nesta representação, onde são unicamente utilizados os meios de comunicação estabelecidos quer pelo planejamento da comunicação interna formal (BALDISSERA, 2008), quer pelas atividades administrativas e operacionais<sup>76</sup>, as informações que circulam tem exclusivamente caráter formal. Logo, elas possuem os elementos estabelecidos por Le Coadic (2004), a saber: ser uma informação cuja validade é comprovada, não existir uma interação direta entre emissor e recetor, ser direcionada a uma audiência relevante, ser disseminada entre esta audiência de maneira uniforme, possuir uma redundância moderada e, principalmente, ser uma informação armazenada de forma permanente, com capacidade de ser recuperável, uma vez que o suporte utilizado encontra-se totalmente sob a tutela e o controle da organização.

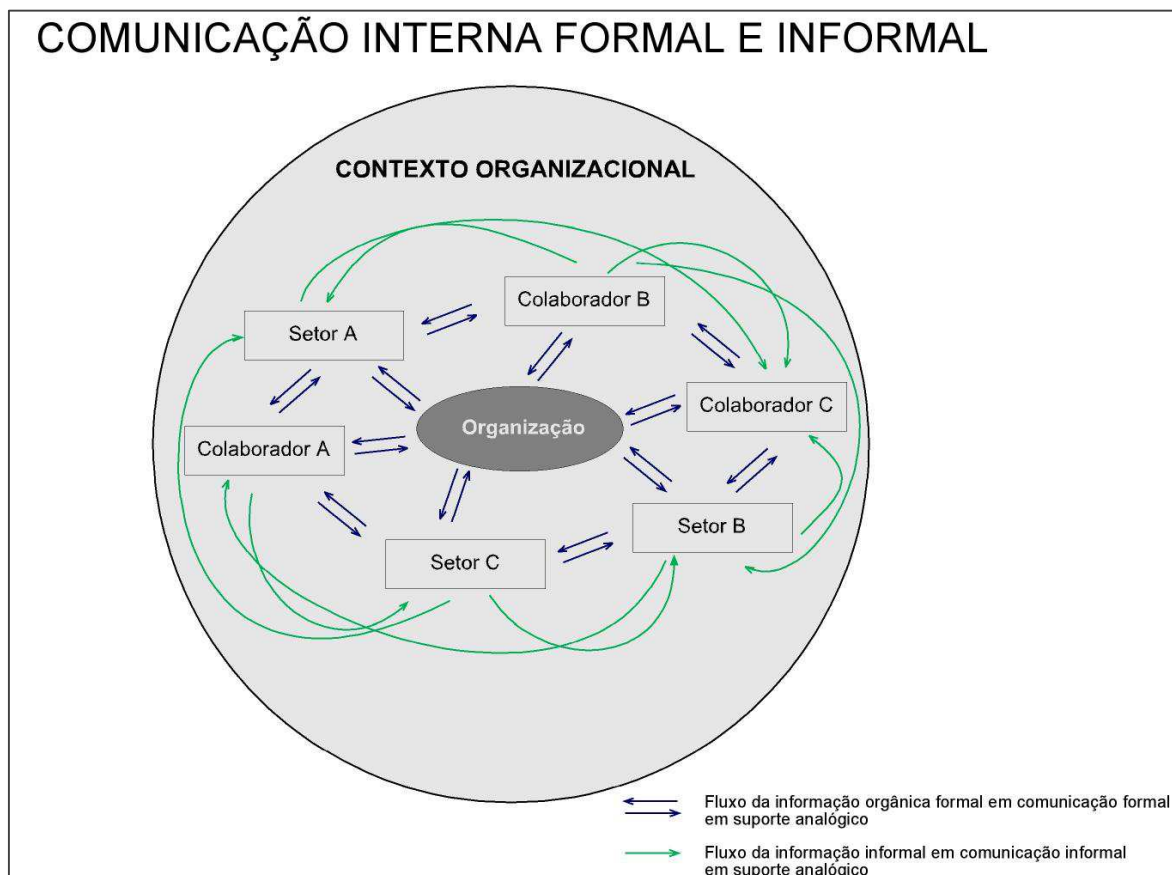
Entretanto, consta-se que as organizações, por serem sistemas abertos, interagem, constantemente, recebem e geram influências da e na sociedade onde estão inseridas. Além disto as organizações são constituídas por indivíduos que criam laços e estabelecem relações, independentemente dos formalismos hierárquicos e setoriais que venham a existir, e que assim efetuam trocas/partilhas informacionais autónomas das estabelecidas pelas organizações (BALDISSERA, 2008). Logo, torna-se necessária a inclusão na representação da comunicação interna dos fluxos da comunicação interna informal e conseqüentemente dos caminhos que podem ser percorridos por ela (DeltCi, 2008).

Ao serem incluídos, neste mesmo contexto organizacional, os fluxos da comunicação informal (MARÍN *et al.*, 1999) passa-se a ter a **Figura 7**, apresentada na página a seguir, e onde verifica-se uma sobreposição de direções do próprio fluxo da informação que se for partilhada por estes meios de comunicação, inseridos quase que de forma aleatória pelos integrantes da

---

<sup>76</sup> Ressalta-se que independente de ocorrer ou não um Plano de Comunicação que abranja a Comunicação Interna Formal ela existirá através das rotinas operacionais e administrativas existentes entre setores e colaboradores, a saber emissão de comunicados, memorandos, ordens de serviço, ofícios entre outros.

organização, passa a ter novas características além de ter a capacidade de em algumas situações gerar ruídos à comunicação formal.



**Figura 7**– A Comunicação Interna Formal e Informal e os fluxos da Informação Orgânica Formal e Informal

Salienta-se que esta representação gráfica da **Figura 7**, assim como a anterior, **Figura 6**, é idealizada e apresentada ainda sem considerar a inclusão das TDIC's, ou seja, ambas as figuras representam o contexto organizacional onde os suportes disponíveis para o registo das informações geradas e transmitidas através da comunicação interna informal não são propícios a captura e recolha da informação. Acresce-se que a informação, ao seguir os novos fluxos info-comunicacionais informais, assume os elementos estabelecidos por Le Coadic (2004), a saber, ter sua direção de fluxo escolhida pelo produtor da informação, ser direcionada a uma audiência restrita, não ser passível de comprovação, possuir redundância para vir a ter credibilidade, e principalmente não ser armazenada, o que impede muitas vezes sua recuperação.

Além destes elementos uma outra particularidade acompanha esta informação conforme esclarece-se a seguir. Entende-se que enquanto a informação orgânica formal é gerada na e pela organização, ou seja, os colaboradores que a produzem, a registam e a distribuem, o fazem como integrantes do contexto organizacional representando o papel à eles estabelecidos para o exercício profissional ao qual foram contratados. Entretanto ao produzirem, registarem e distribuírem a até aqui chamada de informação orgânica Informal passam na verdade a fazê-lo em outro contexto. Isto porque o contexto destas trocas, apesar de aparentemente pertencer ao contexto organizacional, de estar inserido no mesmo, na verdade ele decorre das relações interpessoais que vão sendo construídas, independente de função, cargo ou atividade exercida na organização. Ou seja, a informação que circula nestes caso não possui organicidade, ela pode até fazer alguma referência à organização mas será uma informação sobre a organização, e não da organização. Logo, a nosso ver, não deverá possuir na sua nomenclatura a identificação de orgânica. Deve sim ser identificada apenas com a denominação de informação informal ou informação não orgânica. Por sua vez considera-se que a informação orgânica formal, uma vez que sempre terá em seu cerne a formalidade organizacional, deva ser denominada apenas de informação orgânica. Na **Secção 2.3**, deste capítulo, é apresentada de maneira mais ampla esta colocação.

### **2.2.1. Comunicação interna formal e informal com a inclusão de TDIC's**

Com o desenvolvimento e a inserção nas organizações das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação novas possibilidades passam a existir uma vez que as TDIC's propiciaram uma série de modificações, tanto na comunicação organizacional, como um todo (CORRÊA, 2005), como, especificamente, na comunicação entre os seus colaboradores (FRANÇA, 2009), dos quais, a mais relevante seja a capacidade, graças a natureza digital dos novos fluxos, de recuperação, de captura e de recolha da informação (PINTO, 2009) para posterior armazenamento e disseminação no seio organizacional.



Neste sentido a inclusão das TDIC's, não propicia apenas uma nova gama de meios de comunicação a serem utilizados pelo planejamento comunicacional, e pelas rotinas organizacionais, mas também possibilita posturas diferenciadas por parte do público essencial de sustentação primário e alternativas aos suportes da informação.

A inclusão das TDIC's imprimiu também à comunicação interna uma significativa mudança: a ampliação do contexto organizacional. Esta ampliação justifica-se pois, à medida que as TDIC's avançaram o seu desenvolvimento e se tornaram mais acessíveis a todos os indivíduos, os limites do contexto organizacional, que antes se mantinham praticamente circunscritos às instalações da organização, passaram a transpor os muros que a limitava, possibilitando aos colaboradores, mesmo que fisicamente distantes, estarem ligados e participarem, sem limite de tempo/espço deste contexto. Neste cenário Oliveira e de Paula (2007, p. 59) destacam que “o acesso às informações independe da distância e da hierarquia, e a organização deixa de ser o único pólo de emissão, convivendo com outras fontes de informações.” Os autores prosseguem ressaltando que a Internet “ajuda a desmistificar o oculto e o sigilo” e também facilitam “(...) ao trabalhador receber informações sobre processos internos”. Assim, neste contexto, expandido pelas TDIC's os colaboradores passam a trocar “suas impressões e experiências com colegas” de trabalho ao estarem na organização ou fora dela “e ampliam sua visão sobre o mundo do trabalho” complementam os autores (OLIVEIRA *et al.*, 2007, p. 59).

Configura-se um terceiro Modelo da comunicação interna, uma vez que aos anteriores foram agregados as TDIC's, se estabelece, conseqüentemente, uma maior variedade de possibilidades de escolha dos meios de comunicação, mas sobretudo, permite aos integrantes das organizações que, além de exercerem os seus papéis organizacionais, se transformem em usuários-mídia (TERRA, 2011). Com esta nova atribuição a desempenhar o público essencial de sustentação primário passa a ter outras possibilidades de criar, de registrar e de transmitir informações dentro do contexto organizacional.

Cabe entretanto ressaltar, como também o faz Corrêa (2009b) ao apresentar o seu Modelo da Comunicação Digital Integrada, que o uso das

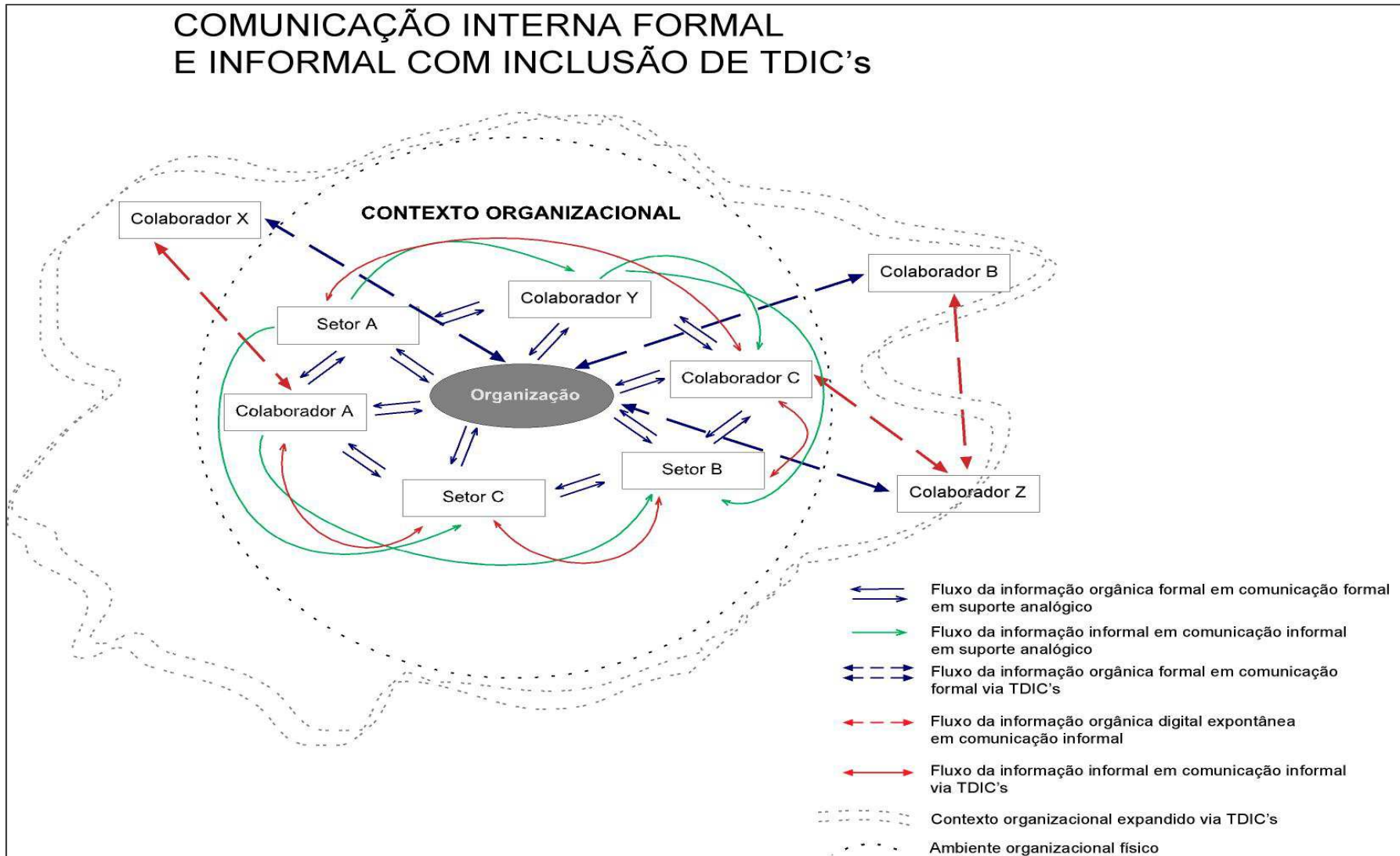
TDIC's na Comunicação Organizacional Digital só terá eficácia para uma organização caso haja a identificação e a recuperação das informações produzidas nos ambientes digitais. Desta forma, ao pensar-se no uso das TDIC's na comunicação interna de uma organização pensa-se num primeiro momento apenas na produção, mas principalmente tem-se que considerar a capacidade de recuperação da informação orgânica produzida e registada pelos seus membros, independente da localização desta.

Com a finalidade de demonstrar estas possibilidades apresenta-se a **Figura 8**, com uma representação da comunicação interna formal e informal num contexto organizacional após a inclusão das TDIC's. Nesta nova conceção do contexto organizacional, que agora ocorre tanto *offline* como *online*, os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações passam a ter ao seu dispor uma gama de dispositivos eletrónicos e digitais onde são oferecidos os mais diversos tipos de serviços e aplicações digitais, para serem usados tanto no ambiente organizacional, como externamente, configura-se desta forma um contexto organizacional expandido.

Usados, num primeiro momento, apenas como “artefactos” para o exercício profissional, as TDIC's após sua disseminação e devido a sua versatilidade e popularidade permitem que hoje uma grande percentagem de indivíduos os possua para uso pessoal<sup>77</sup>. Assim, neste novo contexto organizacional, onde as TDIC's estão também à disposição do uso e da aplicação pelo público essencial de sustentação primário, para a produção e o registo da informação orgânica, esta passa a ter um novo comportamento, não mais vem a ocorrer somente nos canais de comunicação e media formais que a organização estabelece, mas também nos escolhidos espontaneamente pelo colaborador que agora desempenha o seu papel de usuário-mídia. Com esta nova oportunidade, criam-se novos fluxos informacionais sem a tutela e o controlo da organização onde os integrantes do público essencial de sustentação primário se encontram inseridos, mesmo que, nestes “novos” media, os colaboradores estejam registando informações orgânicas, quais sejam, informações da e na organização.

---

<sup>77</sup>Conforme dados de 2010 cerca de 44,6% dos portugueses já faziam uso da Internet naquele ano e destes, a quase totalidade (99,1%) possuía telemóvel. TABORDA;CARDOSO;ESPANHA - A Utilização de Internet em Portugal 2010.



**Figura 8** – A Comunicação Interna Formal e Informal e os fluxos da Informação Orgânica Formal e Informal com a inclusão das TDIC's

Retoma-se, aqui, mais uma das indagações iniciais deste trabalho: a do número IV<sup>78</sup>. Considera-se que em função das suas características diferenciadas de registo e da sua circulação, ocorre a necessidade não só de estabelecer uma nova nomenclatura para este tipo de informação orgânica que circula em TDIC's distintas das estabelecidas pela organização, mas também ocorre a necessidade de se repensar as nomenclaturas das informações que circulam em fluxos informacionais internos conforme já citado anteriormente. Isto porque nesta nova situação os elementos identificadores da comunicação da informação determinados por Le Coadic (2004), não mais se aplicam as características desta nova realidade de comunicação de informação orgânica, conforme explicitamos na Secção seguinte.

### **2.3. Identificando a informação orgânica digital espontânea**

A ideia demonstrada na **Figura 8** é a de que o colaborador ao estar inserido num contexto organizacional expandido pelas TDIC's estará, conseqüentemente, ligado à organização e aos seus demais colaboradores, num primeiro momento, pelos canais de comunicação formais, ou seja, os media estabelecidos pela organização, independente de sua localização física. Entretanto, num segundo momento, à medida que ele vai se integrando com seus colegas de trabalho e passa a estabelecer uma relação mais próxima passa, provavelmente, a também estar ligado, com estes mesmos colegas de trabalho, através de uma comunicação digital informal, utilizando caminhos e fluxos por ele estabelecidos<sup>79</sup>, de forma espontânea (MARÍN *et al.*, 1999)<sup>80</sup>. Isto porque se existem canais de comunicação formais estabelecidos pela organização para as trocas relacionadas com a atuação profissional e ele, espontaneamente escolhe outros meios, naturalmente, estes passam a representar uma ação de comunicação informal digital, apesar de nela serem trocadas informações orgânicas.

---

<sup>78</sup> IV - Dentro dos conceitos e definições já estabelecidos, existe algum que caracterize, especificamente, o tipo de informação relacionada à organização trocada, pelos colaboradores de forma espontânea, através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação?

<sup>79</sup> Vide citação página 60

<sup>80</sup> Vide citação página 47

Contudo esta informação orgânica não se caracteriza por possuir os elementos de comunicação de informação estabelecidos por Le Coadic (2004) razão pela qual se adota a denominação de informação orgânica digital espontânea.

Começa-se por esclarecer o motivo da escolha do termo espontâneo para identificá-la.

Conforme indica o Dicionário *Online* da Porto Editora (Infopédia - Enciclopedia e Dicionários, 2011)

### **Espontâneo**

Adjetivo

1. Diz-se do que se realiza independentemente de uma causa externa, aparente
2. Que se faz voluntariamente; de moto-próprio; que não é forçado nem aconselhado
3. (...) <sup>81</sup>
4. Exageradamente impulsivo nos seus atos.

Definição que pode ser ainda melhor explicitada pela indicação do Dicionário Aulete (GARCIA *et al.*, s/d) do significado da palavra espontâneo

1. Que ocorre ou se manifesta voluntariamente, sem constrangimento ou suscitação externa; SINCERO: Foi um gesto espontâneo, veio do fundo do coração.
2. Que ocorre ou se manifesta com naturalidade, sem artificialismo ou afetação: "Todo ele era ação, falava com desembaraço, tinha os gestos naturais e espontâneos." (Machado de Assis, "O diplomático" in Contos)
3. Que se realiza sem premeditação, como que por instinto, como que por si mesmo: Num arroubo espontâneo, deu-lhe de esmola todo o dinheiro que tinha.
4. (...) <sup>82</sup>
5. Que tem princípio em si mesmo, ou que se produz de per si (geração espontânea, combustão espontânea).

Entende-se que as possibilidades geradas pela inclusão da TDIC's permitem aos integrantes do público essencial de sustentação primário utilizar outros canais de comunicação, e assim exercer o papel de usuário-mídia, ao

<sup>81</sup> Suprimida por fazer referência a questões de botânica

<sup>82</sup> Suprimida por fazer referência a questões de botânica

efetuar as suas trocas informacionais, mesmo aquelas de caráter orgânico. Esta escolha de utilizar outros media de forma conveniente ou, mais precisamente, de forma espontânea é que imprime à informação orgânica o caráter de informação orgânica digital espontânea. Acorda-se que esta informação, ao ser transmitida via novos media, não possuiria os mesmos elementos de comunicação de informação estabelecidos por Le Coadic (2004).

Para justificar esta posição retoma-se o quadro elaborado por Le Coadic (2004) composto por apenas duas colunas as quais identificam os elementos formais e informais da comunicação da informação. A este quadro acrescenta-se uma nova coluna intermediária e nela indica-se os elementos que as TDIC's incutiram a comunicação da informação e que obrigam a caracterização da comunicação da informação de forma distinta e conseqüentemente estabelecem novas tipificações para a informação que circula no contexto organizacional ora expandido pelas TDIC's.

Ao ser incluída a coluna central com os elementos espontâneos da comunicação da informação no **Quadro 1**<sup>83</sup> apresentado no Capítulo Um estabelece-se uma nova configuração representada a seguir no **Quadro 2**. Verifica-se que a diferença significativa que é estabelecida com a implantação das TDIC's nos elementos da informação é a potencialidade de recuperação da informação, tendo em vista que ao ser efetuado o uso destes suportes a informação fica registada e é passível de captura e recolha.

Conforme pode ser visualizado no quadro da página seguinte, **Quadro 2**, estes novos elementos que passam a identificar a Comunicação da informação estabelecem também novas capacidades. Possibilita, por exemplo, em termos de comunicação interna, que qualquer componente do público essencial de sustentação primário, familiarizado com as TDIC's recupere ou mesmo desenvolva uma informação orgânica e opte espontaneamente por utilizar outras TDIC's, e não os media formais, aqueles estabelecidos pela organização, para efetuar trocas/partilhas desta informação orgânica com seus colegas de trabalho, tornando-se, assim, um usuário-mídia interno.

---

<sup>83</sup> Vide página 88 Quadro 1

<b>Elemento formal</b>	<b>Elemento espontâneo</b>	<b>Elemento informal</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pública (audiência potencialmente importante)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambas possibilidades, dependendo do aplicativo em uso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privada (audiência restrita)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação armazenada de forma permanente, recuperável</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencialidade de recuperação dependente do aplicativo em uso, do produtor ou do recetor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação não armazenada, não recuperável</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação relativamente velha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambas as possibilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação recente</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação comprovada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambas as possibilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informação não comprovada</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disseminação uniforme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direção de fluxo escolhida pelo produtor mas também pelo recetor que pode se tornar também produtor ou meramente distribuidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direção de fluxo escolhida pelo produtor</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redundância moderada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependente da decisão dos integrantes do fluxo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redundância às vezes muito importante</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausência de interação direta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interação direta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interação direta</li> </ul>

**Quadro 2** – Diferenças entre os elementos formais, informais e espontâneos da comunicação da informação

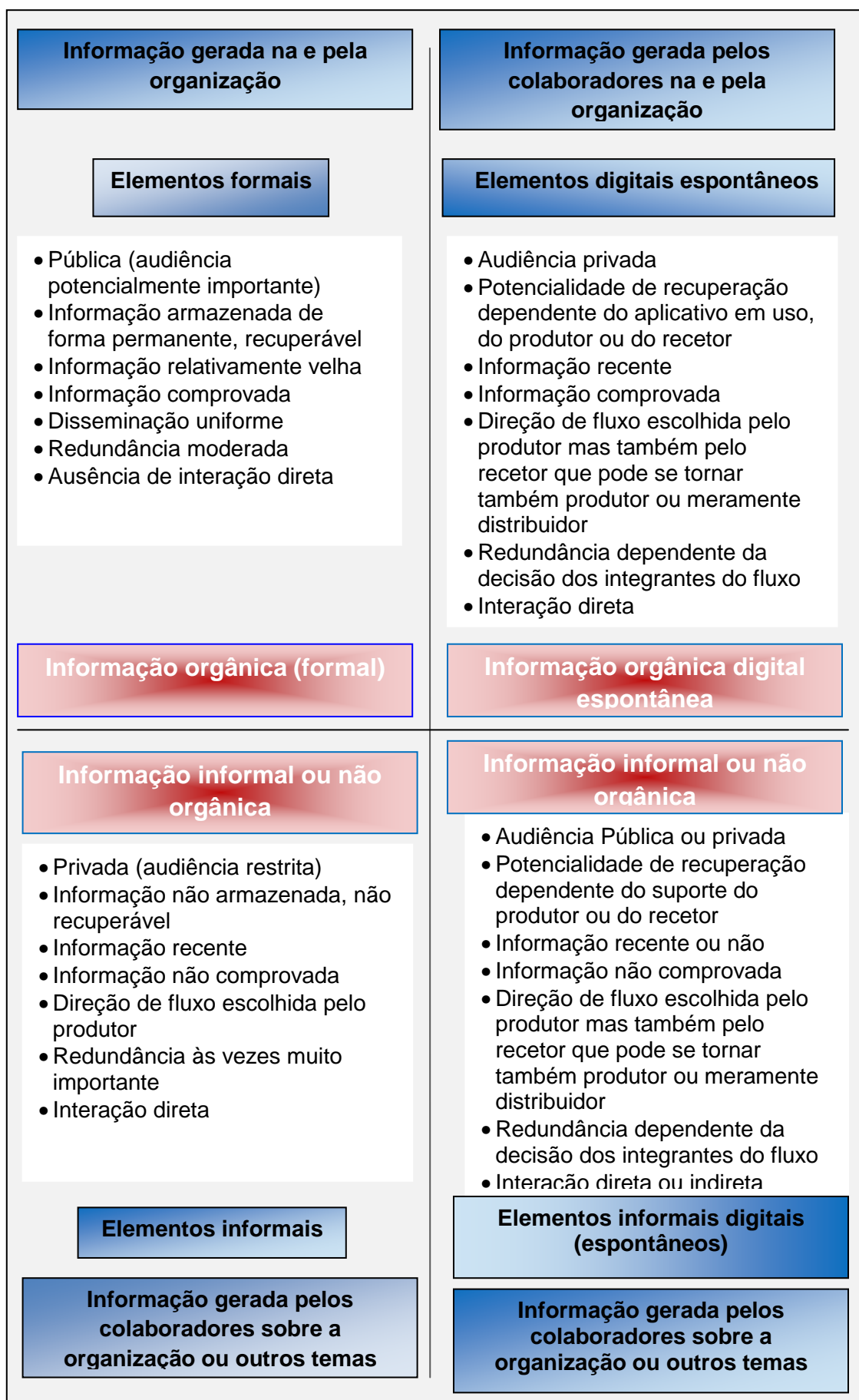
Esta ação, portanto, caracteriza a informação orgânica com elementos de comunicação de informação espontânea agregando à informação por eles trocadas/partilhadas os referidos elementos.

Recorda-se que no Capítulo Um, na exposição do estado da arte, ao serem apresentadas a Informação Orgânica Formal e a Informal foram tomadas como parâmetro as considerações de Carvalho e Longo (2002) e os elementos propostos por Le Coadic (2004), contudo com o surgimento e disseminação do uso das TDIC's, considera-se necessário que sejam revistas estas propostas uma vez que além de ocorrerem estes novos elementos, também entende-se que não ocorra a existência da denominação de informação orgânica informal, a nosso ver ela é simplesmente a informação informal ou não orgânica.

Cabe ressaltar que não se questiona aqui a possibilidade dos integrantes do público essencial de sustentação primário exercerem a sua liberdade de usar as TDIC's para se relacionar de maneira informal com seus colegas de trabalho e, através das ações de comunicação informal, melhorar as próprias relações interpessoais e profissionais internas num contexto organizacional com TDIC's. Exemplos que confirmam estas possibilidades são os já citados estudos de Roman (2005) sobre o uso de *e-mails* informais, de Zhao e Rosson (2009) sobre o uso do *Twitter*, ou ainda a investigação de White (2011) sobre o uso das redes sociais. Nestes casos os elementos espontâneos também existem, mas com uma diferença, eles encontram-se vinculados a informações não orgânicas, a informações informais.

Neste contexto organizacional expandido pelas TDIC's onde novos elementos necessitam ser incluídos para caracterizar a comunicação interna da informação e conseqüentemente tipificar os tipos de informação trocadas/partilhadas pelos colaboradores surge a conceituação de **informação orgânica digital espontânea**. Para a melhor compreensão desta tese apresenta-se a seguir o **Quadro 3**, que exhibe os elementos da comunicação da informação identificando a forma como eles podem ocorrer num contexto organizacional expandido e as tipificações da informação resultante.





**Quadro 3** – Elementos que compõe a comunicação da informação e os tipos de informação em contexto de comunicação interna.

- **Informação Orgânica** – é todo o conjunto de informações relacionadas às atividades organizacionais geradas na e pela organização e/ou pelos seus colaboradores e que mantêm organicamente uma relação. Possuem como suporte meios de comunicação formais, podendo ser estes analógicos ou digitais, mas sempre estabelecidos pela organização e com capacidade de recuperação. Os elementos de comunicação de informação neste caso são formais, porém entende-se que esta informação não necessita de agregar o vocábulo formal a sua denominação, visto que os elementos que a caracterizam estão relacionados aos aspetos de organicidade e já trazem inculcido no termo orgânico a formalidade;
- **Informação orgânica digital espontânea** – foco desta investigação, esta informação possui em seu conteúdo relação orgânica, ou seja, diz respeito a organização e ao exercício profissional do usuário-mídia , indivíduo integrante do público essencial de sustentação primário. Neste caso o colaborador utiliza-se das TDIC's distintas das oferecidas pela organização de forma espontânea mas o foco da informação é orgânico, uma vez que o faz no exercício de sua função/atividade profissional. Porém os elementos de comunicação de informação possuem certas particularidades por encontrar-se esta informação inserida em um contexto informal em ambiente digital, e conseqüentemente com as características das TDIC's. Assim agregase a esta informação orgânica além dos elementos de comunicação de informação informal outros elementos relacionados a capacidade destes suportes digitais, sendo os três principais: ser passível de recuperação, possuir uma audiência privada e direção de fluxo estabelecida pelo usuário-mídia ;
- **Informação (orgânica) Informal** – são todas as informações que circulam aparentemente no contexto organizacional, por meios não formais, em suportes não recuperáveis. Entende-se que neste caso o termo orgânico é incoerente uma vez que conteúdo da informação poderá até vira a ter alguma relação com a organização. Contudo o verdadeiro contexto onde ela está circulando é o das relações

personais, assim, os elementos de comunicação de informação são informais: não são passíveis de comprovação, exemplifica-se este tipo de informação com os boatos, as conversas de corredor, entre outras. Logo deve denominar-se apenas como informação informal;

- **Informação informal** (digital) - ocorre ainda a existência de um quarto tipo de informação, a que reúne os elementos de comunicação de informação informal acrescidos dos novos elementos espontâneos estabelecidos pelas TDIC's. A este tipo de informação poder-se-ia denominar de informação informal digital espontânea, em função destas características, porém, considera-se que a mesma deva ser agregada à informação informal mantendo a mesma denominação, uma vez que não é relacionada à organização e é trocada através de media também não estabelecida por ela. Esta informação poderá ou não ter a ela associada os elementos que a tecnologia possibilita, a saber: registo, resgate, interação direta e a possibilidade de ser direcionada a uma audiência pública, principalmente quando registada em uma rede social, e ser trocada por usuários-mídia integrantes da organização, mas sempre em contextos não organizacionais.

Com esta nova classificação passa-se a se ter três tipos de informação circulando no contexto organizacional, a saber: a **informação orgânica**, a **informação orgânica digital espontânea** e a **informação informal**. Desta forma os componentes e as legendas das **Figuras 6, 7 e 8** devem possuir novas denominações sendo excluídos da informação orgânica formal o termo formal e da informação orgânica informal o termo orgânica. Destaca-se que este último tipo de informação, a informação informal, tem a particularidade de circular nos mais variados tipos de media informais, sejam estes analógicos ou digitais localizados em ambientes internos à organização mas em contextos não organizacionais e sim informais.

Tendo o enfoque desta investigação centrado em comprovar a existência e a possível identificação para pesquisas posteriores da informação orgânica digital espontânea, parte-se para estabelecer que temas que podem ser enquadrados

nesta classificação. Isto porque nesta investigação, devido ao seu caráter exploratório não se abordou a análise de conteúdo.

### **2.3.1. Temas dos conteúdos da informação orgânica digital espontânea**

No intuito de poder identificar a troca/partilha de informação orgânica digital espontânea optou-se para, nesta investigação, trabalhar apenas com temas deste tipo de informações e não com os conteúdos dos mesmos. Com esta finalidade tomou-se como parâmetro os trabalhos já desenvolvidos por outros autores (DIMICCO *et al.*, 2008, ZHAO *et al.*, 2009) que apresentaram uma tipificação e um rol de temas das informações compartilhadas, em ambientes organizacionais, pelos usuários de dispositivos digitais, serviços e aplicações digitais das mais diversas formas. Conforme foi detetado pelos investigadores, Dimicco e *et al.* (2008) e Zhao e Rosson (2009), é através destas primeiras trocas que os colaboradores procuram “quebrar o gelo” e posteriormente aprimoram o fluxo comunicacional informal e relacional a ponto de propiciar segurança para efetuar também, através destes media, trocas de informações orgânicas digitais espontâneas.

Com a finalidade de estabelecer este rol de temas genéricos de informações orgânicas digitais espontâneas optou-se por tomar como ponto de partida as temáticas de informação oriundas do trabalho de Dimicco e colaboradores (2008), a qual se reproduz na página a seguir e cujo original se encontra no Anexo F. Num primeiro momento, a listagem estabelecida a partir de temáticas da informação detetada no trabalho de Dimicco e *et al.* (2008) pode parecer não ter relação direta com situações organizacionais – **Quadro 4** – e conseqüentemente com a informação orgânica, mas segundo comprovaram os autores citados, é a partir deste temas da informações que se inicia a troca em ambientes digitais.

	<b>Cuidar</b>	<b>Ascender</b>	<b>Promover</b>
<b>Listas</b>	<b>Hobbies e interesses externos</b>	<b>Aptidões, antecedentes.</b>	<b>Ideias sobre tópicos profissionais e conselhos.</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Cidades onde vivi</li> <li>. 5 Instrumentos que toquei</li> <li>. Concorrentes do "America Idol" favoritos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. As minhas áreas de prática</li> <li>. 5 Sites da IBM em que trabalhei</li> <li>. 5 Grandes lições que aprendi na IBM</li> <li>. A minha equipa (e equipa alargada)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Apresentações que tenho que ver em (Conferência)</li> <li>. Que lista de tópicos poderia animar uma nova abordagem nos mercados locais de desenvolvimento?</li> <li>. Identificar as 5 principais competências técnicas em IT mais procuradas Austrália</li> </ul>
<b>Fotografias</b>	<b>Pessoais</b>	<b>De trabalho</b>	<b>Variadas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Festas de família</li> <li>. Férias</li> <li>. Confraternização em equipa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Fotos-passe</li> <li>. Conferências importantes</li> <li>. Reuniões com pessoas chave</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Relacionadas com projetos ou campanhas</li> </ul>
<b>Sobre si</b>	<b>Hobbies e interesses externos</b>	<b>Experiência de projeto, resumo:</b>	<b>Descrição de projeto, metas, ligações a outros:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>. O que faço quando não estou a trabalhar?</li> <li>. Dizes "pop", "soda" ou "coke"/"cola", "coca" ou "refrigerante"</li> <li>. Onde cresceste?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Os meus projetos anteriores</li> <li>. Educação</li> <li>. Quais são as tuas paixões?</li> <li>. Quais são os teus objetivos de carreira?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. As minhas ideias (inovadoras) e de Kelly!</li> <li>. Experimentar a nova o motor de pesquisa da Internet Web 2.0</li> <li>. Em que estou a trabalhar no momento?</li> </ul>
<b>Estatus</b>	<b>Atividades, estado de espírito...</b>	<b>Ênfase no trabalho atual:</b>	<b>Orientação para metas e opiniões:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Vou buscar outro café...</li> <li>. Feliz por voltar e poder jogar paddle tennis</li> <li>. De férias em Tampa, na Flórida!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Ameaçado pela gestão do tempo</li> <li>. Está em Mineápolis. De regresso a 17 de julho</li> <li>. Desesperadamente a tentar espremer o máximo destes últimos dias em missão no gabinete do CIO (Chief Information Officer)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. À procura de pessoas na Austrália e Nova Zelândia interessadas em ferramentas, redes de conhecimento, colaboração para a Web 2.0</li> <li>. Ocupado com a promoção do concurso de vídeo E&amp;E (2/25-4/11). Divulguem!</li> </ul>

**Quadro 4** – Conteúdos detetados no estudo de Dimicco et.al. (2008), classificados pelos objetivos dos utilizadores

Foi, portanto, efetuada a análise dos resultados identificados pelos autores (DIMICCO *et al.*, 2008), e a partir desta foi estabelecido um rol mais restrito dividido em três grandes temas e cada um destes temas por sua vez recebeu subitens. Isto porque, vários dos assuntos indicados pelos autores na pesquisa dizem respeito unicamente à amostra por eles utilizada.

É relevante destacar que estes subitens foram definidos para se adequarem a qualquer organização, uma vez que serviram de suporte para a montagem do instrumento de pesquisa utilizado nesta investigação e permitiram estabelecer um padrão inicial para se discutir as possibilidades de trocas via media não formais das informações orgânicas digitais e, conseqüentemente, de suportes diferenciados dos oferecidos pela organização e assim de validar o conceito de **informação orgânica digital espontânea**.

Apresenta-se seguidamente, os três temas estabelecidos e utilizados nesta investigação, com seus subitens relacionados à temática organizacional:

- **Informações sobre si**
  - Atividades que exerce,
  - Projetos em que está envolvido,
  - Rotinas de trabalho, e
  - Objetivos de carreira profissional.
  
- **Informações em formato de Imagens e vídeos**
  - Participação em eventos da organização (cursos, seminários)
  
- **Informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho**
  - Comentários positivos sobre colegas,
  - Comentários negativos sobre colegas,
  - Comentários positivos sobre superiores/chefes,
  - Comentários negativos sobre superiores/chefes,
  - Comentários sobre projetos e ações da organização

Volta-se a ressaltar que não é objetivo, nesta investigação, discutir o conteúdo propriamente dito da informação orgânica digital espontânea, para

estabelecer este aspeto seria necessário outro estudo que abordasse especificamente a análise de conteúdo. Procura-se sim, verificar a existência de determinadas trocas informacionais relacionadas com o contexto organizacional expandido, e conseqüentemente de carácter orgânico, em outros suportes digitais, sejam dispositivos, aplicações e/ou serviços, que não estão a ser oferecidos e tutelados pela organização, e que são estabelecidos espontaneamente pelos integrantes do público essencial de sustentação primário. Estes tipos de trocas podem trazer como consequência possíveis ruídos à comunicação formal e a dificuldades de recuperação das informações orgânicas em questão.

Salienta-se que quando da elaboração do instrumento de pesquisa foram incluídos nestes três grandes grupos outros temas de informações<sup>84</sup>, estes sim de carácter totalmente informal e sem relação com a organização. Após esta inclusão cada listagem temática passou a conter os subitens apresentados a seguir e que no instrumentos de pesquisa ainda contiveram a opção outros, possibilitando aos respondentes oportunidade de incluir outros temas a cada grupo.

- **Informações sobre si**

- Atividades que exerce
- Projetos em que está envolvido
- Rotinas de trabalho
- Educação/Estudos – (informações de que cursos frequentou e onde)
- Experiência e atividades passadas (atividades e locais onde trabalhou)
- Objetivos de carreira profissional
- Outros interesses profissionais
- O que costuma fazer quando não está no trabalho.
- Interesses (bebida, comida, livro, estilo musical, filme, ator/atriz)
- História de vida (Onde nasceu, cresceu)

- **Informações em formato de Imagens e vídeos**

- Participação em eventos da organização (cursos, seminários)

---

<sup>84</sup> Questões 15, 16 e 17 do instrumento de pesquisa

- De temas relacionados as experiências profissionais mas externos a organização
  - Das confraternizações com os colegas de trabalho
  - Fotos das suas férias
  - Fotos de encontros e festas familiares
  - Fotos da sua infância
  - Ilustrações ou fotos divertidas (campanhas publicitárias)
  - Vídeos pessoais
  - Vídeos de música
  - Traillers de filmes
- 
- **Informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho**
    - Comentários positivos sobre colegas
    - Comentários negativos sobre colegas
    - Comentários positivos sobre superiores/chefes
    - Comentários negativos sobre superiores/chefes
    - Comentários sobre projetos e ações da organização
    - Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho
    - Piadas sobre aspetos relacionados ao trabalho

A inclusão destes subitens tem o intuito de verificar a existência ou não, de diferentes comportamentos por parte dos participantes da pesquisa, conforme será demonstrado no Capítulo Três quando analisadas das questões.

Desta forma, após a apresentação dos aspetos relacionados ao conceito aqui defendido de informação orgânica digital espontânea parte-se para a apresentação dos resultados obtidos com a pesquisa prática.



## CAPÍTULO TRÊS

### INQUÉRITO E RESULTADOS – ANÁLISE DESCRITIVA DOS ELEMENTOS OBTIDOS ATRAVÉS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA

Conforme apresentado na introdução deste trabalho, o fio condutor e balizador, em termos metodológicos, desta pesquisa é o Método Quadripolar (DE BRUYNE *et al.*, 1974). Nesse sentido, o Pólo Técnico deste estudo tem como instrumental uma pesquisa quantitativa de caráter exploratório que possui a função de responder aos objetivos estabelecidos.

Segundo De Bruyne e *et. al.* (1974, p. 203) esta técnica de pesquisa possui as vantagens de ser econômica, permitir uniformidade nos resultados, conceder o anonimato aos participantes e possibilitar ao investigador filtrar as questões a serem utilizadas nas análises. Mas os mesmos autores destacam (DE BRUYNE *et al.*, 1974) que, por esta estar vinculada a um questionário padrão, sofre de um viés rígido. Considera-se no entanto que os aspetos positivos, neste caso, prevalecem sobre os possíveis obstáculos relacionados com os resultados obtidos.

Destaca-se ainda que a medida que forem expostas e analisadas as questões que compõem o instrumento de pesquisa já se estará também desenvolvendo o Quarto Pólo, o Pólo Morfológico que posteriormente será complementado no Capítulo Quatro deste trabalho.

#### 3.1. Abrangência e Técnica de Pesquisa

Inicialmente, a amostra selecionada era composta por seis (06) organizações/empresas: três (03) localizadas em Portugal e três (03) com sede no Brasil. Essas empresas, representando cada país, deveriam constituir um grupo composto por organizações com características distintas em relação ao

conhecimento e à utilização dos dispositivos e das aplicações digitais nas atividades profissionais.

Entretanto surgiram várias dificuldades em obter a amostragem desejada, situação explicitada na Secção 3.1.1. deste capítulo, o que a condicionou e a tornou mais pequena. Assim, a amostra acabou por ser formada por três organizações, sendo uma sediada em Portugal e duas no Brasil.

A técnica estabelecida para a recolha dos dados desta investigação foi a da pesquisa quantitativa (ALBARELLO, 1997). Apesar dos resultados não possuírem uma representação estatística, serviram para estabelecer tendências de comportamento que respondem aos objetivos deste estudo e comprovam as posições defendidas pela investigadora.

A forma escolhida para a aplicação do questionário foi a sua distribuição por *e-mail* de *link*<sup>85</sup> que direcionava o participante ao questionário disponível online no Serviço de Tecnologias de Informação e Comunicação da Universidade de Aveiro – Stic, ambiente onde se encontra hospedada a pesquisa. O participante deparava-se inicialmente com uma pequena apresentação da investigadora e da pesquisa (Anexos B e C) e a seguir encontrava a versão do questionário ao qual devia responder (Anexos D e F). O instrumento foi desenvolvido em duas versões com pequenas alterações devido às particularidades de termos e linguagens utilizados em Portugal e no Brasil.

Destaca-se que as três organizações participantes foram responsáveis pela escolha dos elementos da organização que receberiam o questionário através do envio do *e-mail* com o *link*. Esta estratégia de aplicação do inquérito foi utilizada uma vez que as organizações não propiciaram o contacto direto com os seus colaboradores por considerarem que a disponibilização dos endereços eletrónicos seria uma invasão de privacidade. Uma vez que foi este o sistema utilizado na primeira organização participante, usou-se a mesma forma de aplicação em todas as outras. Entretanto, a possibilidade de não se ter acesso direto aos colaboradores também impossibilitou os contactos de reforço, ou seja, de reenvio

---

<sup>85</sup> Links da pesquisa: Versão de Portugal: <http://questionarios.staging.ua.pt/index.php?sid=37626&lang=pt> e Versão do Brasil: <http://questionarios.staging.ua.pt/index.php?sid=59396&lang=pt>

do *e-mail* divulgador do inquérito ficando esta tarefa fora do controlo da investigadora, e a cargo das organizações participantes.

Os resultados obtidos são apresentados, analisados e comparados com o intuito de verificar a presença, ou não, de um padrão de comportamento que permita responder às questões e aos objetivos propostos e, conseqüentemente comprovar a existência de trocas/partilhas info-comunicacionais consistentes capazes de caracterizar a tipologia da informação orgânica digital espontânea.

### **3.1.1.Dificuldades encontradas**

Conforme já salientado anteriormente, para executar a aplicação da pesquisa prática que integra este trabalho foi necessário suplantar várias dificuldades. Esta secção tem a finalidade de expor estas complicações e justificar o motivo da mudança do universo a ser pesquisado.

Salienta-se que no momento da elaboração do projeto de pesquisa havia sido proposta a aplicação da pesquisa a seis empresas - três organizações com sede em Portugal e três com sede no Brasil. Cada um dos conjuntos seria composto por três empresas cujo público essencial de sustentação primário possuísse características específicas, a saber: Organização A – atividade principal com envolvimento direto com as tecnologias digitais e com integrantes que as utilizassem no exercício profissional; Organização B - atividade principal com envolvimento parcial com as tecnologias digitais e funcionários familiarizados com as mesmas; e Organização C – atividade principal em que apenas alguns aspetos operacionais estariam relacionados com as tecnologias digitais e os colaboradores potencialmente menos familiarizados com estas tecnologias.

A partir desta proposta foram estabelecidos contactos através de listagens obtidas em *sites* de representações empresariais da área de Desenvolvimento de *Software* e da área de Publicidade e Propaganda em Portugal e no Brasil, por entender-se que cada uma dessas áreas representava respetivamente as organizações de tipo A e B indicadas no Projeto de Tese. Esclarece-se que enquanto em Portugal foram procuradas organizações localizadas nas cidades do

Porto ou de Lisboa, no Brasil o objetivo foi obter empresas sediadas na cidade de Porto Alegre, cidade de origem da investigadora.

Logo nos primeiros contactos efetuados foi detetado que, se por um lado a tecnologia digital permite que as organizações estejam em contacto com os seus públicos das mais diversas formas, por outro lado fecha portas e distancia determinadas relações, aspeto que ocorreu sistematicamente. Isto porque a primeira forma de entrar em contacto com as organizações escolhidas foi o telefonema. Por esse meio efetuava-se as primeiras explicações e apresentações, com a finalidade de se ser encaminhada e atendida por alguém que tivesse autonomia para aprovar a pesquisa. Em algumas das vezes até foi possível estabelecer o primeiro contacto com a pessoa responsável, mas em 100% dos contactos a primeira resposta obtida foi a de ser pedido à investigadora para encaminhar o *e-mail* com maiores detalhes e esclarecimentos.

Partiu-se portanto para a elaboração e envio *de e-mail* à pessoa chave indicada dando as informações sobre a pesquisa, a tese e a investigadora (Anexo G). Todos os *e-mail* foram acompanhados de um exemplar da pesquisa em anexo e das opções: Pedir um Recibo de Entrega e Pedir um Recibo de Leitura. A partir deste envio aconteceram as mais diversas situações que foram desde o apagar o *e-mail* antes mesmo da leitura, até negociações que acabaram em resposta negativa apesar de terem durado quase cinco meses. Uma vez que os contactos se iniciaram em Portugal acreditava-se que as respostas negativas estavam diretamente relacionadas com a investigadora por ela não ser portuguesa. Contudo, à medida que os contactos foram sendo estabelecidos junto das organizações brasileiras, onde inclusive existiam indivíduos com os quais a investigadora possuía relacionamento profissional anterior, os resultados foram os mesmos. É relevante precisar que após o envio dos *e-mails* novos contactos foram efetuados através de telefonemas, mas obteve-se sempre a mesma resposta: deve aguardar a resposta ao seu *e-mail*.

Acredita-se que este comportamento esteja relacionado com três aspetos:

- I. As organizações não tiveram a sensibilidade de entender a importância de se conhecer os outros canais de comunicação utilizados pelos colaboradores para a troca de informação orgânica;

- II. As organizações consideraram que a pesquisa, por efetuar perguntas relacionadas com os hábitos de utilização dos dispositivos e aplicações digitais, entrava no foro pessoal dos colaboradores considerando este aspeto invasão da privacidade dos seus integrantes;
- III. Atualmente como as organizações têm recebido um grande volume de solicitações para participarem em estudos e trabalhos académicos, elas preferem não se comprometerem com esses pedidos usando a facilidade que o serviço de *e-mail* oferece para fechar a porta a este tipo de solicitação.

Uma vez que surgiram várias dificuldades no estabelecimento das estratégias iniciais de contacto. Passou-se a utilizar indivíduos intermediários, com os quais a investigadora possuía conhecimento profissional anterior. Efetivamente foram estes contactos que propiciaram o retorno positivo.

Desta forma devido a estas dificuldades para obter a participação das organizações, e porque condicionada pelos prazos estabelecidos para a finalização deste trabalho, optou-se por se utilizar apenas os dados obtidos de março de 2011 a fevereiro de 2012 em três organizações que concordaram em participar do inquérito.

Apesar da amostra pesquisada não possuir uma representatividade estatística adequada entende-se, no entanto, que esta questão não invalida o estudo pois, conforme foi apurado e apresentado no referencial teórico que dá suporte a este trabalho, outros estudos relacionados com a Comunicação Interna e com as TDIC's, também se limitaram a apresentar pequenas amostras, devido às dificuldades de acesso aos indivíduos a serem pesquisados como comprovam, por exemplo, os trabalhos realizados por Efimova e Grudin (2007) e por Zhao e Rosson (2009).

### 3.1.2. Características das organizações pesquisadas

A amostra aqui apresentada diz respeito a três organizações, uma com sede em Lisboa, Portugal e duas com sedes em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

A primeira organização que participou na pesquisa foi um escritório português de advocacia com unidades em Lisboa, Madeira, Porto e Brasil. Somente os integrantes de um setor receberam o *link* do questionário o qual foi respondido por todos no dia 29 de março de 2011. Obteve-se, assim, uma participação de sete (07) respondentes desta organização, todos integrantes da área de Qualidade e Organização do escritório.

O escritório de advocacia possui um departamento específico dedicado à comunicação interna e externa. Todos os colaboradores, desde o ano de 2001, têm à disposição o Portal Interno, dispositivo através do qual são efetuadas trocas/partilhas comunicacionais. Além deste sistema são utilizadas aplicações de produtividade da Microsoft (exp. Office), programas de gestão ambiental e programas específicos de pesquisa legal.

As trocas/partilhas informacionais ocorrem através de reuniões formais e/ou informais, reuniões de área, por *e-mail* e ou através de notícias/informações publicadas no Portal Interno. Em março de 2011, em data posterior à aplicação do inquérito na organização, um novo Portal foi implementado acrescido de aplicativo que permite consulta de notícias, eventos e atualidades, tanto por parte dos colaboradores, como por parte dos clientes, através de telemóveis, *smartphones* e outros *gadgets*.

Os componentes do público essencial de sustentação primário do escritório de advocacia podem dispor de computadores de secretária, telefones fixos e telemóveis. Conforme informação prestada aquando do contacto com a organização, os advogados, especificamente, “têm à disposição um conjunto de computadores portáteis os quais podem requerer para trabalhar fora do escritório”.

As TDIC's não são, nesta organização, o produto/serviço final, servem sim como instrumento de trabalho à medida que são utilizados pelos colaboradores para o acompanhamento e o desenvolvimento das atividades normais de um escritório de advocacia, que são a pesquisa, a elaboração de pareceres e de relatórios, bem como as demais necessidades relacionadas com o exercício profissional. Além disso, a organização oferece, dentro do campo do direito, assessoria sobre privacidade e proteção de dados.

A segunda empresa que participou na pesquisa é uma empresa brasileira, cuja sede se localiza no município de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, com filiais nas cidades de São Paulo, no Brasil, e em Maumee, Ohio, nos Estados Unidos. A empresa oferece o serviço de desenvolvimento de *softwares* e possui cerca de 150 colaboradores distribuídos pelas três unidades e que disponibilizam um atendimento presencial nas empresas clientes.

A organização tem ao dispor dos seus colaboradores vários tipos de aplicações digitais exclusivas para a troca de informações orgânicas, ou mesmo informais. Tendo como base operacional uma Intranet, são oferecidos os serviços de correio eletrônico, de mensagens instantâneas e uma *wiki* colaborativa que pode ser utilizada para o aperfeiçoamento e desenvolvimento das atividades profissionais ou, simplesmente, para comentários sobre o que se passa na organização. Além destas vantagens, permite igualmente a personalização do perfil dos colaboradores.

Em relação à concessão de dispositivos eletrônicos ou digitais aos integrantes do público essencial de sustentação primário esta empresa oferece computadores de secretária, nas sedes, e disponibiliza telemóveis para a equipa comercial com um *plafond* de comunicações atribuído. Já os demais colaboradores podem através de facilidades concedidas pela organização adquirir computadores portáteis e telemóveis sendo que estes devem fazer parte do plano empresarial que inclui ligações gratuitas entre os números da empresa.

Sob responsabilidade da equipa de recursos humanos e *endomarketing*<sup>86</sup> são também desenvolvidas uma série de ações comunicacionais via meios

---

<sup>86</sup> O termo *endomarketing* foi criado e registrado pelo autor brasileiro Saul Bekin em 1990 e caracteriza-se por identificar todas as ações dirigidas ao público interno de uma organização, a saber: funcionários, fornecedores, acionistas, etc. Vide BEKIN - Conversando sobre *endomarketing*

digitais, ou não, a fim de que todos os colaboradores estejam cientes dos acontecimentos que estão a ocorrer na organização.

Verificou-se que o planeamento da comunicação organizacional, em termos internos, procura oferecer o máximo possível de informações aos colaboradores, bem como proporcionar canais formais de comunicação para as trocas/partilhas de informações orgânicas, desenvolver a socialização e mesmo propiciar a comunicação informal. Mas, independente destas possibilidades, constata-se pelas respostas obtidas através do inquérito, que os colaboradores também recorrem a outros canais de comunicação para efetuarem trocas/partilhas de informações orgânicas, como será demonstrado a seguir.

O *link* do questionário<sup>87</sup> foi encaminhado, como foi informado, apenas para “a relação de líderes, conforme orientação recebida do nosso RH”<sup>88</sup>. Obteve-se a participação de doze (12) respondentes, num total de 15 colaboradores que receberam o referido *link*. As respostas ao questionário foram enviadas entre 09 de junho e 01 de julho de 2011.

A terceira organização a participar da pesquisa consiste numa empresa pública que oferece o serviço de abastecimento<sup>89</sup> a 100% da população do município de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Esta empresa não possui concorrência na atividade que oferece e é vinculada à administração municipal, apesar de possuir identidade própria e verba específica. Com as características e a nomenclatura atual surgiu em 1961, contudo já presta este serviço à comunidade desde meados do século XVIII.

Atualmente a empresa possui cerca de 2.100 funcionários, que preenchem as vagas através de concurso público ou “preenchimento de cargos de confiança por indicação”<sup>90</sup>. Estes colaboradores encontram-se distribuídos por várias unidades distintas e setORIZADAS, que oferecem serviços diferenciados, em diversos pontos da cidade onde exercem atividades relacionadas com o tipo de

---

<sup>87</sup> Link localizado no Stic - Serviço de tecnologias de informação e comunicação da Universidade de Aveiro - <http://questionarios.ua.pt/index.php?sid=56398&lang=pt>

<sup>88</sup> Informação concedida pelo contacto na organização, destaca-se que o nome da organização trabalhada, não será divulgada, conforme acordado

<sup>89</sup> Os serviços oferecidos por esta organização não estão aqui especificados a fim de preservar a sua identificação.

<sup>90</sup> Terminologia utilizada no Brasil para cargos, em geral de chefias e assessorias, em organizações públicas indicadas por ocupantes de cargos políticos.



serviço oferecido na unidade.

Esta organização oferece, conforme informado pelo contacto da empresa, um “parque de computadores integrados por uma ampla infraestrutura de rede que suporta outros dispositivos como: impressoras e *scanners*, *notebooks* e retroprojetores, servidor de correio eletrónico corporativo, intranet, servidor de ficheiros e sistemas de informação”<sup>91</sup>. Além dos dispositivos eletrónicos ou digitais já citados alguns colaboradores em função das características de sua atuação profissional podem vir a receber telemóveis, câmaras digitais e *smartphones*.

A Unidade de Comunicação Social<sup>92</sup> em conjunto com outras áreas desenvolve o Plano anual de comunicação onde estão previstas todas as ações a serem desenvolvidas. Além deste plano a organização também possui um Plano de Comunicação do Sistema de Gestão, específico para disseminar informações sobre Gestão.

A organização possui uma rede informatizada (intranet), onde estão alojados os serviços de correio eletrónico corporativo, os sites e os blogues internos, sendo todos considerados canais formais para a troca de informações. Destaca-se que só quem é da organização pode aceder e somente nas suas dependências. Como todos são servidores públicos e tem que cumprir determinadas horas de trabalho presenciais, não há previsão, até o momento, de trabalho à distância.

Um aspeto importante a destacar diz respeito à produção e à info-comunicação, uma vez que ambos os processos são descentralizados. Apesar de existir o sector de informática (responsável pelo hardware e funcionamento da rede, juntamente com a Procempa<sup>93</sup>) e a Unidade de Comunicação Social, cada setor é livre para disponibilizar seu conteúdo dentro da Intranet, como por exemplo a descrição dos seus serviços, os horários de funcionamento, as normas, os formulários e os documentos, sempre respeitando a hierarquia e atribuições de cada um dos sectores. Encontram-se também alojados na Intranet

---

<sup>91</sup> Informações concedidas pelo contacto da organização, pertencente a Unidade de Comunicação Social

<sup>92</sup> Título do departamento de comunicação da organização.

<sup>93</sup> A Procempa é a empresa de processamento de dados do governo municipal de Porto Alegre e transformou-se gradualmente numa moderna empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação, disponibilizando soluções compatíveis com a vanguarda do trade internacional de TIC. [http://www.procempa.com.br/default.php?p\\_secao=54](http://www.procempa.com.br/default.php?p_secao=54)

diversos sistemas especialistas, relativos a atividades pertinentes a determinados setores, a saber: financeiro, licitações, recursos humanos que só funcionam em Intranet. A organização também possui o site externo para contacto e divulgação com os seus outros públicos.

Nesta organização o *link* do questionário foi encaminhado através de *e-mail* emitido pelo setor de Qualidade em duas ocasiões para os cem (100) colaboradores que possuem o cargo de Gestores, ocupado por indivíduos que possuem a responsabilidade e o controlo das atividades e serviços efetuados por seus subordinados. Trinta e três (33) dos 100 indivíduos aceitaram participar e responder ao questionário, o que representa 33% do total dos gestores da organização. Eles participaram do inquérito no período compreendido entre 06 de janeiro e 22 de fevereiro de 2012.

### **3.2. Apresentação do instrumento e dos resultados da pesquisa**

Conforme já citado anteriormente o instrumento de pesquisa possui duas versões em função de terminologia diferenciada entre Portugal e Brasil, no entanto seguem a mesma composição. Possui dezanove (19) questões assim divididas:

- As quatro primeiras questões servem para identificar o perfil do respondente em termos de idade, género e formação académica;
- As questões de número 5, 6 e 7 detetam os hábitos de posse e uso dos dispositivos, das aplicações e dos serviços digitais em termos pessoais;
- A partir da Questão 8 até a Questão 14, incluindo a questão 11a, são efetuadas perguntas em relação ao uso dos dispositivos, das aplicações e dos serviços digitais em termos profissionais e em relação as trocas/partilhas efetuadas com colegas de trabalho; e
- As questões de número 15, 16, 17 e 18 procuram identificar os temas de informações trocadas com colegas de trabalho através dos dispositivos, das aplicações e dos serviços digitais

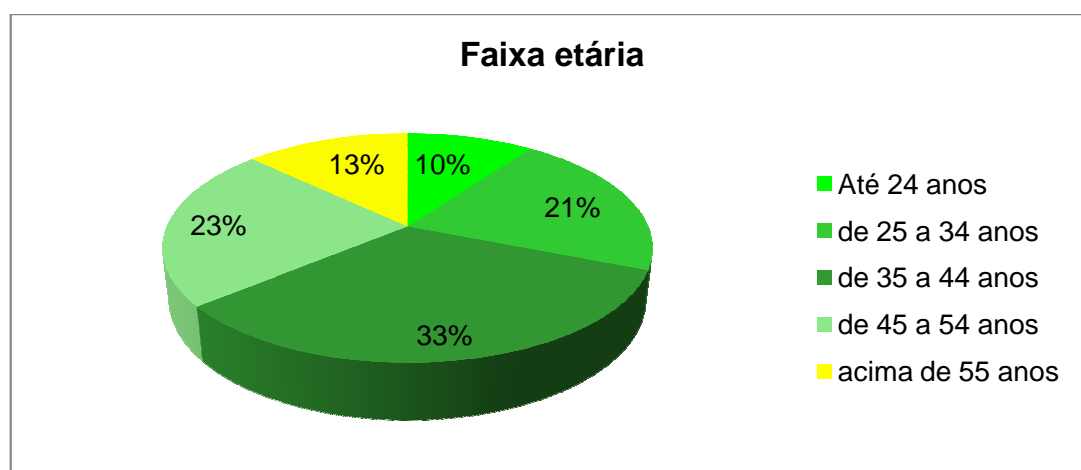
Os resultados obtidos em cada uma das questões que compõem o instrumento de pesquisa deste estudo são apresentados, tendo-se optado por explicar os objetivos dos enunciados de cada uma das questões, seguido pela análise das respostas. Em cada questão, num primeiro momento são expostos os resultados alcançados pela totalidade da amostra, seguidos das indicações efetuadas por cada grupo de respondentes das três organizações.

### 3.2.1. Análise das Questões

#### Questão 1

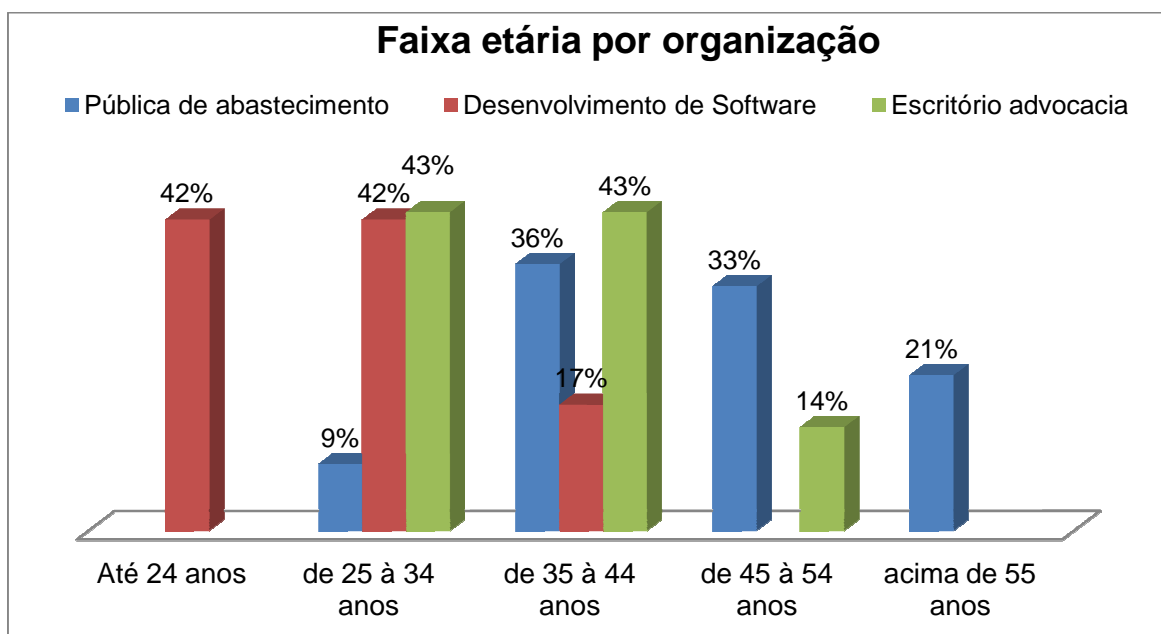
A primeira questão do instrumento de pesquisa busca detetar a faixa etária dos respondentes. Foram apresentados cinco possibilidades de indicação, a saber: até 24 anos, de 25 a 34 anos, de 35 a 44 anos; de 45 a 54 anos e mais de 55 anos.

A amostra dos respondentes à pesquisa é composta por um total de 52 indivíduos, conforme demonstra o **Gráfico 1** ocorre uma predominância da faixa etária **de 35 a 44 anos**, com 33% (17 participantes) sendo 12 oriundos da organização pública que presta serviço de abastecimento, 3 do escritório de advocacia e 2 da empresa que oferece serviços de *software*. Segue-se a este o grupo dos indivíduos **de 45 a 54 anos** 23% (12 respondentes) e os **de 25 a 34 anos** com 21% (11 respondentes).



**Gráfico 1** – Faixa etária da totalidade dos participantes da pesquisa

Quando analisadas individualmente, **Gráfico 2**, verifica-se que a maioria dos integrantes da empresa de *software* situa-se nas duas faixas mais jovens de respondentes num total de 84% (10), dos quais cinco se localizam na faixa **até os 24 anos** e os outros cinco na faixa **de 25 a 34 anos** - 42% do total de respondentes em cada faixa. Por sua vez, a organização pública de abastecimento e o escritório de advocacia possuem um maior número de respondentes nas faixas mais elevadas de idade: **de 25 a 44 anos**, sendo 33% (11) dos respondentes pertencentes à empresa de abastecimento e 43% (3) respondentes relativos ao escritório de advocacia. Na faixa de **45 a 54 anos** a empresa pública de abastecimento conta com 36% (12) enquanto o escritório de advocacia insere 43% (3) dos respondentes.

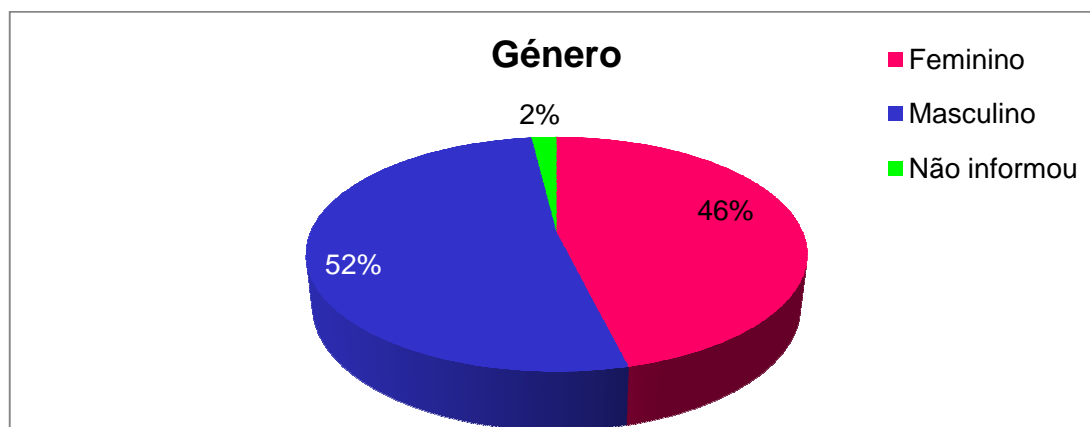


**Gráfico 2** – Faixa etária por organização participante

## Questão 2

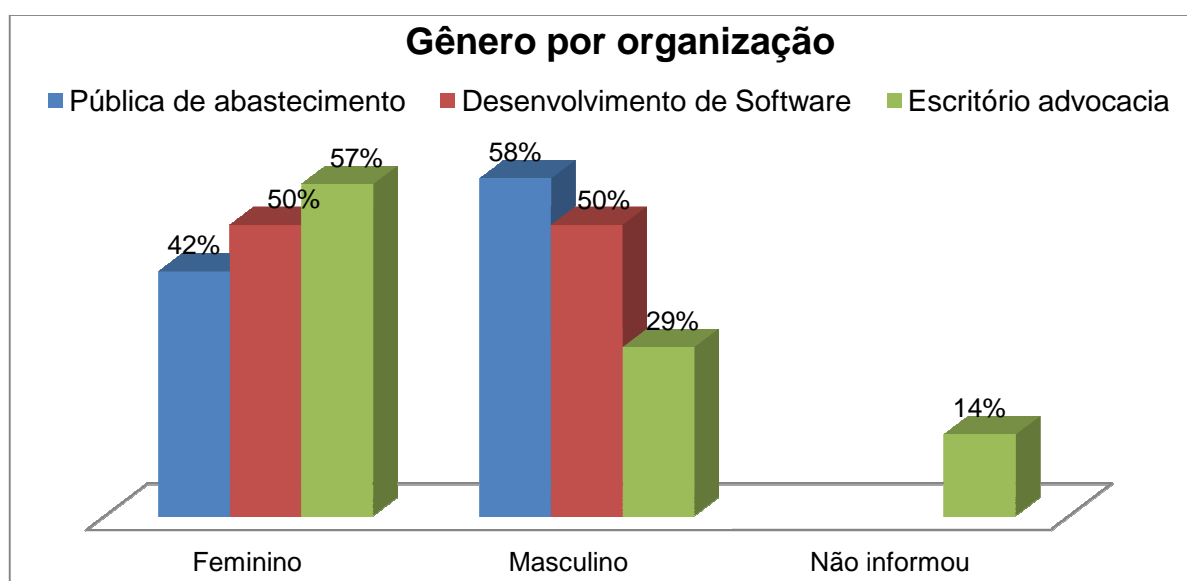
Tem como objetivo identificar o género dos respondentes. Como pode ser visto em relação ao género, o grupo dos respondentes encontra-se praticamente equilibrado, como demonstra o **Gráfico 3**, onde 46% (24 respondentes) pertence ao género **feminino** e 52% (27 respondentes) ao género **masculino**. Nas três

organizações apenas um colaborador pertencente ao escritório de advocacia não informou o seu género.



**Gráfico 3** – Género da totalidade dos participantes da pesquisa

A análise individual por organização é representada pelo **Gráfico 4**.



**Gráfico 4** – Género por organização participante da pesquisa

Verifica-se que, enquanto a empresa de *software* apresenta um equilíbrio de representatividade com 50% (6 respondentes), de cada género, os colaboradores do escritório de advocacia apresentam um índice maior de mulheres, 57% (4 respondentes) sendo apenas 14% do género **masculino** (2

respondentes). Pelo contrário, na empresa pública de abastecimento ocorre o inverso, sendo sua amostra composta por uma maior incidência de representantes do género masculino 58% (19 homens) e 42% (14 mulheres) do género feminino

### Questão 3

O objetivo da questão é detetar o nível de escolaridade dos participantes, bem como o ano da conclusão de sua última qualificação

A quase totalidade dos participantes da pesquisa possui formação académica completa a nível de liceu/graduação, a exceção de 17% (2) dos integrantes da empresa de desenvolvimento de *software* que se encontram neste momento a frequentar este nível de escolaridade.

Do total dos respondentes à pesquisa, metade - 50% (26) - possui uma especialização. Ao analisar-se com mais pormenor este aspeto por organização verifica-se que 57% dos participantes do escritório de advocacia têm um nível de especialização; 42% pertencem à empresa de desenvolvimento de *software* e 52% (17) da organização pública de abastecimento.

No que diz respeito às datas de conclusão do último nível de formação académica verifica-se que as mesmas têm uma relação direta com as faixas etárias que prevalecem em cada organização pesquisada, ou seja, os integrantes da empresa pública de abastecimento, por pertencerem às faixas etárias mais elevadas<sup>94</sup>, concluíram seus estudos há mais tempo – entre 1981 e 2011, seguidos pelos elementos oriundos do escritório de advocacia – entre 1986 e 2010 e aqueles que pertencem à organização de desenvolvimento de *softwares* de 1999 até 2011.

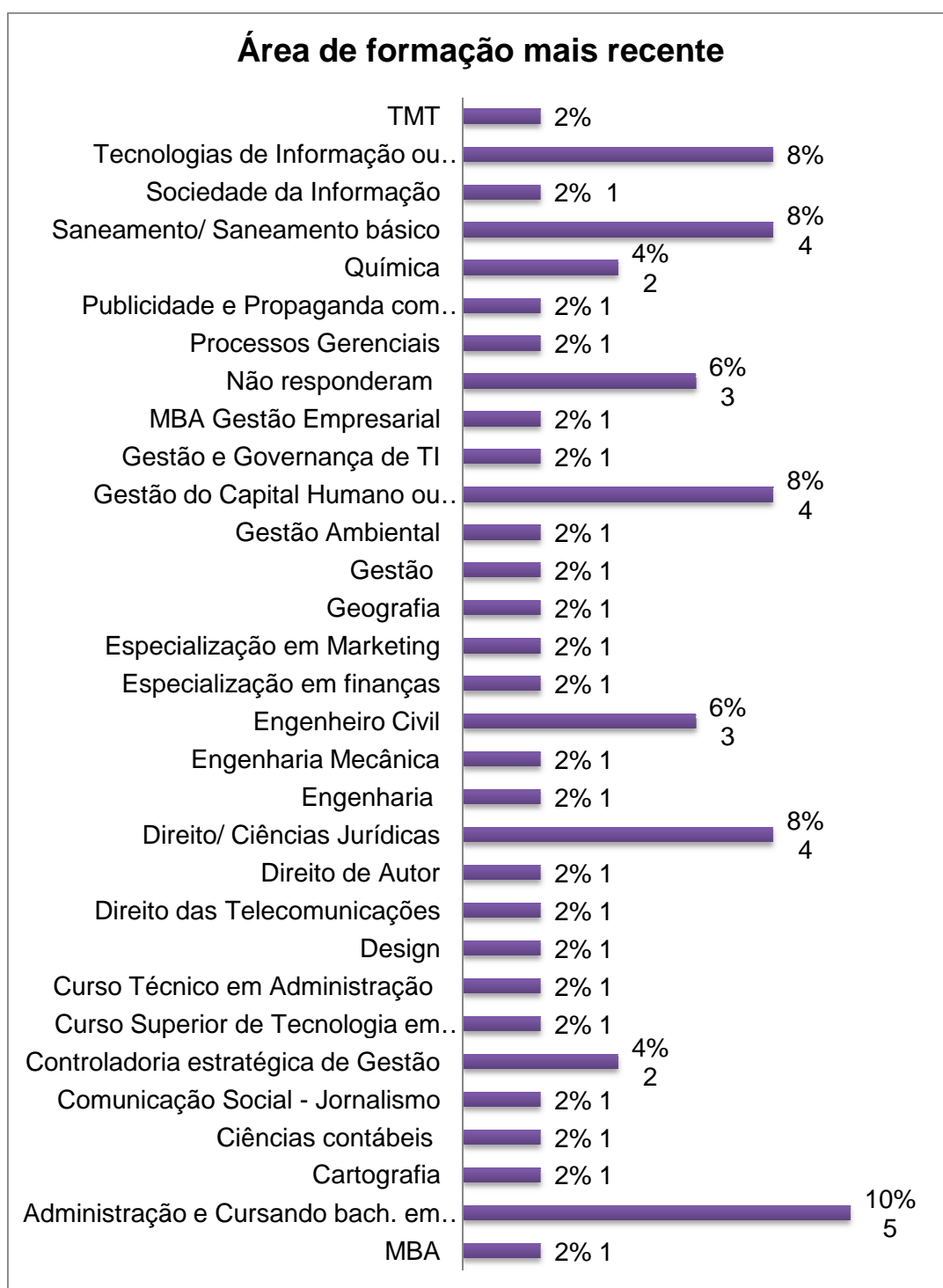
Apenas um respondente da pesquisa declara possuir um mestrado 2%(1) e pertence à empresa pública de abastecimento.

---

<sup>94</sup> Vide Questão 1 página 147

#### Questão 4

A questão busca identificar a área de Formação escolar/acadêmica mais recente dos participantes, **Gráfico 5**.



**Gráfico 5** – Área de formação acadêmica da totalidade dos participantes da pesquisa

Destaca-se que 6% (3) da amostra não responderam a esta questão. Entre os demais verifica-se uma grande diversidade de indicações, todavia, as maiores concentrações ocorrem nas áreas chave das organizações participantes, a saber: Direito, Tecnologia e Saneamento.

Regista-se igualmente que parte dos respondentes indica ter efetuado qualificações académicas em áreas relacionadas com as atividades administrativas, como a própria Administração com 10% (5) de indicações, e outras como o Direito/ciências Jurídicas 8% (4), a Gestão do Capital Humano/Recursos Humanos 8% (4), a Tecnologia da Informação/Informática 8% (4) e o Saneamento 6% (3). Outras áreas também recebem mais de uma marcação: Engenharia Civil 6% (3), Química 4% (2) e Controladoria<sup>95</sup> Estratégica 4% (2). Salienta-se ainda que algumas destas indicações dizem respeito à Licenciatura e outras à Pós-Graduações.

Quando analisados de forma individual, estes dados mostram que os colaboradores da Empresa Pública de Abastecimento são os que registam uma maior diversidade em termos de formação académica. Apesar de concentrarem maiores índices em áreas relacionadas com o Saneamento e as Engenharias, também pertencem a outras áreas tais como Geografia, Cartografia, Gestão Ambiental e Finanças.

Por sua vez, os integrantes da empresa de Desenvolvimento de Software possuem estudos na área de Formação das Tecnologias, e nas áreas de Marketing, Fotografia e Administração.

Já os integrantes do escritório de advocacia, que responderam ao questionário, concentram os seus estudos académicos em dois campos, nomeadamente o Direito e a Tecnologia.

---

<sup>95</sup> Licenciatura existente no Brasil que mescla as áreas de Contabilidade e Administração.



**Tabela 1** – Área de Formação académica dos participantes da pesquisa por organização

<b>Empresa</b>	<b>Área de Formação</b>	<b>Indicação respondente</b>
Pública abastecimento	Saneamento/ Saneamento básico	4
Pública abastecimento	Administração	3
Desenvolvimento software	Administração (Cursando) e possui Curso Técnico em Administração	1
Desenvolvimento software	Administração (Cursando)	1
Pública abastecimento	Direito / Ciências Jurídicas	3
Escritório advocacia	Direito	1
Escritório advocacia	Direito das Telecomunicações	1
Escritório advocacia	Direito de Autor	1
Pública abastecimento	Engenheiro Civil	3
Pública abastecimento	Gestão do Capital Humano	3
Pública abastecimento	Controladoria Estratégica de Gestão	2
Pública abastecimento	Química	2
Desenvolvimento software	TI	2
Escritório advocacia	Sociedade da Informação	1
Pública abastecimento	Tecnologias de Informação	1
Desenvolvimento software	Gestão e Governança de TI	1
Desenvolvimento software	Informática	1
Pública abastecimento	Cartografia	1
Pública abastecimento	Ciências Contábeis	1
Pública abastecimento	Comunicação Social - Jornalismo	1
Desenvolvimento software	Publicidade e Propaganda com ênfase em marketing	1
Desenvolvimento software	Especialização em Marketing	1
Desenvolvimento software	Curso Superior de Tecnologia em Fotografia	1
Desenvolvimento software	Design	1
Pública abastecimento	Engenharia	1
Pública abastecimento	Engenharia Mecânica	1
Pública abastecimento	Especialização em Finanças	1
		<b>Continua</b>

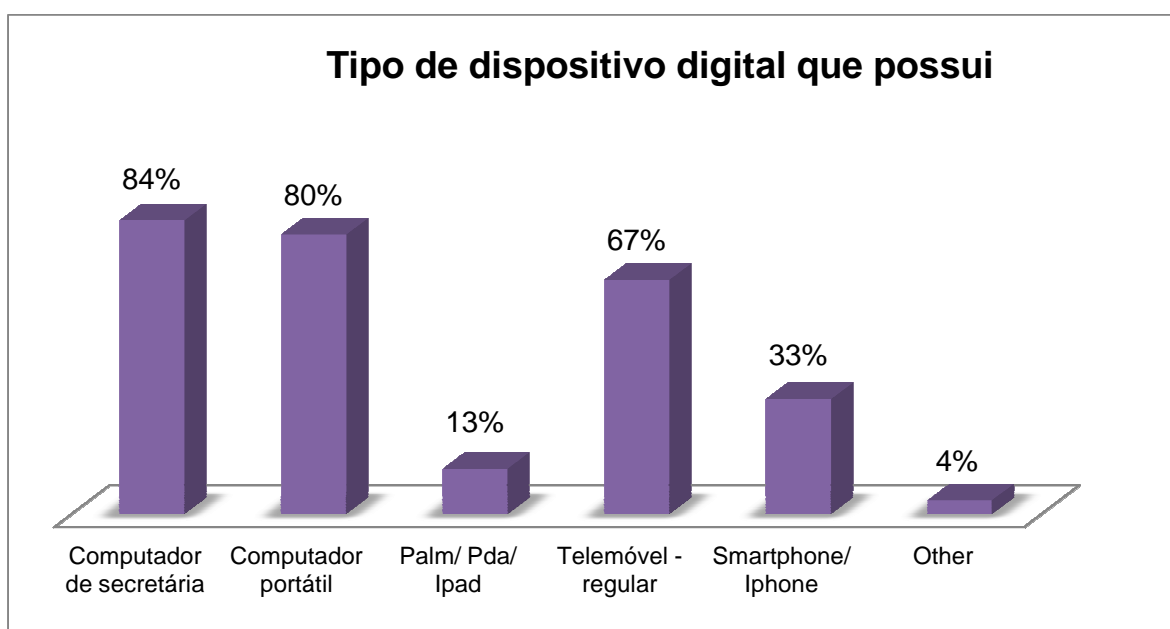
Continuação		
Empresa	Área de Formação	Indicação respondente
Pública abastecimento	Geografia	1
Pública abastecimento	Gestão	1
Pública abastecimento	Gestão Ambiental	1
Pública abastecimento	Gestão de Recursos Humanos	1
Escritório advocacia	MBA	1
Desenvolvimento software	MBA Gestão Empresarial	1
Desenvolvimento software	Processos Gerenciais	1
Escritório advocacia	TMT	1
Pública abastecimento	Não responderam	2
Escritório advocacia	Não responderam	1

### Questão 5

Tem como finalidade conhecer os tipos de dispositivos eletrónicos ou digitais que os respondentes possuem em termos pessoais (particular), uma vez que uma outra pergunta tem como objetivo verificar quais os equipamentos utilizados para o exercício profissional (Questão 8). Com esta finalidade é portanto apresentado um rol de dispositivos e a possibilidade de indicar resposta múltipla. As opções oferecidas são: Computador fixo de secretária, Computador portátil, Palm/Pda/Ipad, Telemóvel – regular, Smartphone/Iphone, ou ainda a opção outros com a possibilidade de indicação de mesmo.

Como pode ser visto no **Gráfico 6**, 84% (43) dos respondentes possuem **computador de secretária** e 80% (41) um **computador portátil**. Em relação aos **telemóveis**, o índice apresenta-se acentuado para os Modelos mais simples 67% (35 respondentes), tendência talvez impulsionada pelos respondentes da organização pública que por serem de uma faixa etária mais elevada não estejam abertos ao uso de tecnologias mais sofisticadas e aos dispositivos convergentes. No que diz respeito aos **telemóveis regulares**, 82% (27) dos respondentes da organização indicam possuir um.

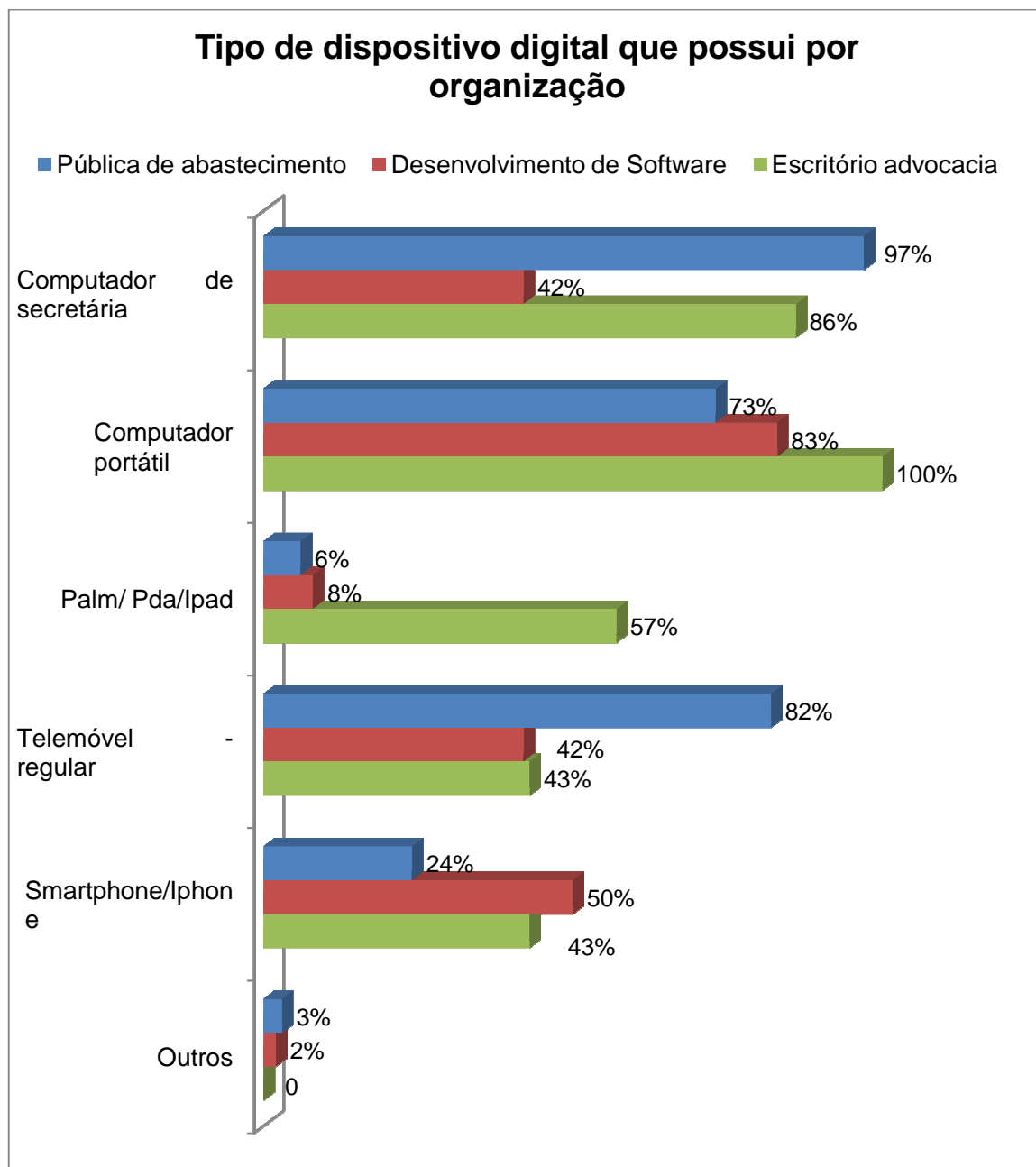
Chama a atenção o baixo índice de outros equipamentos - **Palm/Pda/Ipad/** onde do total de respondentes apenas 13% (7 respondentes) indicam possuir algum. Este baixo índice provavelmente estará relacionado com o alto custo que este tipo de equipamento possui, - principalmente no Brasil, e com a mais elevada faixa etária da empresa pública, tornando estes equipamentos inacessíveis para uns ou desinteressantes para outros. A posse deste tipo de equipamento somente vai ser representativa no escritório de advocacia onde 57% (4 respondentes) indicam possuir equipamentos com estas características.



**Gráfico 6** – Tipo de dispositivo eletrônico ou digital pessoal que possui pela totalidade dos participantes da pesquisa

Em relação aos 4% (2 respondentes) que indicam possuir outro tipo de dispositivo eletrônico ou digital, um deles - o colaborador da empresa de *software* - nomeia uma câmara fotográfica pessoal e o colaborador da empresa pública de abastecimento salienta possuir um telemóvel *blackberry* que pode ser considerado um **smartphone** ampliando assim para 35% (18 respondentes) o número de possuidores de telemóveis inteligentes. Contudo, este número encontra-se ainda bem abaixo do volume indicado para o **telemóvel regular** 67% (35 respondentes).

A análise individual, por empresa pode ser verificada através do **Gráfico 7**.



**Gráfico 7**– Tipo de dispositivo eletrônico ou digital pessoal detido pelos participantes da pesquisa por organização

Os números indicados no gráfico demonstram que os respondentes da empresa pública de abastecimento têm índice maior de **computadores de secretária** com 97% (32 respondentes) da amostra, ao mesmo tempo que 73% (24 respondentes) indicam também possuir **computadores portáteis**. Por sua vez os

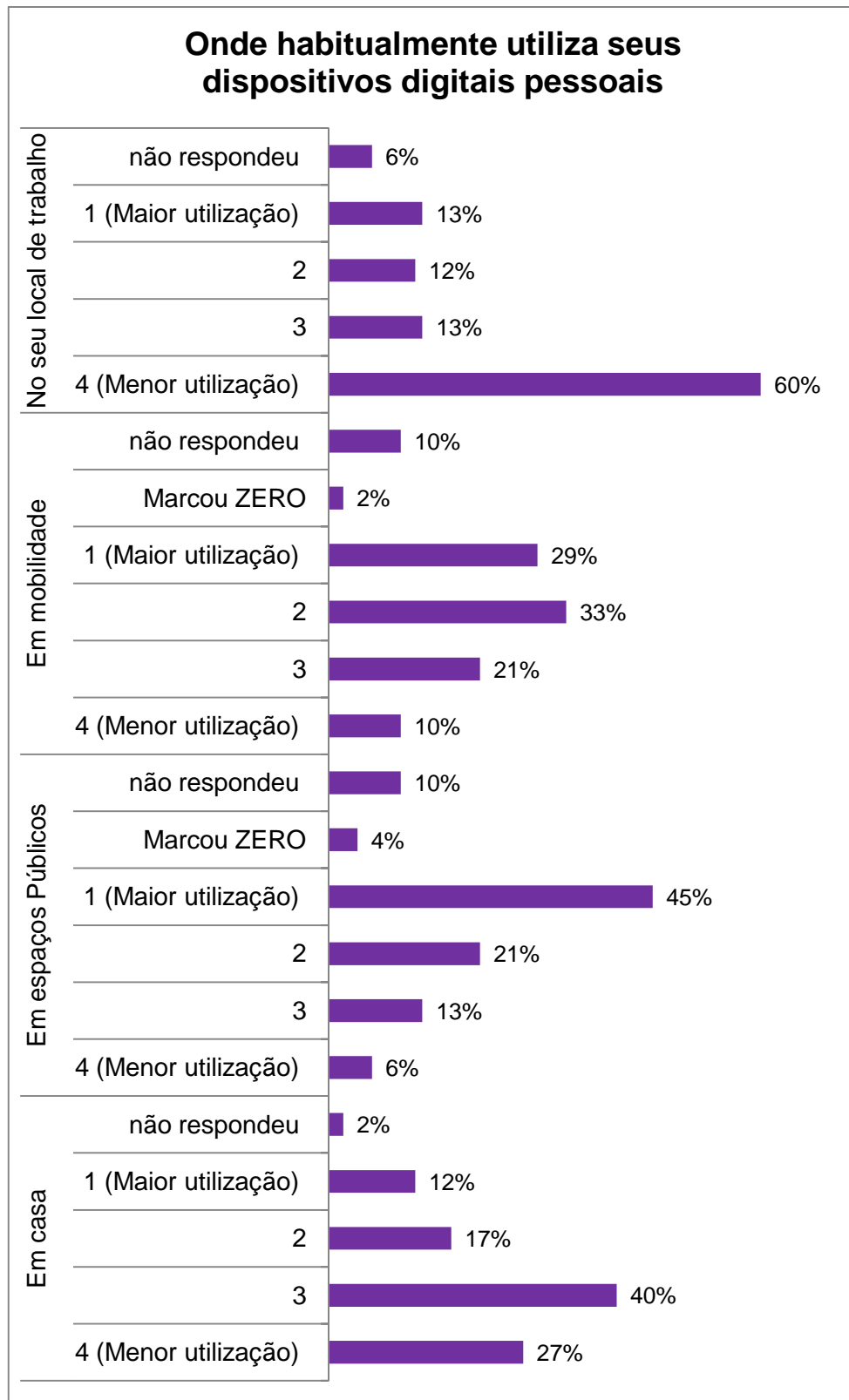
colaboradores da empresa de *software*, na sua maioria, 83% (10 respondentes) possuem **computador portátil** e somente 42% (5) **computador de secretária**. Os respondentes do escritório de advocacia indicam possuir, na sua maioria os dois equipamentos, 100% (7) indica ter um **computador portátil** e 86% (6) também indica possuir um **computador de secretária**.

Em relação à posse de **telemóvel regular** ou **smartphones** os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* e do escritório de advocacia indicam índices semelhantes em ambos os equipamentos. 42% (5) dos colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software* indica ter **telemóvel regular**, ao mesmo tempo que 50% (6) diz possuir **smartphones** enquanto que os respondentes do escritório de advocacia indicam o mesmo índice de 43% (3) para ambos equipamentos. Por sua vez os respondentes da empresa pública de abastecimento indicam índices bem distintos entre estes equipamentos – 82% (24) dos participantes da pesquisa dizem possuir **telemóvel regular** e somente 27% (9) indica ter **smartphones**. Salienta-se que nesta análise individual por empresa incluiu-se o respondente que indicou possuir um *blackberry* no grupo dos possuidores de **smartphones**.

## Questão 6

Esta questão procura identificar onde os respondentes da pesquisa têm por hábito utilizar os seus dispositivos digitais pessoais, para isso são apresentadas quatro opções de locais, a saber: no seu local de trabalho, em mobilidade, em espaços públicos e em casa devendo ser indicada a maior frequência de uso com o número 1 (um) e a menor com o número 4 (quatro), **Gráfico 8**.

A menor frequência de uso localiza-se no **local de trabalho** que recebe 60% (31 respondentes) das indicações do **índice 4 - menor utilização**. Por sua vez a maior frequência de marcações de uso dos dispositivos digitais com o **índice 1 – maior utilização**, regista-se nos **espaços públicos** com 45% (23 respondentes), seguida pelo uso **em mobilidade** com 29% (15 respondentes).



**Gráfico 8** – Local de utilização habitual dos dispositivos digitais pessoais pela totalidade dos participantes da pesquisa

É interessante notar a ocorrência da marcação 0, não indicada no enunciado da questão nas opções **em espaços públicos** e **em mobilidade**. Acredita-se que esta inclusão denota que os respondentes que a incluíram têm como objetivo enfatizar o não uso dos dispositivos digitais nestes ambientes. Outro dado significativo tem relação com os 27% (14 respondentes) que efetuam marcações do índice **4 - menor utilização, em casa**, seguido pela designação do nível **3 (três)** de frequência de uso com 67% (21 respondentes) também neste espaço.

Em termos individuais, **Tabela 2**, verifica-se que os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* apresentam a marcação mais expressiva no índice **4 - menor utilização, no ambiente de trabalho** com 67% (8). Ainda na mesma empresa destaca-se o maior volume do índice **1- maior utilização** que ocorre **nos espaços públicos** 58% (7) das indicações.

Da mesma forma os participantes da pesquisa integrantes das duas outras organizações também apresentam **no trabalho** as maiores marcações. No que se refere ao índice **4 - menor utilização**, os participantes da organização pública de abastecimento registam 64% (21 respondentes) e os elementos do escritório de advocacia apresentam 29% (2 respondentes). Entretanto os integrantes do escritório de advocacia expressam maior relevância no índice 3 (três) com 86% (6) e a seguir escolhem a opção **4 - menor utilização no seu local de trabalho** reforçando a baixa incidência de uso dos dispositivos digitais pessoais neste ambiente. Como contraponto, os integrantes do escritório de advocacia apresentam uma incidência muito menor no que diz respeito à opção **1 - maior utilização nos espaços públicos** com 14% (1) preferindo a opção **2 (dois)** que regista 57% (4 respondentes).

Por sua vez, os respondentes da organização pública de abastecimento, indicam o mesmo local **espaços públicos** com a menor marcação do índice **4 - menor utilização** e a maior marcação do índice **1- maior utilização**, que recebe a percentagem de 45% (15 respondentes) de indicações.

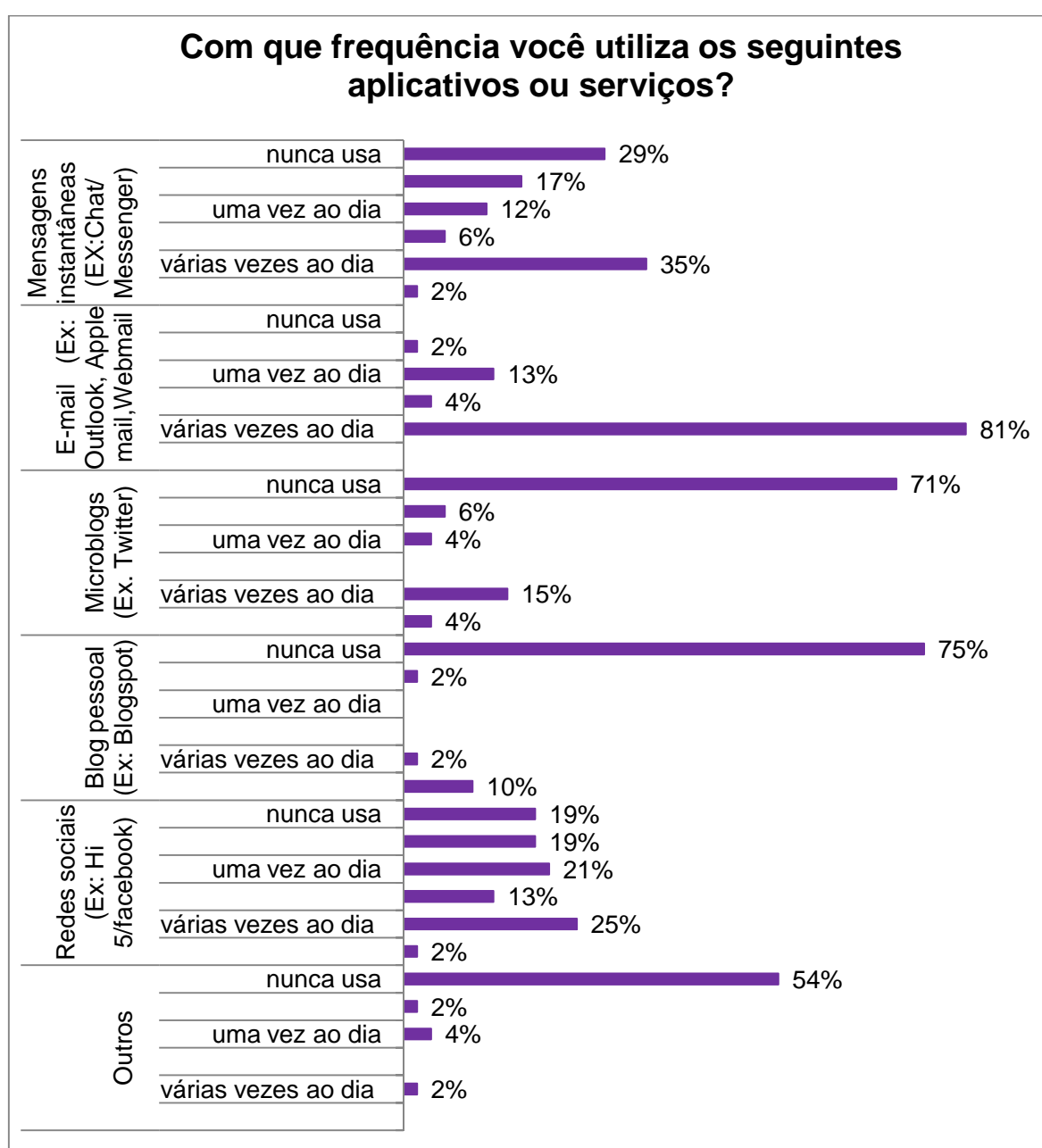
**Tabela 2** – Local de utilização habitual dos dispositivos digitais pessoais por organização

		Pública de abastecimento	Desenvolvimento de Software	Escritório advocacia
No seu local de trabalho	Não respondeu	9%		
	1 (Maior utilização)	15%	8%	14%
	2	9%	25%	
	3	3%		86%
	4 (Menor utilização)	64%	67%	29%
Em mobilidade	Não respondeu	15%		
	Marcou ZERO	3%		
	1 (Maior utilização)	30%	25%	29%
	2	36%	33%	14%
	3	12%	33%	
	4 (Menor utilização)	9%	8%	14%
Em espaços Públicos	Não respondeu	12%	8%	
	Marcou ZERO	6%		
	1 (Maior utilização)	45%	58%	14%
	2	15%	17%	
	3	12%	8%	29%
	4 (Menor utilização)	9%		
Em casa	Não respondeu	3%		
	1 (Maior utilização)	12%	8%	14%
	2	18%	8%	29%
	3	42%		29%
	4 (Menor utilização)	24%	33%	29%



## Questão 7

A questão ora analisada verifica a frequência do uso – nunca uso, uma vez na semana, uma vez ao dia, várias vezes na semana , várias vezes ao dia – dos respondentes em relação à determinados tipos de aplicações, **Gráfico 9**. Destaca-se o uso de e-mails com 81% (42) de indicações na frequência **várias vezes ao dia**.



**Gráfico 9** – Frequência de utilização dos serviços ou aplicações digitais pela totalidade dos participantes da pesquisa

Ao mesmo tempo 35% (18) dos respondentes informa usar mensagens instantâneas, também **várias vezes ao dia**. Em contrapartida 75% (38) dos respondentes marcam o uso de blogue pessoal como **nunca uso** e 71% (37) também informa a frequência **nunca uso** para *microblogues*.

A seguir apresenta-se a **Tabela 3** indicando a frequência de utilização, por organização, de cada um das aplicações.

**Tabela 3** – Frequência de utilização dos serviços ou aplicações digitais por organização participante da pesquisa

		Pública de abasteci- mento	Desenvolvi- mento de Software	Escritório advocacia
Mensagens instantâneas (Ex: Chat, Messenger)	Nunca usa	30%	8%	57%
	Uma vez na semana	24%		14%
	Uma vez ao dia	18%		
	Várias vezes na	6%	8%	
	Várias vezes ao dia	18%	83%	29%
	Não respondeu	3%		
E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)	Nunca usa			
	Uma vez na semana	3%		
	Uma vez ao dia			100%
	Várias vezes na	6%		
	Várias vezes ao dia	91%	100%	
	Não respondeu			
Microblogues (Ex. Twitter)	Nunca usa	85%	33%	
	Uma vez na semana	3%	8%	14%
	Uma vez ao dia	3%	8%	
	Várias vezes na			
	Várias vezes ao dia	3%	50%	14%
			<b>Continua</b>	

Continuação		Pública de abasteci- mento	Desenvolvi- mento de <i>Software</i>	Escritório advocacia
Blogue pessoal (Ex: Blogspot)	Nunca usa	88%	75%	
	Uma vez na semana	3%		
	Uma vez ao dia			
	Várias vezes na			
	Várias vezes ao dia		8%	
	Não respondeu	9%		
Redes sociais (Ex: Hi5, Facebook, Orkut)	Nunca usa	24%	8%	14%
	Uma vez na semana	24%		29%
	Uma vez ao dia	21%	17%	29%
	Várias vezes na	18%	8%	
	Várias vezes ao dia	9%	67%	29%
	Não respondeu	3%		
Outros	Nunca usa	55%	42%	71%
	Uma vez na semana	3%		
	Uma vez ao dia	3%	8%	
	Várias vezes na			
	Várias vezes ao dia	3%		

Na análise individual, por organização, verifica-se uma frequência significativa do uso **várias vezes ao dia** de *e-mails* 100% (12), pelos respondentes da empresa de desenvolvimento de *software*, assim como das mensagens instantâneas que recebeu na mesma frequência 83% (10) de indicações. Na mesma organização também ocorreu a indicação do uso **várias vezes ao dia** dos *microblogs* – 50% (6), e das redes sociais – 67% (8). No que se refere à não utilização, 75% (9) dos respondentes desta organização indicam a opção **nunca uso** para *blogue* pessoal.

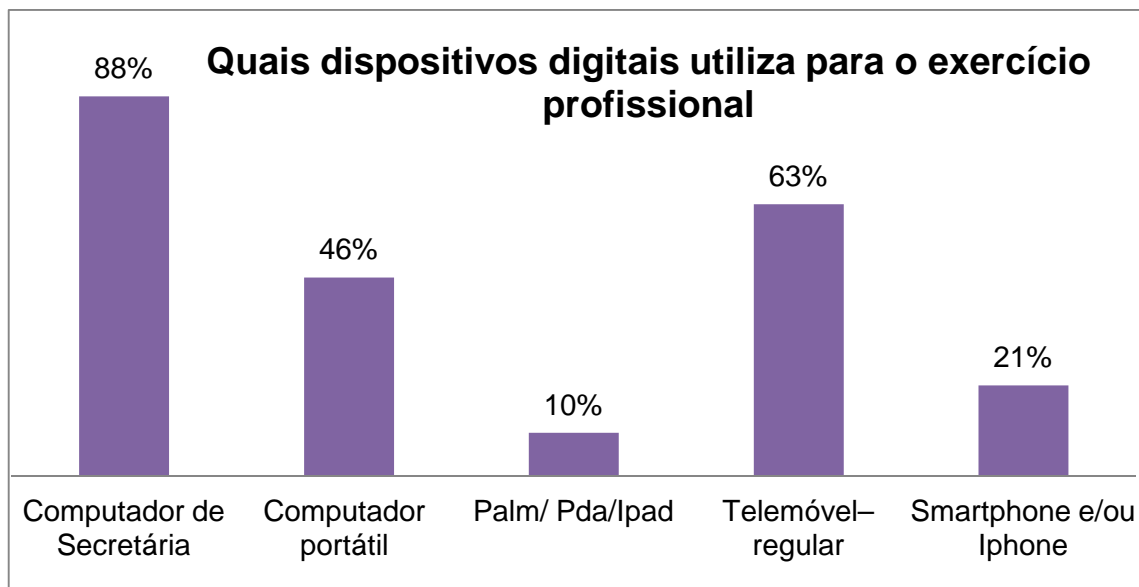
Os participantes da pesquisa do escritório de advocacia marcam 100% (7) de uso de **uma vez ao dia** dos *e-mails*, por outro lado 71% (5) indicou a opção **nunca uso** para os *microblogues* e 57% (4) para as mensagens instantâneas.

Na organização pública de abastecimento destaca-se o uso **várias vezes ao dia** dos *e-mails* com 88% (30), **nunca uso** *microblogues* com 85% (28), e **nunca uso** *blogue pessoal* com 88% (29). No que se refere às redes sociais os respondentes desta organização apontam de forma equivalente várias indicações de frequência de uso: 24% (8) **nunca uso**; 24% (8) usa **uma vez na semana**; e 21% (7) usa **uma vez ao dia**. Com um índice um pouco menor aparece usa **várias vezes na semana** com 18% (6) das marcações.

### Questão 8

Esta questão detém-se em identificar quais os tipos de dispositivos digitais os participantes utilizam para desenvolver suas atividades profissionais, trata-se de uma pergunta com possibilidade de resposta múltipla, com a possibilidade de escolher entre as seguintes opções de dispositivos: Computador de secretária, Computador portátil, *Palm/ Pda/Ipad*, Telemóvel – regular, *Smartphone* e/ou *Iphone*, ou a indicação de outros.

Em relação a estas opções os participantes declaram efetuar as suas atividades profissionais, **Gráfico 10**, na sua maioria, 88% (46), nos **computadores de secretária**. Este índice foi impulsionado pelas indicações dos representantes da organização pública de abastecimento e do escritório de advocacia que apresentam 100% do uso deste tipo de equipamento para o exercício profissional. Segue-se na amostra total a indicação de 46% (24) do **computador portátil** e de 63% (33) do **telemóvel regular**. Nota-se o baixo índice de uso de **smartphones** com apenas 21% (11) de uso.



**Gráfico 10** – Tipo de dispositivo digital utilizado pela totalidade dos participantes da pesquisa para o exercício profissional

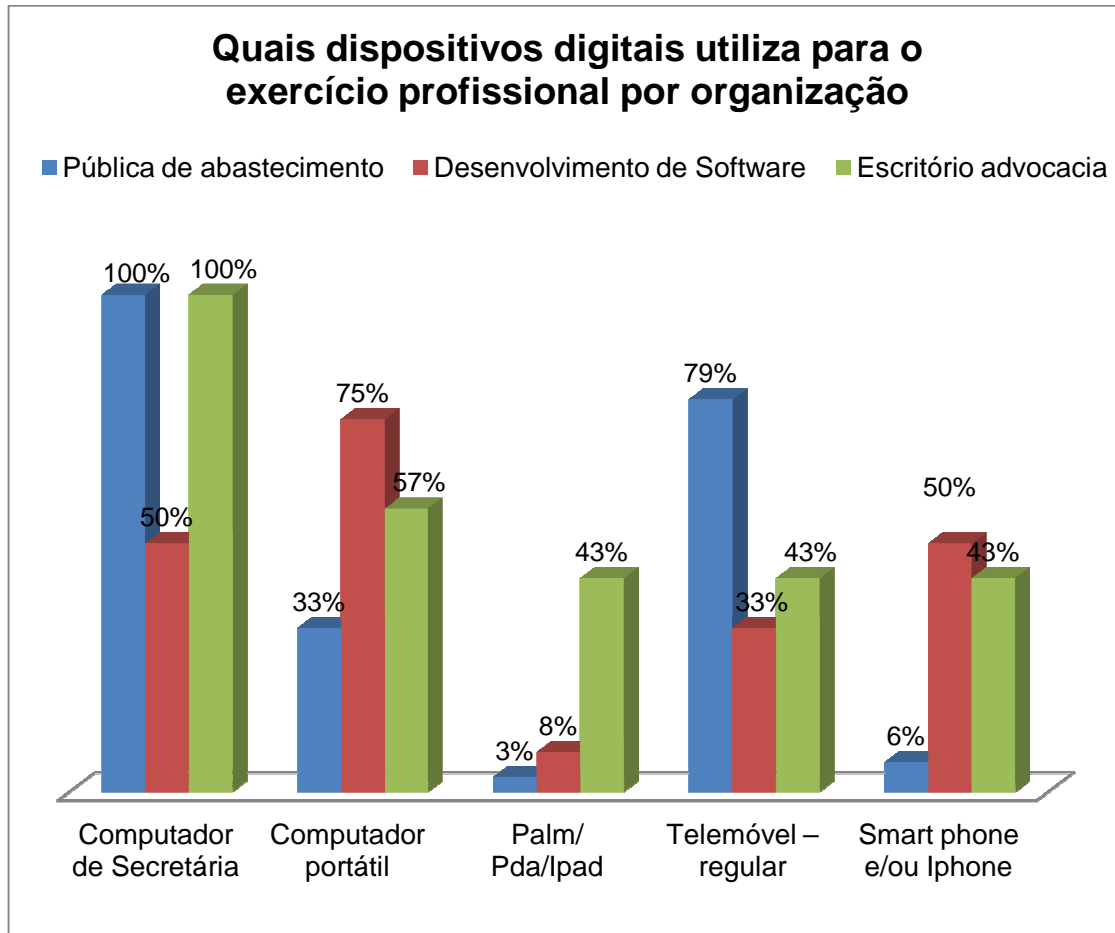
Nas respostas individuais por empresa, **Gráfico 11**, constata-se que os integrantes da empresa de desenvolvimento de *software* utilizam de forma mais significativa o **computador portátil** 75% (9). Acredita-se que esta escolha se deva ao tipo de atividade desenvolvida que exige constantemente deslocamentos para as sedes dos clientes.

Como já salientado 100% (7) dos integrantes do escritório de advocacia indicam utilizar o **computador de secretária** para efetuar o exercício profissional, seguido do **computador portátil** com 57% (4). As demais opções receberam a mesma percentagem de 45% (3).

Já os integrantes da empresa pública de abastecimento recorrem ao uso do **computador de secretária** como o mais constante para executar tarefas profissionais com 100% (33) de indicação, seguido pela opção **telemóvel regular** com 79% (29).

Ao confrontarmos os resultados obtidos na questão que indagou sobre possuir dispositivos digitais próprios (Questão 5), com as respostas aqui obtidas no que diz respeito ao tipo de dispositivos usados para o exercício profissional constata-se que apesar de 100% dos respondentes do escritório de advocacia terem indicado possuir **computador portátil**, o uso para o exercício profissional

se concentra, 100%, nos **computadores de secretária** oferecidos pelo local de trabalho.



**Gráfico 11** – Tipo de dispositivo digital utilizado pelos participantes da pesquisa para o exercício profissional por organização

Entretanto o mesmo não ocorre com os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software*, onde 83% (10) dizem possuir **computadores portáteis** pessoais, mas na atuação profissional dividem o uso entre os computadores **de secretária**, 50%, e **os computadores portáteis**, 75%.

Os integrantes da organização pública de abastecimento, por sua vez, tiveram uma baixa indicação de utilizarem **computadores portáteis** 33% (11) para efetuarem suas atividades profissionais, apesar de mais que o dobro terem indicado possuir **computadores portáteis** 73% (24).

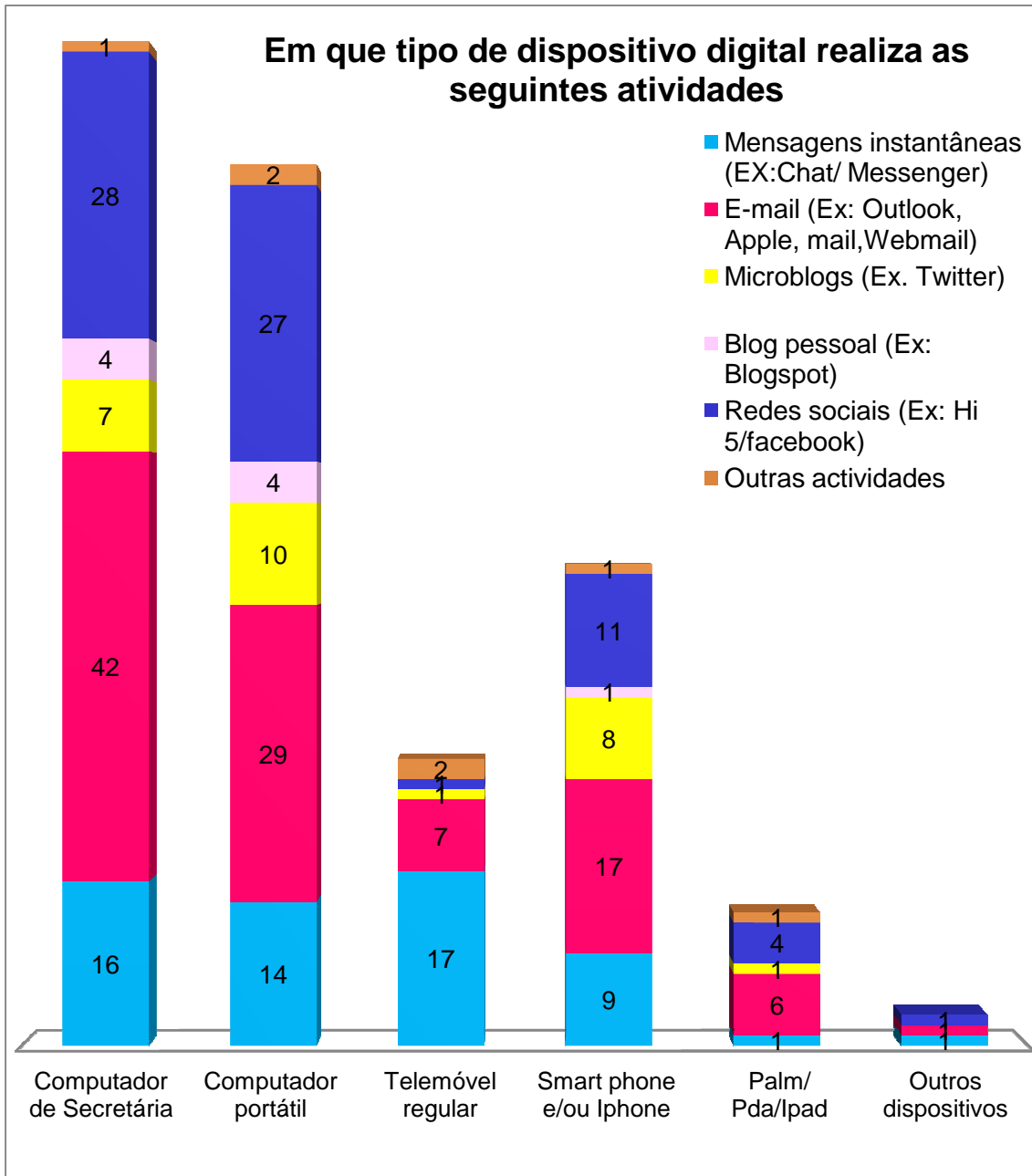
Em relação a possuírem e a usarem **telemóveis**, os grupos que representam o escritório de advocacia e a empresa de desenvolvimento de *software* repetem os mesmos índices de posse e uso dos dispositivos, para exercício profissional: 43% respondentes do escritório de advocacia e 50% da empresa de desenvolvimento de *software*. Os integrantes da empresa pública de abastecimento apresentam índices diferentes de posse e de uso, ou seja 82% (27) de indicações de posse de **telemóvel regular** para 79% (26) de uso, e 24% (8) de posse de **smartphones** para 6% (2) de uso em atividades profissionais.

### Questão 9

A questão ora apresentada investiga os hábitos dos respondentes de uso de uso dos dispositivos digitais para efetuar determinadas atividades e as trocas/partilhas de conteúdos. Também se trata de uma pergunta com possibilidade de respostas múltiplas.

Nas respostas a esta questão pode verificar-se que o dispositivo digital com maior volume de uso para as mais diversas atividades de serviços e aplicações é o **computador de secretária**, que obteve a indicação de uso para efetuar todas as opções de atividades, **Gráfico 12**.

A maior concentração de indicações, neste dispositivo, foi a atividade **e-mails** que recebeu 81% (42) dos respondentes. A mesma atividade também foi a mais indicada no **computador portátil** que recebe 56% (29) das marcações enquanto os **smartphones** registam 33% (17). O segundo lugar em indicações fica com as **redes sociais** que são usadas por 54% (28) dos respondentes através do **computador de secretária** e 52% (27) do **computador portátil**.



**Gráfico 12** – Tipo de dispositivo digital utilizado para efetuar trocas/partilhas de conteúdos por tipo de aplicativo pela totalidade dos participantes da pesquisa<sup>96</sup>

As mensagens **instantâneas** que aparecem em primeiro lugar são trocadas em **telemóveis regulares** com 33% (17) e a seguir em **computador de secretária** 31% (16) e em **computador portátil** com 27% (4).

<sup>96</sup> Em vista da existência na **Tabela 4** com as percentagens relacionadas a cada indicação, os mesmos não se encontram aqui identificados optou-se por apresentar este gráfico com a finalidade de demonstrar visualmente o volume de utilização de cada aplicação e/ou serviço por dispositivo digital.



**Tabela 4** – Quais os dispositivos digitais por tipo de aplicativo são utilizados para efetuar trocas/partilhas de conteúdos com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

	Computador de secretária	Computador portátil	Tele-móvel regular	Smart phone e/ou Iphone	Palm Pda Ipad	Outros dispositivos indiquem:
<b>Mensagens instantâneas</b> (EX:Chat/Messenger)	31%	27%	33%	17%	2%	2%
<b>E-mails</b> (Ex: Outlook, Apple mail, Gmail)	81%	56%	13%	33%	12%	2%
<b>Microblogues</b> (Ex: Twitter)	13%	19%	2%	15%	2%	-
<b>Blogue pessoal</b> (Ex: Blogspot)	8%	8%	-	2%	-	-
<b>Redes sociais</b> (Ex:Hi5 Facebook)	54%	52%	2%	21%	8%	2%
<b>Outras atividades, indique:</b>	2%	4%	4%	2%	2%	0%

Na análise individual por organização, **Tabela 5**, destaca-se uma maior incidência do uso do **computador portátil** e depois dos **smartphones**, na empresa de desenvolvimento de *software*. No escritório de advocacia e na empresa pública de abastecimento, o maior volume de indicações ocorre através do **computador de secretária** e a seguir do **computador portátil**.

**Tabela 5** – Quais os dispositivos digitais, por tipo de aplicativo, são utilizados para efetuar trocas/partilhas de conteúdos pelos participantes da pesquisa por empresa participante

		Compu- tador de Secretária	Compu- tador portátil	Tele- móvel regular	Smart phone e/ou Iphone	Palm Pda Ipad	Outros dispo- sitivos
<b>Mensagens instantâneas (EX:Chat/ Messenger)</b>	Empresa pública de abastecimento	27%	24%	33%	12%		3%
	Empresa de desenvolviment o de software	50%	50%	50%	42%	8%	
	Escritório de advocacia	14%					
<b>E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)</b>	Empresa pública de abastecimento	91%	45%	12%	18%	6%	3%
	Empresa de desenvolviment o de software	50%	83%	8%	50%	8%	
	Escritório de advocacia	86%	57%	29%	71%	43%	
<b>Microblogues (Ex. Twitter)</b>	Empresa pública de abastecimento	12%	3%		3%		
	Empresa de desenvolviment o de software	25%	75%	8%	50%	8%	
	Escritório de advocacia				14%		
<b>Blogue pessoal (Ex: Blogspot)</b>	Empresa pública de abastecimento	6%					
	Empresa de desenvolviment o de software	8%	17%		8%		
	Escritório de advocacia	14%	29%				
<b>Redes sociais (Ex: Hi5 Facebook)</b>	Empresa pública de abastecimento	55%	36%	3%	12%	6%	3%
	Empresa de desenvolviment o de software	50%	83%		50%	8%	
	Escritório de advocacia	57%	71%		14%	14%	
<b>Outras atividades</b>	Empresa pública de abastecimento	3%	3%	6%		3%	
	Empresa de desenvolviment o de software		8%		8%		
	Escritório de advocacia						

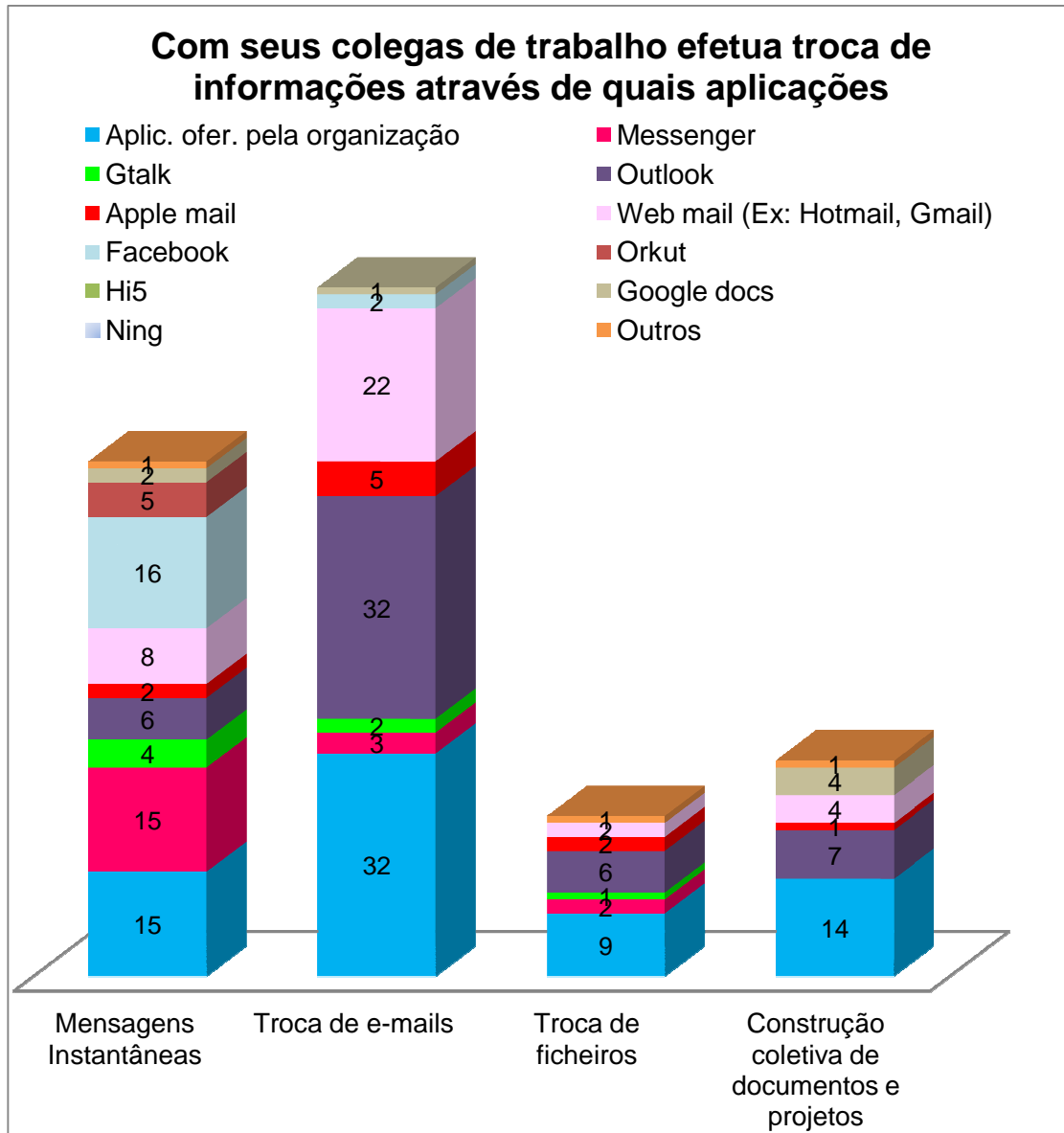
### Questão 10

Com o objetivo de identificar especificamente que tipo de aplicação é utilizado, pelos participantes da pesquisa, para efetuar trocas/partilhas de informações com seus colegas de trabalho esta questão apresenta um rol de aplicações e quatro opções de tipos de informações: Mensagens instantâneas, e-mail, ficheiros e construção coletiva de documento e projetos.

Verifica-se, através da **Tabela 6** que as **aplicações oferecidas pelas organizações** são as mais usadas para a troca de **e-mails** com um índice de 62% (32) respostas. O mesmo índice aparece no uso do **Outlook** para fins de troca de **e-mails**. Salienta-se que estes índices apesar de coincidirem em termos totais registam uma percentagem distinta quando a análise é feita individualmente por organização.

**Tabela 6** – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados para efetuar troca de informações com colegas de trabalho – totalidade dos participantes da pesquisa

	Mensagens Instantâneas	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
<b>Aplicação oferecida pela organização onde trabalha</b>	29%	62%	17%	27%
<b>Messenger</b>	29%	6%	4%	
<b>Gtalk</b>	8%	4%	2%	
<b>Outlook</b>	12%	62%	12%	13%
<b>Apple mail</b>	4%	10%	4%	2%
<b>Web mail (Ex: Hotmail, Gmail)</b>	15%	42%	4%	8%
<b>Facebook</b>	31%	4%		
<b>Orkut</b>	10%			
<b>Hi5</b>				
<b>Google docs</b>	4%	2%		8%
<b>Ning</b>				
<b>Outros, indique</b>	2%		2%	2%



**Gráfico 13** – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados pela totalidades dos participantes nas trocas/partilhas de informações com os seus colegas de trabalho<sup>97</sup>

A troca de mensagens instantâneas recebe um volume de marcações maior, **Gráfico 13**, do que as indicações através da aplicação Facebook, totalizando 31% (16), seguida pelo Messenger e pela aplicação oferecida pela organização com o mesmo índice de 29% (15).

Na análise individual por organização encontra-se uma maior concentração em determinadas aplicações – **aplicação oferecida pela organização, Webmail e Outlook** - por parte dos integrantes do escritório de advocacia e da empresa

<sup>97</sup> Em vista da existência da **Tabela 6** com as percentagens relacionadas a cada volume de indicação, os mesmos não se encontram aqui identificados optou-se por apresentar este gráfico com a finalidade de demonstrar visualmente o volume de utilização de cada ação de troca por aplicativo e/ou serviço digital.

pública de abastecimento. No que diz respeito aos respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* estes somente não usam o **Hi5** e o **Ning**.

**Tabela 7** – Quais as aplicações e/ou serviços são utilizados para efetuar troca de informações com colegas de trabalho por organização participante

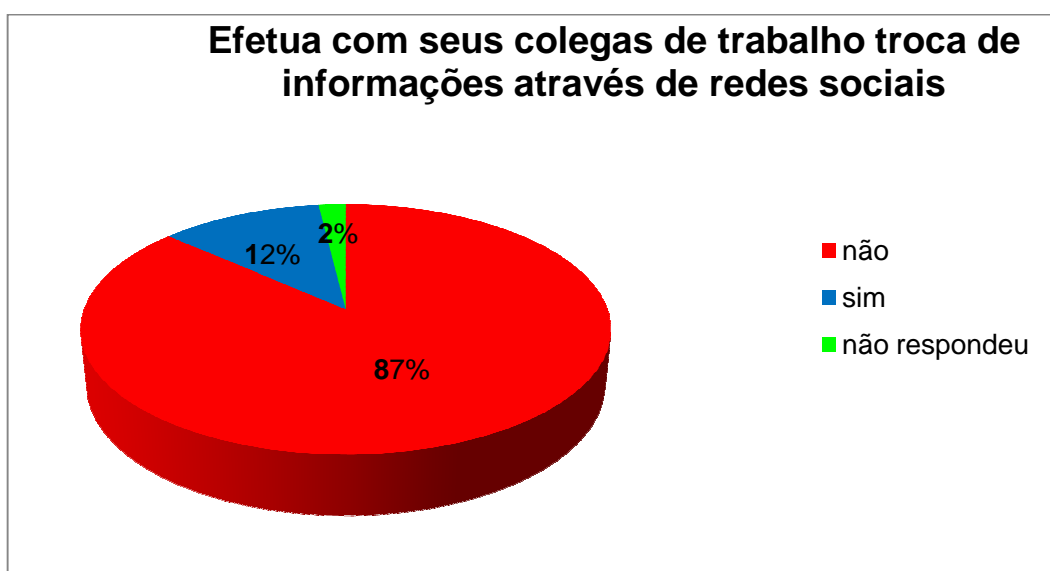
		Mensagem Instantânea	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
Aplicação oferecida pela organização	Empresa pública de abastecimento	15%	73%	18%	24%
	Empresa de desenvolvimento de software	67%	42%	17%	33%
	Escritório de advocacia	29%	43%	14%	29%
Messenger	Empresa pública de abastecimento	15%			
	Empresa de desenvolvimento de software	83%	25%	17%	
	Escritório de advocacia				
Gtalk	Empresa pública de abastecimento				
	Empresa de desenvolvimento de software	33%	17%	8%	
	Escritório de advocacia				
Outlook	Empresa pública de abastecimento	9%	55%	6%	9%
	Empresa de desenvolvimento de software	25%	67%	8%	25%
	Escritório de advocacia		86%	43%	14%
Apple mail	Empresa pública de abastecimento				
	Empresa de desenvolvimento de software	17%	33%	8%	8%
	Escritório de advocacia		14%	14%	
			<b>Continua</b>		

Continuação		Mensagem Instantânea	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
<b>Web mail</b> (Ex: Hotmail, Gmail)	Empresa pública de abastecimento	9%	42%	6%	9%
	Empresa de desenvolvimento de software	42%	58%		8%
	Escritório de advocacia		14%		
<b>Facebook</b>	Empresa pública de abastecimento	33%			
	Empresa de desenvolvimento de software	42%	17%		
	Escritório de advocacia				
<b>Orkut</b>	Empresa pública de abastecimento	12%			
	Empresa de desenvolvimento de software	8%			
	Escritório de advocacia				
<b>Hi5</b>	Empresa pública de abastecimento				
	Empresa de desenvolvimento de software				
	Escritório de advocacia				
<b>Google docs</b>	Empresa pública de abastecimento	3%			6%
	Empresa de desenvolvimento de software	8%	8%		17%
	Escritório de advocacia				
<b>Ning</b>	Empresa pública de abastecimento				
	Empresa de desenvolvimento de software				
	Escritório de advocacia				
<b>Outros</b>	Empresa pública de abastecimento	3%			
	Empresa de desenvolvimento de software			8%	8%
	Escritório de advocacia				

### Questão 11

Esta questão indaga se os participantes da pesquisa fazem uso das Redes sociais para efetuar trocas/partilhas de informações relacionadas ao exercício profissional com seus colegas de empresa.

Como pode ser verificado no **Gráfico 14** a maioria dos respondentes 87% (45) indica **não** efetuar trocas/partilhas de informações sobre trabalho através de redes sociais. Apenas um (2%) respondente não respondeu esta questão e 6 dos participantes 12% informam **sim**, ou seja, efetuam trocas/partilhas de informações com colegas de trabalho em redes sociais.

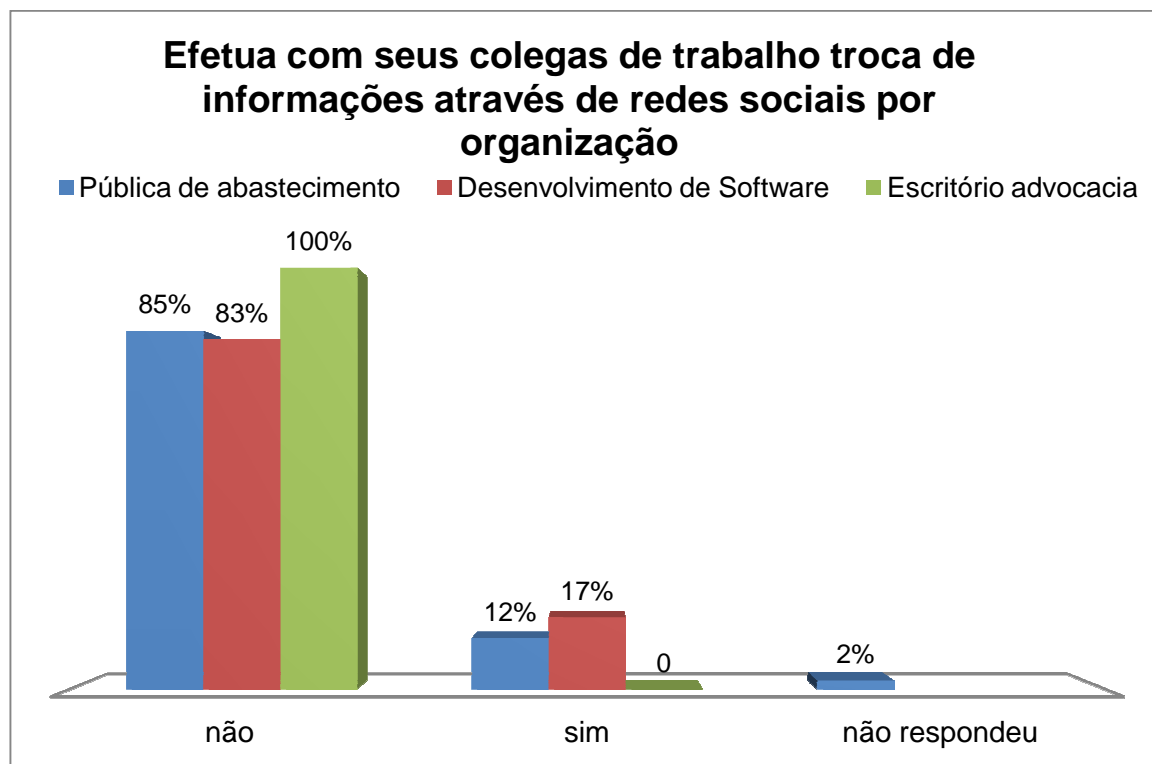


**Gráfico 14** – Efetua troca de informações através de redes sociais com colegas de trabalho resultados totalidade de participantes da pesquisa

Na análise por organização, **Gráfico 15**, verifica-se que a totalidade dos integrantes do escritório de advocacia 100% (7), **não** efetua trocas/partilhas de informações sobre trabalho através das redes sociais. Acredita-se que esta posição unânime tenha relação direta com a própria atividade profissional dos respondentes.

Dos integrantes da empresa pública de abastecimento 85% (28) afirmam **não** utilizar as redes para troca de informações sobre trabalho e apenas quatro

(12%) elementos informam **sim**, que utilizam as redes para troca de informações sobre o trabalho com seus colegas. Contudo, um elemento (3%) não responde a esta pergunta.



**Gráfico 15** – Efetua troca de informações através de redes sociais com colegas de trabalho resultados por organização participante da pesquisa

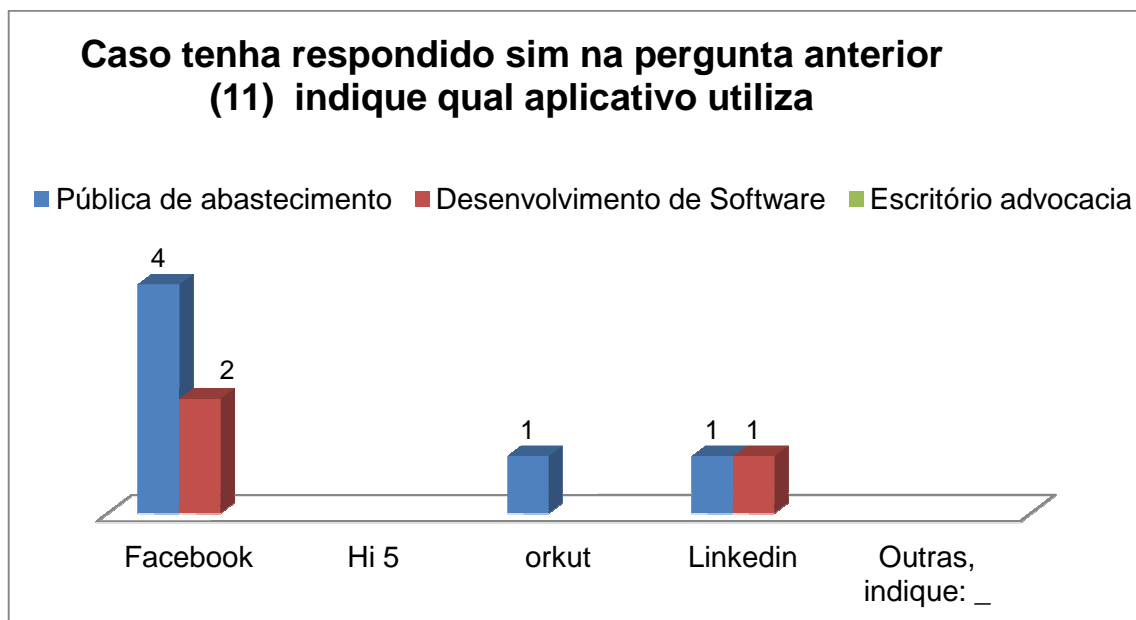
Na empresa de desenvolvimento de *software*, 83% (10) dos respondentes referem **não** usar as redes sociais e apenas 17% (2) afirmam que **sim**, e que fazem uso das redes sociais para efetuar trocas/partilhas de informações com colegas de trabalho.

### Questão 11a

Esta questão tem como objetivo identificar de forma mais específica qual a rede social utilizada pelos respondentes da pesquisa para efetuar trocas/partilhas com colegas de trabalho sobre temas relacionados a atividade profissional, **Gráfico 16**. Os participantes que apontam a resposta **sim** na Questão 11 aqui



marcam qual Rede Social utilizam para trocar informações com seus colegas e trabalho. Salienta-se que os respondentes aqui se referem a mais do que uma alternativa efetuando escolha múltipla para esta questão



**Gráfico 16** – Indicação da rede social utilizada para efetuar troca de informações com colegas de trabalho

Todos os que apontam **sim**, na questão anterior num total de 6, 12% dos participantes da pesquisa, assinalam o **Facebook** como **Rede Social** onde efetuam trocas/partilhas com colegas de trabalho.

Duas outras redes são igualmente indicadas: um (1) respondente indicou o **Orkut** e dois (2) o **LinkedIn**.

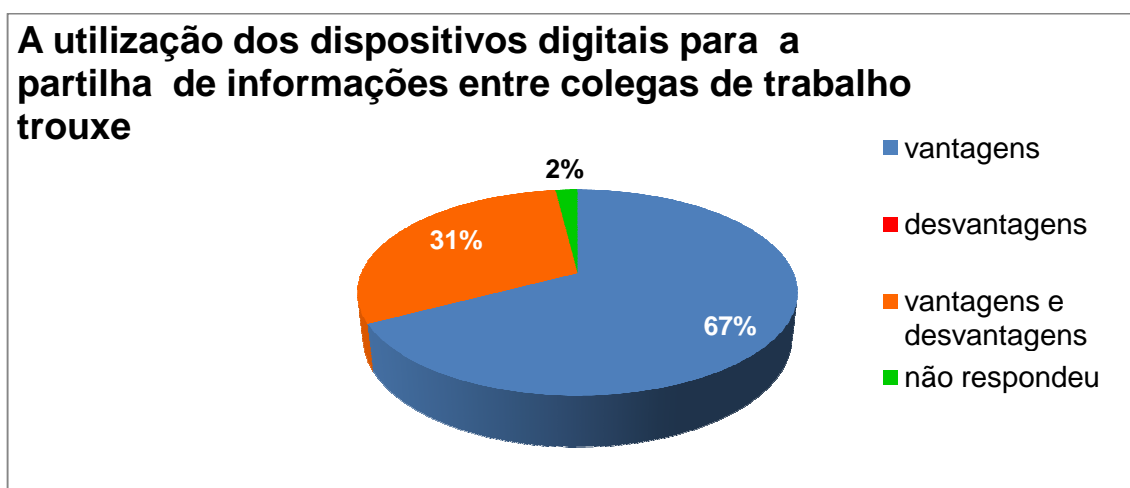
Salienta-se que os participantes da pesquisa que assinalam esta questão são dois da empresa de desenvolvimento de *software* e quatro da organização pública de abastecimento. Verifica-se que nenhum integrante do escritório e advocacia responde afirmativamente à Questão 11.,

## Questão 12

A Questão 12 indaga se os participantes da pesquisa consideram que os

dispositivos digitais para a partilha de informações entre colegas de trabalho trouxeram para o ambiente de trabalho vantagens, desvantagens ou ambas as opções. Salienta-se que a questão solicita uma resposta de escolha simples mas pede também a explicação do porquê da resposta, gerando, assim, respostas descritivas.

Verifica-se pelo **Gráfico 17** que não ocorreu nenhuma indicação da opção **desvantagens** 0% e apenas um respondente 2% (1) do total dos participantes **não respondeu** à questão. Os demais 98% (51) dos participantes da pesquisa dividiram as suas indicações entre **vantagens** 67% (35) e **vantagens e desvantagens** com 31% (16), ambos números dizem respeito à totalidade dos participantes.



**Gráfico 17** – Vantagens ou desvantagens do uso dos dispositivos digitais no ambiente de trabalho segundo a totalidade dos participantes da pesquisa

Como a questão inclui a solicitação de explanação que justifique a opção indicada efetua-se, a seguir, **Tabela 8**, a apresentação dos resultados obtidos com as devidas explanações, bem como apresenta-se também a análise das respostas por organização.

A indicação da opção **vantagens** não apresenta explanação em onze (11) das suas indicações. Por sua vez os demais entre os respondentes que indicam a opção **vantagens** sete (7) citam a agilidade como o principal aspeto, dez (10) fazem referência à rapidez ou termos semelhantes como velocidade e celeridade,

seis (6) citam a comunicação e quinze (15) as trocas, disseminação ou outros aspetos relacionados à informação.

Quando analisada as respostas que indicam a opção **vantagens e desvantagens** constata-se que três (3) respondentes que a indicam não explicam o motivo desta escolha. Entre as demais indicações destaca-se como **desvantagens** o excesso de informação com sete (7) citações nas explicações, chama atenção a indicação de dificuldades de comunicação sendo citada por um (1) dos respondentes. São citadas também como **desvantagens** que a tecnologia não está disponível para todos e interferir com o relacionamento e aproximação dos indivíduos dificultando o trabalho em equipa. Nas indicações de **vantagens** repete-se o destaque de rapidez com seis (6) indicações e a facilidade de comunicação com três (3) citações.

**Tabela 8** – Vantagens ou desvantagens de uso dos dispositivos digitais no ambiente de trabalho por participante

		Pública de abastecimento
1		Pública de abastecimento
1		Pública de abastecimento
1		Desenvolvimento de software
1		Desenvolvimento de software
1		Desenvolvimento de software
1		Desenvolvimento de software
1		Desenvolvimento de software
1		Desenvolvimento de software
1		Escritório de advocacia
1		Escritório de advocacia
		<b>Continua</b>

<b>Continuação</b>		
1	A informação ficou muito mais <b>rápida</b> e acessível.	Pública de abastecimento
1	a menos que a <b>informação</b> não seja completa, qualquer partilha sempre é positiva, pelo menos como preparatório ao todo do assunto envolvido.	Pública de abastecimento
1	A <b>rapidez</b> com que circula a <b>informação</b> .	Pública de abastecimento
1	Acredito que o maior problema que as empresas enfrentam são com a comunicação, portanto quanto mais ferramentas tiver para melhorar ou <b>facilitar a comunicação</b> é uma vantagem.	Desenvolvimento de software
1	<b>Agilidade</b> na comunicação, disseminação das <b>informações</b> de forma mais ampla, maior <b>celeridade</b> na resolução de problemas.	Pública de abastecimento
1	<b>Agilidade</b> na troca <b>de informações</b> , registros que não consegue por telefone, <b>poder enviar a comunicação</b> mesmo que a pessoa não esteja disponível no momento.	Pública de abastecimento
1	<b>Agilidade</b> nas <b>informações</b> .	Pública de abastecimento
1	<b>Agilidade</b> nos processos de trabalho.	Pública de abastecimento
1	<b>Agiliza</b> o contacto e torna eficiente o trabalho.	Pública de abastecimento
1	Aumenta a sinergia das equipes e o relacionamento interpessoal. Aumento da <b>velocidade</b> das <b>informações</b> e resolução de problemas à distância.	Pública de abastecimento
1	Dentro de uma organização toda forma de <b>comunicação</b> é válida. Quanto mais as pessoas se comunicam mais as <b>informações</b> fluem e a troca de idéias acontece.	Desenvolvimento de software
1	Evita o desperdício de tempo e gastos com telefone.	Pública de abastecimento
1	Facilitou a troca <b>de informações</b> importantes.	Pública de abastecimento
1	Facilitou o trabalho na empresa, a comunicação e troca de <b>informação</b> entre todos. Possibilitou ainda, com o avanço das tecnologias e dos próprios dispositivos (meio de acesso), que a empresa desenvolvesse novas skills para acompanhar essas tecnologias. Além disso, através dos novos dispositivos (ipad, iphone, smartphome) a empresa conseguiu oferecer um diferencial para o seu cliente através de um aplicativo desenvolvido para esses dispositivos, e ainda encontrou	Desenvolvimento de software
<b>Continua</b>		

<b>Continuação</b>		
1	fica mais fácil trocar <b>informações</b> e documentos.	Pública de abastecimento
1	Maior <b>agilidade</b> na troca/divulgação <b>de informações</b> .	Pública de abastecimento
1	Os dispositivos digitais não só permitem uma troca mais <b>rápida</b> de informações e ficheiros, como permitem a troca de ideias, simplesmente, evitando a perda de tempo, e ainda poupam recursos.	Escritório de advocacia
1	Os sistemas digitais possibilitam uma maior <b>celeridade</b> no trâmite <b>das informações e</b> na resolução das demandas requeridas.	Pública de abastecimento
1	Pela possibilidade de optar qual o melhor meio de <b>me comunicar</b> .	Pública de abastecimento
1	Porque é um meio <b>de comunicação rápido</b> que fica registro comprobatório de decisões, parecer, opiniões, etc.	Pública de abastecimento
1	Porque trouxe <b>agilidade</b> , amplitude a abrangência nas <b>informações</b> .	Pública de abastecimento
1	<b>Rapidez</b> na <b>comunicação</b> e menor incidência de mal entendimentos	Pública de abastecimento
1	<b>Rapidez nas informações</b> .	Pública de abastecimento
1	Torna-se mais fácil o acesso à <b>informação</b>	Escritório de advocacia
1	<b>Velocidade</b> de <b>informação</b>	Desenvolvimento de software
3		Pública de abastecimento
3		Escritório de advocacia
3		Escritório de advocacia
3	As vezes existe <b>informação em excesso</b>	Desenvolvimento de software
3	Como vantagens podemos citar a <b>facilidade de comunicação</b> , agilidade na resolução de problemas, menor tempo em reuniões e como desvantagens a <b>dificuldade de comunicação</b> , de relacionamento interpessoal, de trabalhar em equipe, de interação entre as pessoas.	Pública de abastecimento
3	Maior <b>rapidez</b> mas menor profundidade	Escritório de advocacia
		<b>Continua</b>

Continuação		
3	Melhorou a comunicação e desvantagem por que recebemos muitas coisas que não são muita importância	Pública de abastecimento
3	Não abrange todos os setores.	Pública de abastecimento
3	Possibilita agilização e racionalização de trabalhos, porém colabora para distanciamento físico das pessoas, o que acredito ser um elemento dificultador no encaminhamento e deliberação de questões organizacionais.	Pública de abastecimento
3	Vantagens devido a rapidez da informação, mas desvantagem porque é muita informação desnecessária para o mesmo período de trabalho.	Pública de abastecimento
3	Vantagens pela a agilidade, desvantagens pelo volume de informações desnecessárias.	Pública de abastecimento
3	Vantagens porque é mais simples de acessar e saber se o colega está online e desvantagem porque as vezes toma muito o tempo em coisas não muito úteis	Pública de abastecimento
3	Vantagens: agilidade, abranger maior nº de pessoas com apenas uma mensagem Desvantagens: impessoalidade, excesso de mensagens, mensagens extensas e sem objetividade ou abreviadas e sem coerência	Pública de abastecimento
3	Vantagens: Maior comunicação, integração, conhecimento e atualização. Desvantagens: Perda de foco no trabalho e disponibilização de informações que não deveriam ser disponibilizadas.	Desenvolvimento de software
3	Vantagens: rapidez. Desvantagens: superexposição	Pública de abastecimento
3	Viramos prisioneiros de nossos escritórios,	Pública de abastecimento

Fonte: respostas originais efetuadas no questionário

Na análise individual por organização verifica-se que a opção **vantagens** foi escolhida por 64% (21) dos respondentes pertencentes à empresa pública de abastecimento e só dois elementos não dão explicações do porquê da escolha desta resposta. Entre os indivíduos que informam o motivo da escolha da opção **vantagens** sobressai a indicação da rapidez, da agilidade, da facilidade de troca de informações e da possibilidade de escolha do meio mais eficiente para efetuar determinado contacto.

Por sua vez os que reponderam à opção **vantagens**, integrantes da empresa de desenvolvimento de *software*, totalizam 83% (10) da totalidade dos

elementos da organização e também ressaltam a rapidez e enfatizam a possibilidade de utilização de novos meios de comunicação.

Já no que se refere aos 57% (4) dos respondentes do escritório de advocacia que indicaram a opção **vantagens** apenas dois indicam os motivos salientando a rapidez e a possibilidade de minimizar a perda de tempo.

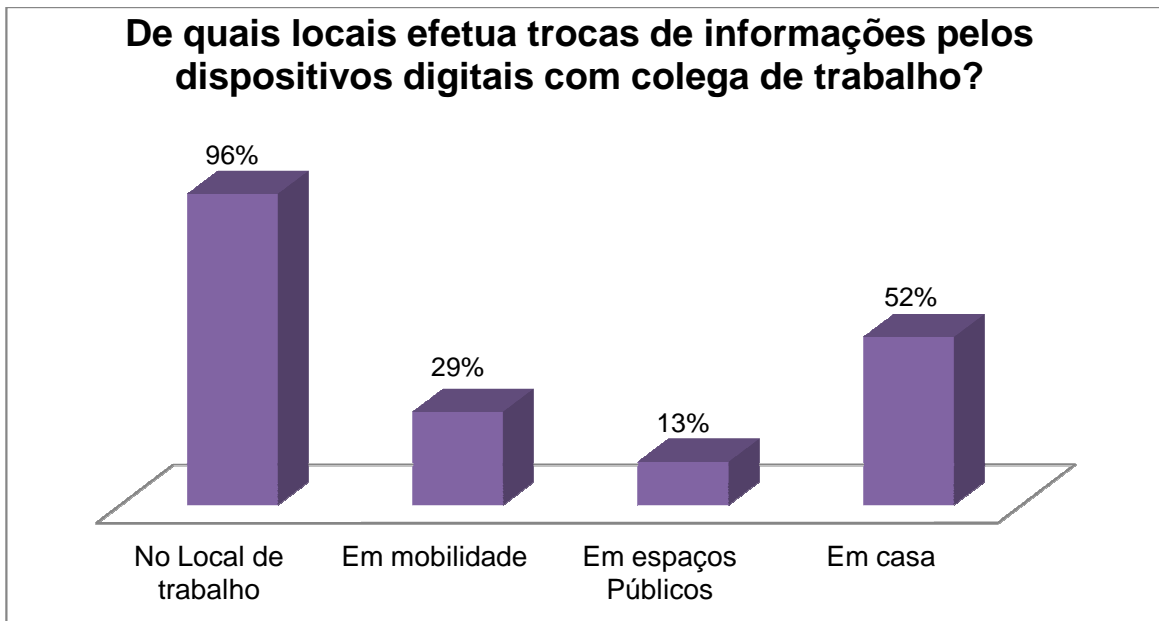
Das dezasseis (16) indicações de **vantagens e desvantagens**, onze (11) delas estão marcadas por participantes da pesquisa que trabalham na empresa pública de abastecimentos o que corresponde a 33% (11) dos respondentes desta organização. Destas onze (11) indicações apenas uma não explica o porquê da escolha desta resposta, as demais enfatizam como **vantagens** a rapidez da circulação da informação, a melhoria da comunicação, a racionalização de trabalhos e o contacto mais rápido com os colegas. Todavia, as desvantagens são bastante relevantes, sendo ressaltado como **desvantagens** a superexposição, o excesso de informações, as vezes inclusive em que a informação é desnecessária, a impessoalidade, a impossibilidade de todos terem o mesmo acesso e principalmente a transformação dos funcionários em prisioneiros dos escritórios.

Das demais indicações neste item duas marcações são da empresa de desenvolvimento de *software* e correspondem a 17% (2) dos participantes desta organização salientando como **vantagens** a rapidez e enumerando como **desvantagens** a “perda de foco no trabalho e disponibilização de informações que não deveriam ser disponibilizadas”. Do escritório de advocacia são as três restantes marcações – 43% (3) dos respondentes da organização, contudo apenas um explicita as suas considerações e ressaltam como **vantagens** a maior rapidez e como **desvantagens** a menor profundidade.

### Questão 13

Esta questão averigua em quais ambientes (espaços físicos – no local de trabalho, em mobilidade, em espaços públicos e em casa) os respondentes efetuam atividades de troca e/ou partilha de informações com os seus colegas de

trabalho utilizando os dispositivos digitais, **Gráfico 18**. Dos sujeitos participantes, 96% (50) apontam efetuar estas trocas/partilhas no próprio **local de trabalho**, seguindo-se a esta, com 52% (27), a indicação de **em casa**. A opção **em mobilidade** regista apenas 29% (15) e a opção **espaços públicos** meramente 13% (7).

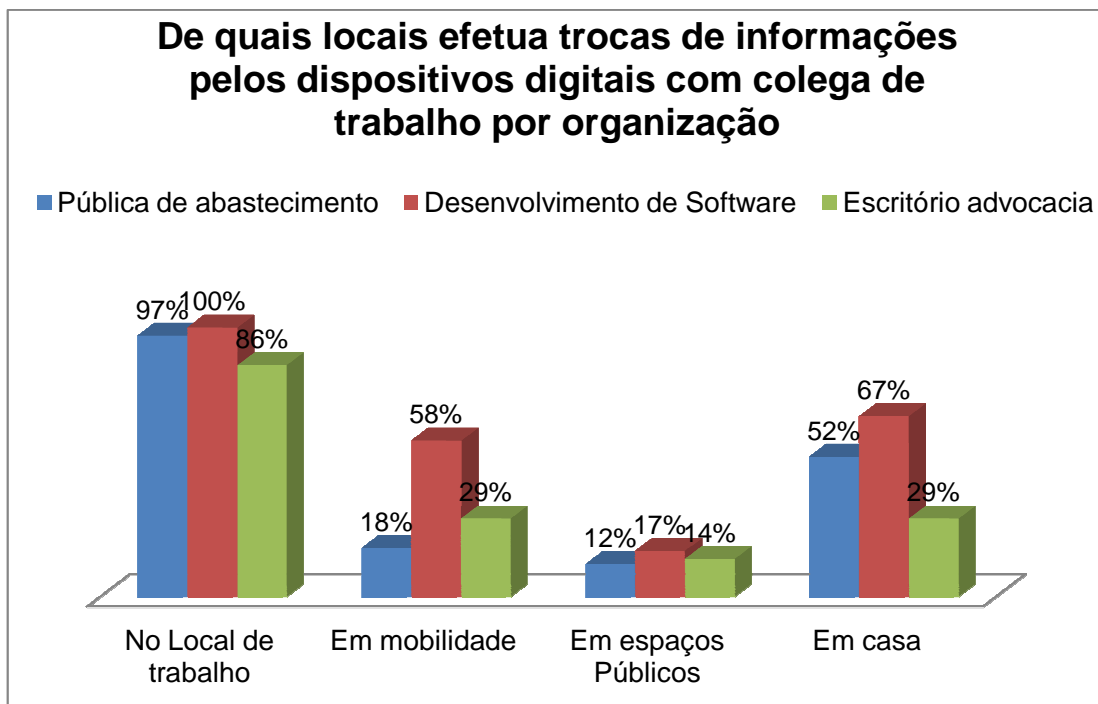


**Gráfico 18** – Quais os ambientes usados para trocas/partilhas de informação com os colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

Quando analisados os dados individualmente, **Gráfico 19**, verifica-se que os dois elementos que apontam não efetuar estas trocas/partilhas **no local de trabalho** pertencem um ao escritório de advocacia e outro à organização pública de abastecimento. A maior percentagem, por organização, que efetua trocas/partilhas **em casa**, pertence à organização pública de abastecimento registando 52% (17) de indicações.

Por sua vez, a maior incidência de respostas na opção **em mobilidade** pertence à organização de desenvolvimento de *software* com 58% (7) das marcações, posição facilmente compreendida uma vez que a atividade profissional é executada muitas vezes diretamente nas organizações contratantes o que gera grande mobilidade dos colaboradores durante o horário de trabalho.





**Gráfico 19** – Quais os ambientes usados para trocas/partilhas com colegas de trabalho por organização participante da pesquisa

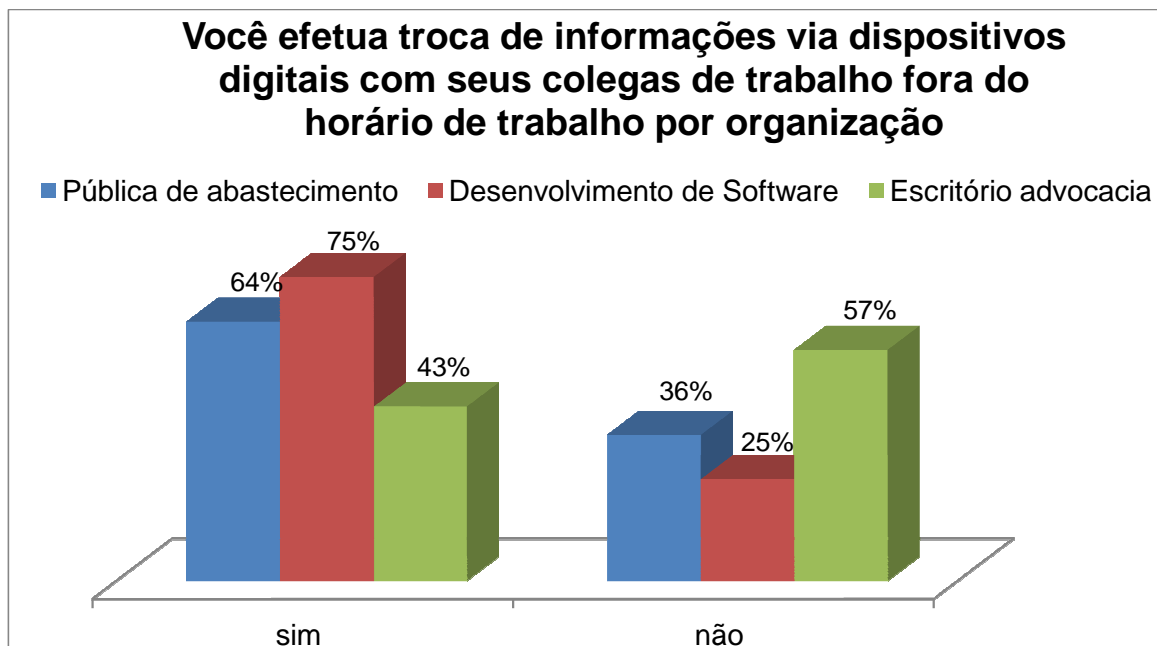
#### Questão 14

Esta questão pretende identificar hábitos de troca/partilha de informações dos respondentes com os seus colegas de empresa fora do horário de trabalho, **Gráfico 20**.



**Gráfico 20** – Efetua troca de informações fora do horário de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

Dos 52 participantes do inquérito apenas 37% (19) dos respondentes marcam **não** efetuar estas trocas. Verifica-se portanto que ocorre uma grande incidência de trocas/partilhas fora do horário padrão de trabalho visto que 63% (33) dos participantes afirmam que **sim**,



**Gráfico 21** – Efetua troca de informações fora do horário de trabalho por organização participante da pesquisa

Na análise individual, **Gráfico 21**, nota-se que os respondentes do escritório de advocacia possuem a maior percentagem das indicações no **não**, 57% (4), seguidos pelos integrantes da organização pública de abastecimento com 36% (12). Os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* registam o menor índice de respostas **não**, com apenas 25% (3).

### Questão 15

Esta questão apresenta um grupo de informações relacionadas com as atividades profissionais dos respondentes e um segundo grupo composto por informações mais relacionadas com os hábitos pessoais. O objetivo principal desta questão é verificar se os respondentes efetuam trocas/partilhas de informações, em dispositivos digitais com seus colegas de trabalho, quais as suas

atividades profissionais, ou seja as suas atividades, projetos em que estão envolvidos e rotinas de trabalho

O rol de opções possíveis de indicar é relacionado a seguir:

- Atividades que exerce
- Projetos em que está envolvido
- Rotinas de trabalho
- Educação/Estudos – (informações de que cursos frequentou e onde)
- Experiência e atividades passadas (atividades e locais onde trabalhou)
- Objetivos de carreira profissional
- Outros interesses profissionais
- O que costuma fazer quando não está no trabalho.
- Hobbies (desporto, pintura, outros)
- Interesses (bebida, comida, livro, estilo musical, filme, ator/atriz)
- História de vida (Onde nasceu, cresceu)
- Outros, cite: \_\_\_\_\_

Como se pode ver no **Gráfico 22**, a seguir apresentado, o conjunto dos respondentes de facto efetua as referidas trocas, uma vez que, para o tópico **atividades que exerce** obteve 67% (35) de indicações, **projetos que está envolvido** 78% (40) de indicações e **rotinas de trabalho** 76% (39) de marcações. Isto demonstra que os assuntos relacionados com o exercício profissional estão na pauta das trocas/partilhas via dispositivos digitais.

Os demais tópicos com alguma relação ao exercício profissional, mas mais especificamente com a carreira dos respondentes foram apontadas com os seguintes índices e marcações, a saber **Educação/Estudos - (informações de que cursos frequentou e onde)** 37% (19) dos respondentes, **Outros interesses profissionais** 29% (15) de indicações, **Experiência e atividades passadas (atividades e locais onde trabalhou)** 27% (14) das marcações e **Objetivos de carreira profissional** 12% (6) de indicações.

Em relação a assuntos efetivamente pessoais como **hobbies (desporto,**

pintura, outros), interesses pessoais (bebida, atividades fora do horários de trabalho, história de vida todas opções receberam indicações inferiores a 30% (15 indicações.)



**Gráfico 22** – Que tipo de informação sobre si troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

Por sua vez, na **Tabela 9**, pode-se constatar os índices de respostas de cada uma das organizações participantes. Destacam-se as respostas relacionadas com o tópico **projetos em que está envolvido** indicado por 86% (6) dos respondentes do escritório de advocacia, por 83% (10) dos respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* e 73% (24) dos respondentes da organização pública de abastecimento.

Segue-se a esta o tópico **atividades que exerce** obtendo 83% dos integrantes da empresa de desenvolvimento de *software*, 64% (21) da

organização pública de abastecimento e 57% (4) das indicações dos integrantes do escritório de advocacia. Em relação ao baixo índice de troca destaca-se o tópico **o que costuma fazer quando não está no trabalho** com 0 (zero) respostas dos colaboradores do escritório de advocacia e apenas 17% dos respondentes da empresa de desenvolvimento de *software*.

**Tabela 9** – Que tipo de informação sobre si troca com colegas de trabalho – por organização participante da pesquisa

	Empresa pública de abastecimento	Empresa de desenvolvimento de <i>software</i>	Escritório advocacia
Atividades que exerce	64%	83%	57%
Projetos em que está envolvido	73%	83%	86%
Rotinas de trabalho	82%	75%	43%
Educação/Estudos – (informações de que cursos frequentou e onde)	27%	50%	57%
Experiência e atividades passadas (atividades e locais onde trabalhou)	21%	50%	14%
Objetivos de carreira profissional	6%	33%	-
Outros interesses profissionais	21%	42%	43%
O que costuma fazer quando não está no trabalho	18%	17%	-
Hobbies (desporto, pintura, outros)	24%	42%	29%
Interesses (bebida, comida, livro, estilo musical, filme, ator/atriz,)	18%	33%	14%
História de vida (Onde nasceu, cresceu)	9%	25%	-
Outros, cite:	-	-	14% Histórias passadas no local de trabalho

As respostas obtidas neste grupo no que diz respeito às informações

relacionadas com os aspetos pessoais demonstram que o uso dos dispositivos digitais é habitual, entre os respondentes para troca e/ou partilha de informações com seus colegas de trabalho para as atividades relacionadas com as questões profissionais, tendo nos tópicos de **informações pessoais** marcações inferiores aos 50%.

### Questão 16

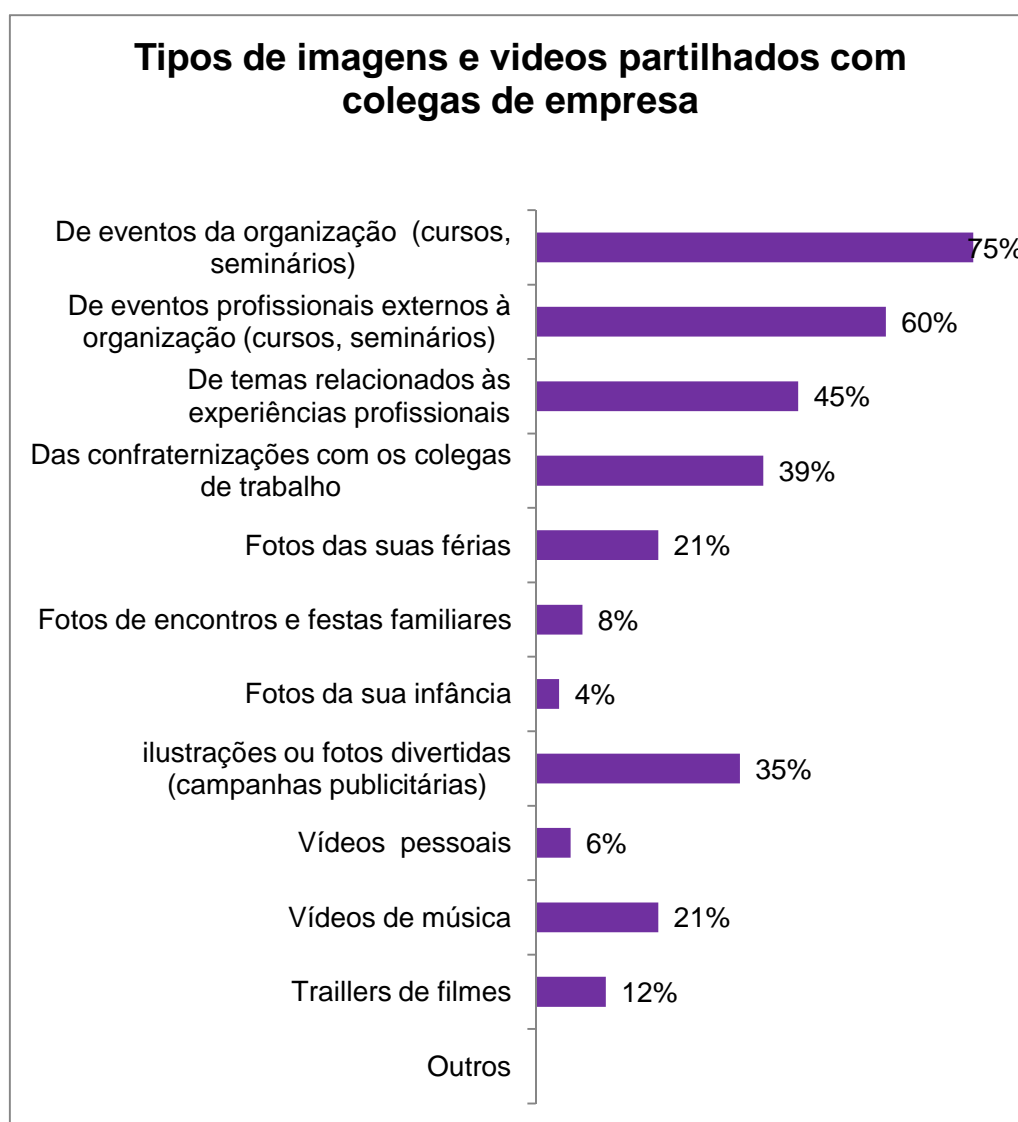
Esta questão tem como objetivo detetar os temas contidos nos ficheiros de imagem e vídeo que os respondentes trocam com seus colegas de empresa através de dispositivos digitais. Com esta finalidade é apresentado um grupo de temas de ficheiros com imagem e vídeos relacionados com as atividades profissionais e outro grupo mais relacionado aos gostos pessoais

O rol de opções possíveis de indicar é relacionado a seguir:

- Participação em eventos da organização (cursos, seminários)
- De temas relacionados as experiências profissionais mas externos a organização
- Das confraternizações com os colegas de trabalho
- Fotos das suas férias
- Fotos de encontros e festas familiares
- Fotos da sua infância
- Ilustrações ou fotos divertidas (campanhas publicitárias)
- Vídeos pessoais
- Vídeos de música
- *Trailers* de filmes
- Outros, cite: \_\_\_\_\_

As trocas/partilhas de arquivos de **imagens e vídeos relacionados com as atividades profissionais, Gráfico 23**, apresentam uma maior frequência de indicação de troca. Destaca-se a partilha de arquivos cujo tema são **eventos da organização (cursos, seminários)** com 75% (38) de indicações, seguido por

**eventos profissionais externos à organização (cursos, seminários)** com 60% (31) de marcações. Os arquivos de temas relacionados com **as experiências profissionais** são compartilhados por 45% (23) dos respondentes e os de **confraternizações com os colegas de trabalho** por 39% (20) dos respondentes.



**Gráfico 23** – Que tipo de informação em vídeo ou imagem troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

Os arquivos arrolados aos temas de caráter mais pessoal, como **fotos de férias, vídeos pessoais, vídeos de música e fotos de infância**, obtêm indicação inferior aos 25%, à exceção das ilustrações ou fotos divertidas que perfazem 35% (18) das indicações.

Quando a análise é feita de forma individual, **Tabela 10**, verifica-se que as **trocas de imagens de festas com familiares e da infância e vídeos pessoais**, não são indicados pelos respondentes do escritório de advocacia, aspeto que demonstra, como já indicado na Questão 16, que os integrantes desta organização não costumam efetuar troca de assuntos relacionados com a vida pessoal através dos dispositivos digitais. Exceção ocorre apenas nas fotos de férias onde 14% (1) dos respondentes efetua marcação.

**Tabela 10** – Que tipo de informação em vídeo ou imagem troca com colegas de trabalho por organização participante da pesquisa

	Empresa pública de abastecimento	Empresa de desenvolvimento de <i>software</i>	Escritório advocacia
De eventos da organização (cursos, seminários)	70%	83%	71%
De eventos profissionais externos à organização (cursos, seminários)	58%	67%	57%
De temas relacionados às experiências profissionais	39%	58%	43%
Das confraternizações com os colegas de trabalho	36%	50%	29%
Fotos das suas férias	21%	25%	14%
Fotos de encontros e festas familiares	9%	8%	-
Fotos da sua infância	3%	8%	-
Ilustrações ou fotos divertidas (campanhas publicitárias)	30%	50%	28%
Vídeos pessoais	6%	8%	-
Vídeos de música	18%	33%	14%
Trailers de filmes	9%	25%	-
Outros, cite			

Destaca-se que neste grupo de informações os colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software* e os da empresa pública de abastecimento também apresentam baixo índice de utilização para os mesmos tópicos, trocas/partilhas de imagens e vídeos **de festas com familiares e da infância**,



com apenas 8% (1) de indicação na de desenvolvimento de *software* para ambos e 9% (3) e 3%(1) na pública de abastecimento respetivamente.

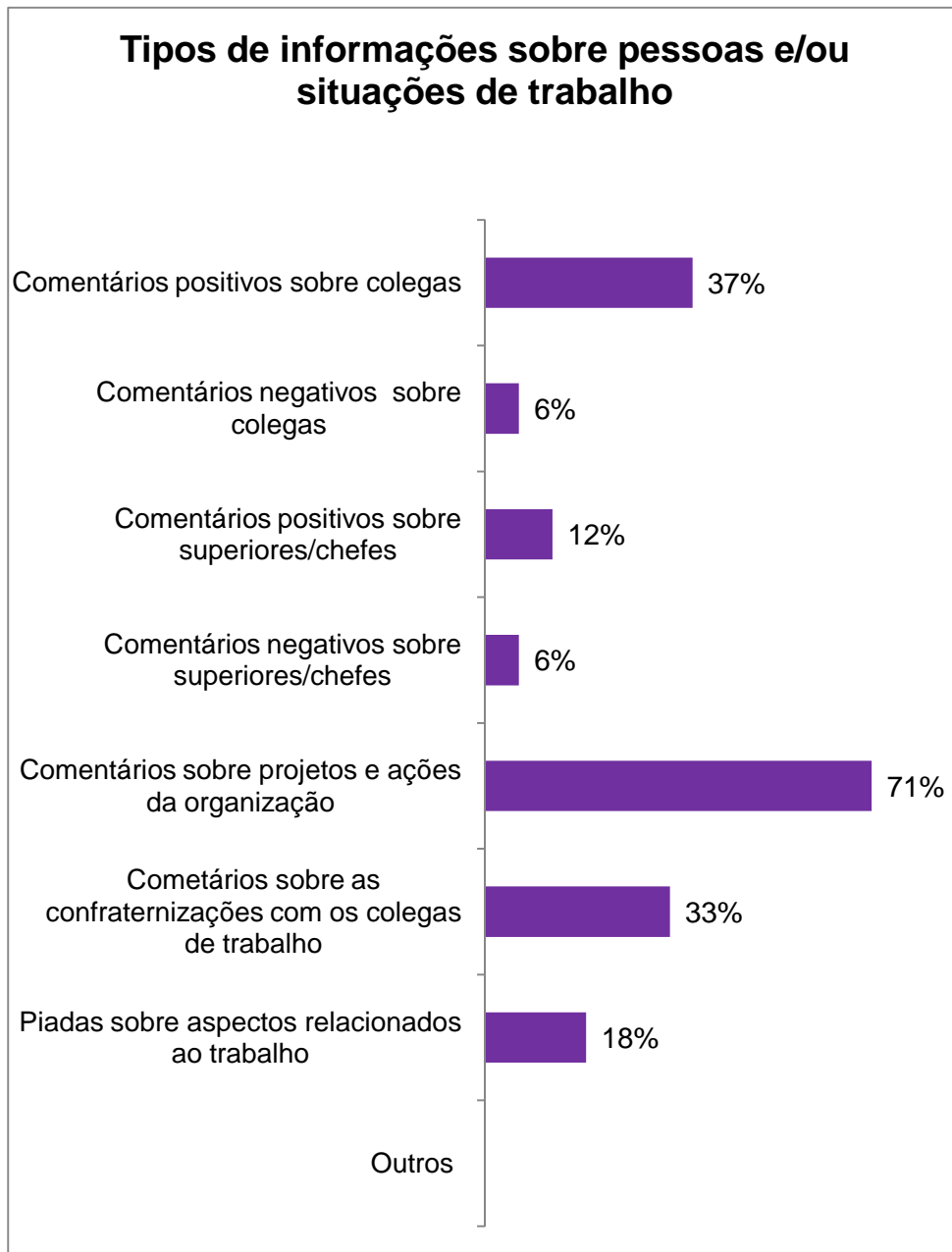
Já quando indagados sobre a troca e/ou partilha de **imagens e vídeos de eventos da organização** os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* registam uma percentagem bastante alta com uma grande incidência de respostas, 83% (10),seguidos por 71% (5) da amostra do escritório de advocacia e 70% (23) dos respondentes da empresa pública de abastecimento. Seguem-se os **eventos profissionais externos à organização** com 67% (8) das marcações dos integrantes da organização de desenvolvimento de *software*, 58% (19) dos participantes oriundos da empresa pública de abastecimento e 57% (4) para os do escritório de advocacia. Para a **troca de imagens e vídeos das experiências profissionais** encontram-se as marcações de 58% (7) pelos respondentes da organização de desenvolvimento de *software*, 43% (3) pelos do escritório de advocacia e 39% (13) pelos integrantes da organização pública de abastecimento.

### Questão 17

Esta questão tem como objetivo detetar os temas contidos nas informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho os respondentes costumam trocar com seus colegas de empresa através de dispositivos digitais. Com esta finalidade é apresentado um grupo de temas relacionados com situações e atividades profissionais.

O rol de opções possíveis de indicar é relacionado a seguir:

- Comentários positivos sobre colegas
- Comentários negativos sobre colegas
- Comentários positivos sobre superiores/chefes
- Comentários negativos sobre superiores/chefes
- Comentários sobre projetos e ações da organização
- Cometários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho
- Piadas sobre aspetos relacionados ao trabalho
- Outros, cite: \_\_\_\_\_



**Gráfico 24** – Que tipo de informação sobre pessoas ou situações de trabalho troca com colegas de trabalho pela totalidade dos participantes da pesquisa

Como pode ser constatado no **Gráfico 24** a opção que possui o maior índice de marcações é o de **comentários sobre projetos e ações da organização** com 69% (36), seguida pelos **comentários positivos sobre colegas** com 37% (19) de marcações e pelos **comentários sobre confraternizações com colegas de trabalho**. Os demais tópicos não possuem índices representativos.

Na **Tabela 11** é demonstrada a indicação por organização e nela pode ser verificado que o grupo de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho que possui um maior índice de respostas por parte dos colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software* **são os comentários sobre projetos e ações da organização** com 83% (10) de indicações, seguido por 70% (23) da empresa pública de abastecimento.

**Tabela 11** – Que tipo de informação sobre pessoas ou situações de trabalho troca com colegas de trabalho – por organização participante da pesquisa

	Empresa pública de abastecimento	Empresa de desenvolvimento de <i>software</i>	Escritório advocacia
Comentários sobre projetos e ações da organização	70%	83%	43%
Comentários negativos sobre colegas	3%	17%	-
Comentários negativos sobre superiores/chefes	3%	17%	-
Comentários positivos sobre colegas	27%	75%	14%
Comentários positivos sobre superiores/chefes	9%	25%	-
Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho	24%	67%	14%
Piadas sobre aspetos relacionados ao trabalho	18%	17%	14%
Outros, cite:			

A segunda maior frequência por empresa é a dos comentários **positivos sobre colegas de trabalho** com 75% (9) na empresa de *software*. Os respondentes do escritório de advocacia declaram não efetuar partilha de **comentários negativos sobre colegas, comentários positivos e negativos sobre chefias**, uma vez não indicam os três itens (zero respostas).

Por outro lado o maior índice de troca/partilha de informação desses respondentes (escritório de advocacia) aparece nos **comentários sobre projetos e ações da organização**, com 42%, o que demonstra que os integrantes desta organização utilizam basicamente, entre si, os dispositivos digitais para atividades vinculadas ao exercício profissional e não para a troca de opiniões ou comentários sobre pessoas e atividades.

### Questão 18

Esta questão aberta, descritiva, possibilita a indicação, por parte dos respondentes, de outros temas<sup>98</sup> de informações não listados nas Questões 15, 16 e 17. A mesma apresenta uma baixa participação por parte dos respondentes das três organizações.

Dos sete (7) integrantes do escritório de advocacia apenas um, que representa 14% dos participantes, aponta informações contendo temas distintos dos já indicados nas questões anteriores e cita **Informações referentes a serviços/promoções/campanhas de interesse**.

Por sua vez apenas dois, 17% do total de doze participantes da empresa de desenvolvimento de *software*, fazem algum comentário, apesar de curto, a esta questão, sendo em ambos os casos negativos, nomeadamente, um coloca apenas a palavra “**não**” e o outro enfatiza: “**aparentemente não**”.

No que diz respeito à empresa pública de abastecimento, o índice de participação foi um pouco mais elevado, registrando 27% (9) do total de participantes da organização. Deste universo, dois indicam apenas a palavra **não** e um terceiro reforça a negatividade com a seguinte frase: **Não compartilho outras informações além das citadas**. Os outros seis respondentes indicam aspetos relacionados com a atividade profissional como:

- **Agradecimentos a colegas,**
- **Orientações,**

---

<sup>98</sup> Salienta-se que maior facilidade de entendimento pelos respondentes a pesquisa utilizou a terminologia tipo de informação.

- **Solicitação de serviços,**
- **Esclarecimentos e relatórios,**
- **Despachos, convocações<sup>99</sup> e**
- **Questionamentos de trabalho.**

Entre estes participantes um apresenta uma resposta mais longa e detalhada:

- **Comentários sobre filmes, vídeos, locais para passar as férias. Mais em texto. Quanto aos comentários expressando juízo de valor sobre colegas e chefias evitamos, por convicção. Enviamos muitas fotografias de serviços realizados. Estas servem para definir o que fazer e onde fazer.**

De posse dos resultados da pesquisa prática passa-se ao próximo capítulo dedicado ao Pólo Morfológico do Método Quadripolar e que apresenta a proposta do Modelo<sup>100</sup> da Comunicação Interna acrescido deste novo fluxo informacional, o fluxo da informação orgânica digital espontânea.

---

<sup>99</sup> Terminologia utilizada no Brasil que corresponde em Portugal a convocatória.

<sup>100</sup> Premissa 2 listada na Introdução deste trabalho.



## **CAPÍTULO QUATRO**

### **MODELO INFO-COMUNICACIONAL INTERNO DO PÚBLICO ESSENCIAL DE SUSTENTAÇÃO PRIMÁRIO EM AMBIENTE DIGITAL**

Com os dados obtidos através da aplicação da pesquisa prática e a posterior análise de questão por questão e apresentação dos resultados auferidos, dedica-se esta primeira parte deste capítulo para a confrontação destes resultados com as Premissas, as Questões e os Objetivos de pesquisas especificados na Introdução desse trabalho. Os subsídios resultantes dessas confrontações permitem desenvolver a quarta etapa do Método Quadripolar – o Pólo Morfológico (DE BRUYNE *et al.*, 1974), que culmina com a estruturação e a apresentação de uma proposta de Modelo info-comunicacional, para a comunicação interna a partir da introdução das TDIC's.

Assim, este capítulo se divide em duas partes, a primeira dedicada a efetuar o cruzamento dos resultados obtidos nas questões com as premissas, as questões e os objetivos de pesquisas, e a segunda com a exposição da justificativa, do desenvolvimento e da apresentação do Modelo proposto. Convém, lembrar que este trabalho, bem como o Modelo que neste capítulo será descrito e apresentado está focado exclusivamente no comportamento do público essencial de sustentação primário das organizações. Entende-se que esta delimitação de segmento de público seja necessária uma vez que considera-se que outros segmentos possam possuir diferentes tipos de comportamentos info-comunicacionais necessitando de estudos específicos que verifiquem e estabeleçam seus próprios Modelos. Assim, enfatiza-se que todas as considerações aqui apresentadas dizem respeito apenas ao público essencial de sustentação primário.

#### 4.1.Respondendo aos objetivos, às questões e às premissas

Como já salientado enquanto o capítulo anterior foi dedicado a exibir os aspectos que envolveram a pesquisa prática culminando com a apresentação e a análise dos resultados obtidos em cada uma das questões do instrumento de pesquisa, esta secção deste capítulo caracteriza-se por efetuar o cruzamento dos resultados obtidos com as Premissas, as Questões e os Objetivos de Pesquisa estabelecidos no início desta investigação e apresentados na Introdução deste trabalho. Contudo, será aqui seguido um ordenamento não necessariamente relacionado com a grandeza de cada um daqueles elementos, pelo contrário será levado em consideração os aspectos obtidos em função dos resultados da pesquisa, salienta-se que não se segue de forma estrita os objetivos tendo em vista a natureza exploratória da investigação.

Desta feita, inicia-se a análise dos resultados e reforça-se mais uma vez, que apesar de a amostra não ser estatisticamente expressiva ou representativa, porque apenas indica uma tendência, o seu grupo de participantes possui, entre si, representatividade no que se refere a género, em vista da quase equivalência numérica das duas categorias. Da mesma maneira considera-se que o grupo possui uma certa paridade em relação às faixas etárias, ocorrendo apenas um índice mais elevado na faixa relacionada entre os 35 e os 45 anos. A ocorrência desta maior incidência é impulsionada pelos respondentes da empresa pública de abastecimento que possuem cargo de gestores, o qual concentra indivíduos com maior experiência profissional e conseqüentemente pertencentes às faixas etárias mais elevadas. Estes pontos serão considerados *a posteriori* quando efetuadas as análises comparativas entre as organizações.

Ao retomar-se o objetivo principal desta investigação que estabelece a necessidade de **ser conhecido como se dá o processo info-comunicacional digital espontâneo entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações**, constata-se que os resultados ora obtidos e trabalhados, quer em separado, quer em conjunto, demonstram uma tendência de comportamento capaz de permitir respostas efetivas e o conseqüente alcance desse objetivo.



Um segundo ponto a ser verificado diz respeito a uma das Premissas considerada neste estudo e que estabelece que **os contactos e as relações interpessoais informais entre os integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações, que antes ocorriam face-a-face, migraram<sup>101</sup> para as Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação.**

Considera-se que a partir dos resultados obtidos é possível verificar que os participantes da pesquisa demonstram utilizar, em várias oportunidades, os dispositivos e as aplicações digitais para trocas/partilhas com seus colegas de trabalho: Fora do horário de trabalho – **Questão 14** e Fora do ambiente de trabalho– **Questão 13**. Já ao serem indagados diretamente se utilizam as Redes Sociais para efetuar trocas/partilhas com seus colegas de trabalho – **Questão 11**, a maioria 87% (45 respondentes) indica não utilizar. Entretanto, na pergunta anterior a esta – **Questão 10**, que averigua quais as aplicações e/ou serviços usados pelos respondentes para a troca de informações com os seus colegas de trabalho, várias são as Redes Sociais e as aplicações digitais indicadas, tais como Orkut, *Facebook*, *Messenger*, *Gtalk* e *Google doc*. Além destas redes os respondentes, que apontam de forma afirmativa o uso de Redes Sociais – **Questões 11**, também incluem a Rede *Linkedin* quando especificam o uso – **Questão 11a**. Em paralelo a estas indicações os participantes informam que efetuam trocas/partilhas de temas não necessariamente vinculados a assuntos ou temas profissionais – **Questão 15, Questão 16 e Questão 17**.

Esta combinação de respostas permite-nos reconhecer que ocorre uma tendência de migração das relações interpessoais informais para as TDIC's por parte dos integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações pesquisadas. Tem-se assim certificada a Premissa 1 desta investigação.

Em relação à questão de pesquisa e ao objetivo específico que estabelecem premência na **identificação dos tipos de dispositivos digitais<sup>102</sup> utilizados pelos integrantes do público essencial de sustentação primário**

---

<sup>101</sup> Lembra-se que o termo migrar aqui não está sendo utilizado no sentido de que todas as relações somente ocorrem através da TDIC's mas sim que parte delas efetuaram esta migração.

<sup>102</sup> Questão 2 e Objetivo específico 4 listados na Introdução deste trabalho.

**para a transmissão de informações orgânicas espontâneas digitais**, pode ser afirmado que, em vista das respostas obtidas, os participantes da pesquisa utilizam em ordem decrescente para o exercício profissional – **Questão 8**, os computadores de secretária, os telemóveis regulares e os computadores portáteis. Por outro lado, ao serem indagados sobre quais os dispositivos digitais que os respondentes possuem, a ordem inverte-se entre os computadores portáteis e os telemóveis regulares, ambos precedidos dos computadores de secretária – **Questão 5**.

Em paralelo, ao serem indagados sobre os locais de onde os respondentes efetuam as suas trocas/partilhas através dos dispositivos digitais com colegas de trabalho – **Questão 13**, a maioria indica o local de trabalho, seguido da casa e em mobilidade. Entretanto, nas marcações relacionadas com a frequência de utilização dos seus dispositivos digitais pessoais – **Questão 6**, a maior incidência acontece em espaços públicos, seguida pela indicação em mobilidade.

Ao observar-se as respostas a estas duas questões, os resultados demonstram duas posições distintas em relação ao uso dos dispositivos digitais. A primeira posição, resultado das respostas à **Questão 13**, os participantes da investigação apontam como primeiro local de troca de informações com colegas de trabalho, o próprio ambiente de trabalho. Numa segunda posição que leva em consideração o uso dos dispositivos pessoais – **Questão 6**, os participantes informam fazê-lo com maior frequência em espaços públicos e em mobilidade, embora uma grande percentagem indicar que não os utiliza no trabalho – 60% (31).

Conquanto, despertam atenção os dados obtidos na **Questão 13**, pois os mesmos induzem a concluir que, os participantes que indicam efetuar trocas/partilhas de informações com seus colegas de trabalho a partir de casa, aparentemente não utilizam, os seus dispositivos pessoais para fazê-lo, tendo em vista as respostas à **Questão 6**. Contudo, ao se analisar as respostas obtidas por organização, constata-se que quem indica efetuar a maioria destas trocas/partilhas a partir de casa são os integrantes da empresa pública de abastecimento que não recebem equipamentos das organizações onde atuam, logo, teriam a necessidade de utilizar em casa os seus equipamentos pessoais,

além de utilizarem aplicações distintas das oferecidas pela organização, uma vez que estão impedidos de fazer uso dos oferecidos pela organização fora da mesma.

Constata-se, assim, que possivelmente nesta questão não tenha ocorrido um real entendimento por parte dos respondentes desta organização, sobre o que a pesquisa considera como dispositivos eletrônicos ou digitais, entendendo, provavelmente, que são apenas os telemóveis (regulares ou *smartphones*).

Mas mesmo que tenha ocorrido este possível lapso acerca do conceito de dispositivo digital, ponto que será retomado posteriormente na análise por empresa, constata-se que os respondentes indicam possuir dispositivos digitais pessoais, mas, ao exercerem as suas atividades profissionais, utilizam, em geral, os equipamentos oferecidos pela organização. Verifica-se que o maior índice de respostas indica que para esta ação são utilizados os computadores de secretária. Porém como as respostas também apontam para a ocorrência de trocas/partilhas de informações em mobilidade, em espaços públicos e em casa, neste cenário, não poderiam estar a utilizar os computadores de secretária e sim, os computadores portáteis e telemóveis. O que demonstra que o uso dos dispositivos pessoais é habitual, aspeto que para muitas organizações pode ser considerado um problema quando se estabelecem critérios de segurança ou de controlo da informação orgânica trocada entre colaboradores, lembra-se aqui que na empresa pública de abastecimento os serviços e aplicações oferecidas através da Intranet só podem ser usadas dentro da organização, logo para as trocas/partilhas que ocorrem fora dela são utilizadas outras aplicações.

Entretanto não existem respostas que permitam caracterizar quais os dispositivos digitais que são efetivamente utilizados para efetuar as trocas/partilhas de informações orgânicas digitais espontâneas entre os respondentes e os seus colegas de trabalho. Apenas se pode verificar e considerar alguns indicativos de que **elas possam vir a ocorrer em dispositivos digitais não oferecidas pelas organizações** e conseqüentemente não monitoradas pelas mesmas, reforçando o conceito defendido de uma tipologia espontânea.

Por sua vez, no que se refere ao **tipo de aplicação utilizada**<sup>103</sup> para a troca/partilha com os colegas de trabalho da informação orgânica digital espontânea pelos integrantes do público essencial de sustentação primário, das organizações pesquisadas – **Questão 10**, pode constatar-se que, num primeiro momento e, como se poderia esperar, existe uma maior utilização, para trocas/partilhas de informações com colegas de trabalho, das aplicações oferecidas pela organização. Este tipo de aplicativo recebe o maior volume de indicações de uso para efetuar as trocas/partilhas de *e-mails*, as trocas/partilhas de ficheiros e para executar construções coletivas de trabalhos. As aplicações oferecidas pelas organizações somente não apresentam a maior indicação de uso no tipo de serviço denominado transmissão de mensagem instantânea onde a aplicação *Facebook* recebe 31% (16) das indicações, superando, mas não de forma significativa, as oferecidas pelas organizações que recebe 29% (15) de indicações.

Além disso, ao serem analisados os resultados em termos individuais, por organização, verifica-se que os respondentes do escritório de advocacia somente indicam três aplicações distintas das oferecidas pela organização. Uma indicação é efetuada para a troca de *e-mails* via *webmail* e duas indicações são para o uso do aplicativo *Apple mail*, sendo uma para a troca de *e-mails* e outra para a troca de ficheiros. Isso demonstra que os respondentes do escritório de advocacia não utilizam, praticamente, aplicações ou serviços distintos dos oferecidos pela organização.

Por sua vez, ao analisar-se as respostas das duas outras organizações, pode verificar-se que os integrantes da empresa pública de abastecimento indicam uma maior concentração no uso das aplicações oferecidas pela própria organização para efetuar os quatro tipos de trocas, a saber: mensagens instantâneas 15%, troca de *e-mails* 73%, troca de ficheiros 18%, e construção coletiva 24%. Além disso, estes participantes também indicam utilizar o *Facebook*, *Orkut* e o *Messenger* para troca de mensagens instantâneas. Já os integrantes da empresa de desenvolvimento de *software* são os participantes que demonstram

---

<sup>103</sup> Questão 1 e Objetivo específico 3 listados na Introdução deste trabalho.

maior versatilidade no uso das aplicações e serviços, uma vez que apenas não marcam as opções do Hi5 e Ning.

Poder-se-ia concluir, caso a análise fosse efetuada de forma isolada e se fossem consideradas apenas as respostas à **Questão 10**, que os respondentes, como um todo, usam de forma preferencial as aplicações oferecidas pela organização, no entanto constata-se que recorrem igualmente às aplicações vinculadas às Redes Sociais, sobretudo ao *Facebook*. No entanto as respostas anteriormente citadas não se tornam fiáveis ao serem analisadas, em conjunto, com as **Questões 11 e 11a**, uma vez que os índices de utilização das Redes Sociais indicados nestas questões não apresentam as mesmas percentagens indicadas na **Questão 10**. Esta discrepância de indicações, a nosso ver, pode ser o resultado de uma conduta instintiva por parte dos respondentes quando é oferecida uma gama de opções. Neste sentido, na **Questão 10**, os respondentes naturalmente indicam as aplicações e serviços que efetivamente utilizam, sem preocupações com as consequências destas indicações.

Contudo, quando a pergunta é feita de forma direta, dando-lhes a responsabilidade de indicar se usam ou não Redes Sociais para efetuarem trocas/partilhas com colegas de trabalho – **Questão 11**, optam por indicar na sua maioria **não** – 100% dos respondentes do escritório de advocacia; 85% dos participantes da empresa pública de abastecimento, e 83% dos respondentes da empresa de desenvolvimento de *software*. Além destes resultados, um outro também é relevante e ocorre na **Questão 11a**, onde dois dos respondentes indicam usar o *Facebook*, mas também indicam o uso da Rede Social *LinkedIn*, caracterizada por ser uma Rede voltada para os contactos profissionais e que não é indicada na **Questão 10**.

Assim, a análise conjunta das **Questões 10, 11 e 11a** confirma a ocorrência de trocas/partilhas de informação orgânica entre os integrantes do público essencial de sustentação primário, das organizações pesquisadas, através de meios diferenciados da comunicação formal. Considera-se inclusive que as discrepâncias detetadas nos resultados das questões, de certa maneira parecem demonstrar que os respondentes entendem estar a fazer algo não esperado pela organização – usar outros caminhos para efetuar contacto com os

seus colegas de trabalho. Isto porque na pergunta direta – **Questão 11** – a maioria indicou não usar as Redes Sociais. Salienta-se que estas conclusões não se aplicam aos respondentes do escritório de advocacia que adotam a posição de não utilizar outros meios, focando-se no uso exclusivo dos oferecidos pela organização.

Portanto, tendo obtido apenas algumas indicações do uso de outras aplicações, **comprova-se que pode ocorrer o uso de aplicações diferenciadas<sup>104</sup> das estabelecidas pela Comunicação Interna Formal por parte dos integrantes do público essencial de sustentação primário.**

Outras respostas que reforçam esta afirmação são aquelas indicadas na **Questão 14**, a qual indaga se os respondentes efetuam troca de informações via dispositivos digitais com os seus colegas de trabalho fora do horário de trabalho. Considerando a amostra como um todo, a opção sim obteve 63% (33) das indicações. Estas marcações aparentemente complementam as indicadas na **Questão 13**, onde os respondentes indicam efetuar trocas/partilhas com colegas de trabalho a partir de casa. Ora, se forem confrontadas as respostas por organização e por participante (Anexos H, I e J) constata-se que existe uma consonância quase direta entre as respostas concedidas às duas questões. Isto porque apenas dois dos participantes da pesquisa, que indicam efetuar trocas/partilhas fora do horário normal de expediente, não indicam efetuar trocas/partilhas a partir de casa e, conseqüentemente, utilizam os dispositivos digitais pessoais.

Com a finalidade de responder a mais um dos objetivos específicos, o de **identificar e classificar a temática da informação<sup>105</sup>** que circula através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, de maneira espontânea entre integrantes do público essencial de sustentação primário das organizações pesquisadas, são agora utilizadas as respostas concedidas às **Questões 15, 16 e 17.**

Ao analisar-se estas três questões, em conjunto, constata-se que os temas das informações trocadas de forma mais significativa pelos três grupos de

---

<sup>104</sup> Objetivo específico 1 listado na Introdução deste trabalho.

<sup>105</sup> Objetivo específico 2 listado na Introdução deste trabalho.

respondentes são aqueles efetivamente relacionados com as atividades profissionais – projetos em que está envolvido - **Questão 15** com 78% (40) das indicações; Imagens e vídeos de eventos da organização – **Questão 16** com 75% (38) das indicações; e Comentários sobre projetos e ações da organização – **Questão 17** com 71% (36) das indicações. Verifica-se, assim, que o hábito de efetuar trocas/partilhas de informações com os colegas de trabalho através de dispositivos digitais é significativo no que se refere a temas relacionados com o exercício profissional. Contudo, as trocas/partilhas também ocorrem com os outros temas disponibilizados para escolha.

Numa visão mais ampla, verifica-se que os respondentes que atuam na empresa de desenvolvimento de *software* são, dos três grupos, os mais representativos em relação ao uso dos dispositivos digitais para efetuarem as trocas/partilhas. Com efeito, os respondentes desta organização indicam todas as modalidades disponíveis apresentando sempre índices superiores aos respondentes das outras duas organizações, com exceção dos tópicos Rotinas de trabalho - **Questão 15**, Fotos de encontros e festas familiares – **Questão 16** e Piadas sobre aspetos relacionados ao trabalho – **Questão 17**, onde os participantes da empresa pública de abastecimento obtêm os maiores índices. Ainda em relação aos colaboradores da empresa pública de abastecimento, verifica-se que assinalam todos os tópicos listados, sendo os mais representativos aqueles que abordam diretamente temas relacionados com as atividades profissionais, ou seja, com as informações orgânicas.

Por sua vez, os respondentes do escritório de advocacia não indicam efetuar trocas/partilhas de alguns dos temas de informações listados nas questões, principalmente aqueles diretamente relacionados com a vida pessoal ou com a emissão de opinião sobre colegas de trabalho. Chama-se a atenção que foi apenas um respondente, integrante do escritório de advocacia, de todos os respondentes da pesquisa, a assinalar a opção - outros, neste conjunto de questões – **Questão 15** e a citar Histórias passadas no local de trabalho.

Face às dificuldades encontradas aquando da aplicação da pesquisa prática, os resultados obtidos nesta investigação não permitem aduzir conclusões

expressivas nem no que diz respeito à comparação<sup>106</sup> às semelhanças ou diferenças a partir do país de origem das organizações.

Todavia permitem fazê-lo entre as organizações e os seus respondentes, ou seja, permitem efetuar a análise comparativa entre as respostas indicadas às questões de pesquisa e especificar os temas de informação orgânica detetados nas organizações pesquisadas. Com esta finalidade, apresenta-se a seguir um resumo dos resultados obtidos por organização, para depois se efetuarem as devidas comparações. Esse resumo inicia-se tendo como ponto de referência a organização com sede em Portugal.

Como se pode verificar, devido ao tipo de serviço oferecido pelo escritório de advocacia os participantes da pesquisa (Anexo H) possuem uma postura um pouco mais reservada no que se refere às trocas informacionais, via dispositivos digitais. Assim, consideram que o uso dos dispositivos digitais traz vantagens ao ambiente de trabalho – **Questão 12**, por possibilitarem “uma troca mais rápida de informações e ficheiros, como permite a troca de ideias, simplesmente evitando a perda de tempo, e ainda poupam recursos”. Mas efetuam estas trocas, na sua maioria, em horário normal de expediente – **Questão 14**. Além disso, utilizam mais os dispositivos digitais – computador de secretária e computador portátil – para efetuarem trocas/partilhas de conteúdos em geral, apesar de identificarem o uso de todos os tipos de dispositivos no exercício profissional. Para mais concentram-se, em relação à utilização de aplicativo/serviço, no uso diário do *e-mail*. Em relação ao local onde acedem os seus dispositivos digitais – **Questão 6**, o resultado mais significativo foi o índice 3 (baixa utilização) no seu local de trabalho. Assim esses participantes declaram efetuar trocas/partilhas de informações através das aplicações oferecidas pela organização, e dizem não utilizar redes sociais para efetuar trocas/partilhas com os colegas de trabalho. A par disso, restringem as suas trocas/partilhas de informações via dispositivos digitais às informações relacionadas com o trabalho. Destaca-se que um dos respondentes indica, especificamente, efetuar trocas/partilhas de temas de interesse, *hobbies*, fotos de férias, ilustrações, vídeos de música e piadas.

---

<sup>106</sup> Objetivo específico 5 listado na Introdução deste trabalho.



Os participantes da pesquisa desta organização demonstram em relação às trocas/partilhas de informações com seus colegas de trabalho um comportamento de uso dos dispositivos e das aplicações digitais relacionadas basicamente com as tarefas e conteúdos profissionais, restringindo-os às aplicações oferecidas pela empresa. Pode entender-se que este tipo de postura esteja relacionado com a própria atividade exercida, a advocacia, onde prevalece o sigilo dos temas abordados e principalmente pelo facto da própria organização oferecer, entre o rol dos seus serviços, assessoria sobre privacidade e proteção de dados. Em função destas características organizacionais pode considerar-se que no escritório de advocacia não se deteta a ocorrência de trocas/partilhas de informação orgânicas digitais espontâneas. As respostas indicadas pelos participantes desta organização demonstram que os mesmos utilizam, para trocas/partilhas de informações orgânicas digitais, apenas os canais de comunicação formais oferecidos pela organização, mesmo quando se trata de trocas/partilhas comunicacionais informais.

No que diz respeito às respostas dadas pelos colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software*, pode verificar-se o seguinte: dos três grupos de respondentes à pesquisa, estes são os que apresentam faixas etárias menos elevadas, possuindo só dois integrantes com mais de 35 anos – **Questão 1**. Ainda em relação à faixa etária, destaca-se que apenas os integrantes desta organização têm menos de 24 anos (5), enquanto os demais componentes do grupo (5) têm entre os 26 e 34 anos. Desta forma a amostra desta empresa distingue-se por ser composta quase na sua totalidade por nativos digitais<sup>107</sup>.

Enquanto os respondentes do escritório de advocacia apresentam formação académica focada na área do Direito, entre os respondentes deste segundo grupo existe uma maior diversificação no que se refere a esta questão. Entre as licenciaturas indicadas ocorre uma maior incidência para a área tecnológica, mas também integram o grupo licenciados em Administração, Design e de Publicidade e Propaganda.

---

<sup>107</sup> Termo cunhado por Prensky para caracterizar os indivíduos que nasceram após 1980 rodeados de equipamentos com tecnologias digitais – PRENSKY - Digital natives, digital immigrants Part 1

Este grupo de respondentes, colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software*, declara utilizar os seus dispositivos digitais com maior frequência em espaços públicos e em mobilidade – **Questão 6**, e afirma fazer uso, várias vezes ao dia, dos *e-mails*, das mensagens instantâneas, das redes sociais e dos *microblogues* – **Questão 7**. O dispositivo digital que o maior número dos colaboradores desta empresa utiliza, para o exercício profissional, é o computador portátil – **Questão 8**, que é seguido pelos computadores de secretária e dos *smartphones*. Os computadores portáteis também recebem a preferência dos participantes desta organização, no que diz respeito à troca de e-mails, dos *microblogues* e das redes sociais – **Questão 9**. Já as mensagens instantâneas aparecem a ser efetuadas de forma equivalente tanto em computadores de secretária, como em computadores portáteis e telemóveis regulares apresentando sempre o índice de 50%.

Em relação ao uso de aplicações e serviços, os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software* declaram utilizar vários tipos de aplicações e serviços para efetuarem trocas/partilhas com os colegas de trabalho – fora as aplicações oferecidas pela organização são mencionados o *Messenger*, o *Gtalk*, o *Facebook*, o *Orkut* e o *Googledoc*. Mas também aparecerem mencionados o Outlook, o Apple Mail e a Web mail – **Questão 10**. Ou seja, verifica-se uma grande desenvoltura dos integrantes desta amostra em relação às possibilidades de uso dos serviços e das aplicações, característica esperada por se tratar, na quase totalidade, de nativos digitais e indivíduos que atuam na área da tecnologia.

Contudo, conforme anteriormente apresentado, quando indagados se efetuam trocas/partilhas através das redes sociais – **Questão 11**, apenas dois dos integrantes da empresa dizem fazê-lo, e o mais interessante, que cabe realçar, é que um deles não afirma efetuar este tipo de troca descrita na **Questão 10**. Por outro lado, ao se analisar as respostas específicas por respondente (Anexo I) constata-se que quatro participantes que indicam na **Questão 10** fazer uso do *Facebook* para troca de mensagens instantâneas, não indicam o seu uso na resposta à **Questão 11**, demonstrando incoerência nas respostas, aspeto já salientado anteriormente e que se julga ocorrer devido ao receio de sofrerem

alguma represália por utilizarem como media as Redes Sociais para efetuar trocas/partilhas de informações orgânicas.

Os participantes desta organização consideram que a inclusão dos dispositivos eletrônicos ou digitais trouxe vantagens ao ambiente de trabalho, contudo dois respondentes salientam também desvantagens, a saber: informação em excesso, perda de foco no trabalho e disponibilização de informações que não deveriam ser disponibilizadas – **Questão 12**. Em relação aos locais a partir dos quais se efetuam as trocas, via dispositivos eletrônicos ou digitais, com colegas de trabalho – **Questão 13** – o grupo responde na sua totalidade no próprio local de trabalho 100%, seguido por em casa 67% e posteriormente por em mobilidade com 58%. Chama-se a atenção para a troca efetuada a partir de casa uma vez que estes profissionais não recebem equipamento, apenas subsídios para a aquisição de computadores portáteis e *smartphones*, logo, utilizam para estas trocas/partilhas os seus dispositivos eletrônicos ou digitais particulares, não monitorizadas pela organização. Outro dado que reforça a afirmação anterior são as respostas à **Questão 14**, onde 75% dos colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software* declaram efetuar trocas/partilhas de informações via dispositivos eletrônicos ou digitais com os seus colegas de trabalho, fora do horário de trabalho, o que novamente prova o uso de dispositivos pessoais.

Em relação às **Questões 15, 16 e 17** que pretendem detetar o tipo de informação trocada pelos respondentes com seus colegas de trabalho, constata-se que dos vinte e nove (29) temas de informações listadas nestas três questões, os respondentes da empresa de desenvolvimento de *software*, apenas não apresentam a maior percentagem de indicações em cinco (5) deles e também não ocorre nenhum tipo de informação que não tenha recebido ao menos uma indicação destes participantes. Estas respostas demonstram que os integrantes desta amostra utilizam os dispositivos eletrônicos ou digitais, as aplicações e os serviços para a troca/partilha com seus colegas de trabalho de informações dos mais variados temas, desde aquelas de caráter pessoal até às relacionadas com suas atividades profissionais, ou seja, informações orgânicas. Uma vez que a organização apenas concede auxílio para a aquisição de telemóveis e computadores portáteis pode considerar-se que as trocas/partilhas efetuadas fora

da organização são executadas em dispositivos particulares sem o controlo da organização. Assim, como muitas destas trocas/partilhas ocorrem também em aplicações distintas das oferecidas pela empresa, verifica-se uma tendência para ocorrerem trocas/partilhas de informações orgânicas digitais espontâneas entre os colaboradores desta organização.

Apresentam-se, a seguir, as particularidades detetadas nas respostas dos participantes da terceira organização, a empresa pública de abastecimento. Quanto à idade dos respondentes desta organização nota-se que os mesmos ocupam as faixas etárias mais elevadas. Nesta organização encontram-se os sete (7) respondentes com mais de 55 anos, além de onze (11) da faixa de 45 a 54 anos e doze (12) da faixa de 35 a 44 anos. Completam a amostra, desta organização, os três (3) integrantes que encontram-se na faixa de 25 a 34 anos. Portanto, a maioria dos participantes da pesquisa oriundos desta organização não são nativos digitais, mas sim imigrantes digitais (PRENSKY, 2001). Das três organizações que participaram da pesquisa, a amostra da empresa pública de abastecimento é a que possui maior número de componentes e é, também, em função das características da mesma, a que possui maior diversidade no que se refere à formação académica – **Questão 3**.

Quanto à posse de dispositivos eletrónicos ou digitais, apenas um integrante deste grupo indica não possuir computador de secretária, totalizando 97% dos colaboradores, e sendo o índice mais elevado de posse deste dispositivo digital, por organização. Já quanto a possuir telemóveis, apenas 27% indica possuir *smartphones*, enquanto 82% assinala possuir telemóveis regulares – **Questão 5**. No que se refere ao local preferencial de utilização dos dispositivos eletrónicos ou digitais pessoais – **Questão 6**, a maior preferência recai nos espaços públicos com 45% das indicações deste grupo de respondentes e o menor índice de utilização dos dispositivos eletrónicos ou digitais pessoais ocorre no próprio local de trabalho. Este índice é de destacar uma vez que, na questão anterior, a maioria declara possuir computadores de secretária, logo, num primeiro momento, apressadamente, pode concluir-se que os respondentes não entenderam a questão ou consideraram apenas como dispositivo digital os telemóveis.

Contudo, ao efetuar-se a análise das respostas individuais (Anexo J), verifica-se que entre os dez (10) respondentes que indicam como o local de maior utilização dos dispositivos pessoais a opção em mobilidade seis (6) indicam também possuir computador portátil. Da mesma forma, entre os quinze (15) participantes que indicam que a maior utilização dos dispositivos digitais ocorre em espaços públicos, dez (10) também possuem computador portátil. Logo a utilização nestes dois ambientes é feita preferencialmente pelos possuidores de computadores portáteis.

A análise das respostas à **Questão 7** demonstra que os participantes da empresa pública de abastecimento não possuem o hábito de utilizar com frequência as aplicações ou serviços digitais. Essa conclusão deve-se ao facto de que as aplicações do tipo mensagens instantâneas, *microblogues*, *blogue* pessoal e redes sociais receberam todos maiores índices de frequência de uso na opção nunca usa. Os respondentes desta organização concentram-se em utilizar os *e-mails*, várias vezes ao dia 91% (30), várias vezes por semana 6% (2) e uma vez por semana 3% (1).

No que concerne ao tipo de dispositivo eletrónico ou digital utilizado para o exercício profissional, os colaboradores da empresa pública de abastecimento indicam 100% de uso do computador de secretária, seguido pelo uso do telemóvel regular com 79% – **Questão 8**. Não será, por isso de estranhar o elevado índice de uso do computador de secretária para a troca de *e-mails* indicada na **Questão 9**. Das demais aplicações ou serviços listados na questão – *Microblogues*, *blogue* pessoal, redes sociais e mensagens instantâneas, apenas o último recebe maior frequência de uso através do telemóvel regular, as restantes respostas indicam o uso preferencial do computador de secretária.

Em relação ao tipo de aplicativo ou serviço utilizado para a troca de informações com os colegas de trabalho, um número mais elevado dos respondentes da empresa pública de abastecimento indica utilizar o *Facebook* 33% (11), seguido pela mesma percentagem de respostas 15% (5) a aplicação oferecida pela organização e o Messenger – **Questão 10**. Mas ao serem indagados se efetuam trocas/partilhas de informações com colegas de trabalho através das redes sociais 85% (28) indicam não fazê-lo – **Questão 11**, sendo que

apenas 12% (4) declara fazê-lo pelo *Facebook* – **Questão 11a**. Recorrendo às respostas individuais verifica-se que dos onze (11) respondentes que indicam na **Questão 10** utilizar o *Facebook* para trocas/partilhas de informações com seus colegas de trabalho, na **Questão 11** somente três (3) o fazem, sendo que o quarto elemento que indica fazer uso do *Facebook* não o assinala na **Questão 10**. Verifica-se novamente aqui o que já havia ocorrido anteriormente com os participantes da pesquisa oriundos da empresa de desenvolvimento de *software*: ao terem um rol de opções para marcar, optam livremente, porém ao terem que responder diretamente se usam Redes Sociais tornam-se mais seletivos na resposta.

No que diz respeito às vantagens e desvantagens do uso dos dispositivos eletrônicos ou digitais – **Questão 12**, apenas um integrante desta empresa não responde à questão e não ocorre a indicação da opção desvantagem. Entre os demais respondentes dez (10) deles assinalam a opção vantagens e desvantagens onde se destacam as seguintes explicações:

- Viramos prisioneiros dos nossos escritórios,
- Vantagens pela agilidade, desvantagem excesso de informações desnecessárias,
- Vantagem – Rapidez, desvantagem – Superexposição,
- Vantagens: agilidade, abranger maior nº de pessoas com apenas uma mensagem Desvantagens: impessoalidade, excesso de mensagens, mensagens extensas e sem objetividade ou abreviadas e sem coerência,
- Possibilita agilização e racionalização de trabalhos, porém colabora para o distanciamento físico das pessoas, o que acredito ser um elemento dificultador no encaminhamento e deliberação de questões organizacionais.

Constata-se, assim, que os integrantes deste grupo são os mais críticos em relação às desvantagens da inclusão das TDIC's no ambiente de trabalho, apesar de também reconhecerem as vantagens que as mesmas também trouxeram.

Em relação ao local a partir do qual efetuam as trocas/partilhas de informações com colegas de trabalho, a maioria indica o próprio local de trabalho 97% (32) seguido por em casa com 52% (17) das marcações – **Questão 13**. Estes índices juntos com a percentagem que escolheu em mobilidade 18% e em espaços públicos 12% reforçam as indicações feitas na **Questão 14** onde 64% (21) dos respondentes dizem efetuar trocas/partilhas fora do horário de trabalho. Aspeto que corrobora as trocas/partilhas de informações orgânicas digitais espontâneas impulsionadas inclusive pela impossibilidade de utilização fora da organização das aplicações e serviços vinculados a intranet da organização.

O último grupo de questões a serem analisadas diz respeito aos temas das informações que os respondentes da empresa pública de abastecimento trocam ou partilham com os seus colegas de trabalho – **Questão 15, 16 e 17**. Ao serem analisados os três grupos de informações verifica-se que em todos eles ocorre uma maior incidência de indicações das informações relacionadas com as atividades profissionais. No grupo intitulado informações sobre si a maior incidência de trocas/partilhas ocorre no item rotinas de trabalho com 82%, seguido de projetos envolvidos 73% e das atividades que exerce 64%. Por sua vez em termos de temas fora do contexto organizacional, o item mais assinalado é a troca de informações sobre *Hobbies* 24%. Da mesma forma, no grupo de informações em vídeo ou imagem prevalecem as informações sobre trabalho com a maior indicação para eventos da organização com 70% (23). No último grupo, o das informações sobre pessoas ou situações de trabalho, o tópico mais representativo é o dos comentários sobre projetos e ações da organização com 70% (23).

Com estas análises efetuadas por organização participante, verifica-se que existem alguns aspetos nas respostas concedidas que demonstram ocorrer situações que efetivamente possibilitam a caracterização do novo conceito de Informação orgânica digital espontânea. Isto porque, as incongruências detetadas nas respostas dos participantes no que se refere ao uso de outros caminhos, que não os oficiais oferecidos pelas organizações, parecem indicar **que as trocas/partilhas ocorrem: fora do horário de trabalho, por dispositivos que não são pertencentes à organização e por aplicações e serviços não**

**formais.** Responde-se, assim, a mais uma das questões estabelecidas na Introdução desta investigação: existe de facto espaço<sup>108</sup> para esta nova classificação.

Entretanto, no que se refere ao estabelecimento de um Modelo único de transmissão de informação orgânica digital espontânea<sup>109</sup>, após a análise das respostas efetuadas pelos participantes da pesquisa, considera-se que estes demonstram que efetivamente existe um Modelo único. Contudo o Modelo único não diz respeito à informação orgânica digital espontânea, mas sim, à Comunicação Interna. A pesquisa demonstra que neste Modelo, em função das TDIC's, o que ocorre é a inclusão de um procedimento diferenciado de info-comunicação e é neste novo processo que se inclui o fluxo da informação orgânica digital espontânea. Contudo, este fluxo, e conseqüentemente este tipo de informação somente ocorrerá caso os integrantes do público essencial de sustentação primário utilizarem dispositivos, serviços ou aplicações digitais não oferecidas pela organização, permitindo assim o fluxo da info-comunicacional por meios digitais distintos dos que estão sob controlo da organização. Desta forma apresenta-se a seguir os aspetos que justificam a elaboração de um Modelo e que serviram de alicerce para o estabelecimento do proposto como resultado desta investigação.

#### **4.2. Justificando a construção de um Modelo**

Conforme Martins e Theóphilo (2007, p. 30) esclarecem, a elaboração de um Modelo possui várias funções e entre as indicadas pelos autores considera-se que duas são as mais relevantes: permitir que fenómenos “complexos sejam visualizados e compreendidos” e permitir “explicar como acontecem estes” fenómenos.

Assim, após conhecer os resultados da pesquisa prática, opta-se por elaborar um Modelo que permite a visualização dos possíveis fluxos info-comunicacionais internos em contexto organizacional expandido pela inserção

---

<sup>108</sup> Questão 3 listada na Introdução deste trabalho.

<sup>109</sup> Questão 4 listada na Introdução deste trabalho.



das TDIC's. Entende-se, entretanto, que se trata de um Modelo parcial (SILVA, 2011) tendo em vista representar apenas os aspetos que envolvem a comunicação interna e o fluxo info-comunicacional entre os integrantes do público essencial de sustentação primário de organizações que usufruem das TDIC's internamente.

Contudo, torna-se inovador ao focar e ao demonstrar a relação existente entre os fluxos da comunicação interna e os fluxos da informação orgânica, bem como evidenciar a ligação de duas áreas que atuam nas organizações, a da Comunicação Organizacional/Relações Públicas e a da Gestão da Informação. Esta ligação é verificada uma vez que a proposta ora apresentada estabelece as interfaces existentes entre as categorias dos media utilizados e o fluxo da informação orgânica. Esta característica diferenciadora que este Modelo assume permite, conseqüentemente, incorporá-lo tanto no Modelo de Comunicação Digital Integrada, apresentado por Corrêa (2005, p. 102), como no Ciclo de Gestão da Informação, exposto por Pinto (2009, p. 35).

Salienta-se que apesar de esta investigação centrar-se na informação orgânica digital espontânea, o Modelo info-comunicacional, que está aqui a ser apresentado e defendido, indica também os fluxos info-comunicacionais orgânico e informal; a decisão de acrescentar estes dois últimos visa apresentar um Modelo mais completo. Com esta finalidade, uma vez que a pesquisa prática não possui questões específicas sobre estes fluxos, foram considerados como subsídios para este fim o levantamento do estado da arte apresentado no Capítulo Um desta tese, os conceitos estabelecidos no Capítulo Dois<sup>110</sup> e alguns indícios detetados nos resultados obtidos com a pesquisa prática.

Desta feita, é esperado que esta proposta de Modelo venha a servir de indicativo e de parâmetro aos responsáveis pelos planeamentos da Comunicação Organizacional/Relações Públicas e/ou da Gestão da Informação. Isto porque, ao estarem alertados da existência de fluxos info-comunicacionais espontâneos, que ocorrem através das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação, aqueles poderão atuar de maneira mais eficiente e eficaz minimizando-os, quando necessário, ou utilizando-os, quando possível, em prol dos objetivos

---

<sup>110</sup> A partir da Secção 2.2.

organizacionais. Da mesma forma poderão ser criadas ações administrativas, gerências e ou motivacionais que estabeleçam rotinas para que a informação orgânica digital espontânea seja incorporada aos fluxos formais, facilitando a ação dos indivíduos que atuam nos serviços de gestão da informação.

Destaca-se que para se chegar a esta proposta de Modelo foi considerado como ponto de partida as posições conceituais apresentadas e desenvolvidas no Capítulo Dois onde foram expostos os elementos espontâneos que compõem a comunicação da informação e cujas particularidades estabelecem as características que integram os três (3) tipos de informação que podem vir a circular internamente nas organizações, pelos integrantes do público essencial de sustentação primário: a **informação orgânica**, a **informação orgânica digital espontânea** e a **informação informal**.

#### **4.2.1. Identificando os tipos de informação trocados pelos participantes da pesquisa prática**

Após ser efetuada a análise das respostas obtidas na pesquisa prática e os respectivos cruzamentos com as premissas, as questões e os objetivos de pesquisa podem ser detetados quais os tipos de informação que são trocados/partilhados via TDIC's pelos colaboradores participantes e, conseqüentemente, se pode ser validada a tese aqui defendida da existência da informação orgânica digital espontânea. Pode também ser verificado, quando da análise e do cruzamento das respostas recebidas, que os grupos de respondentes possuem comportamentos distintos, em função das características da organização a qual pertencem. Com a finalidade de melhor especificar estas diferenças detetadas entre os três grupos, a seguir demonstra-se a relação entre as respostas auferidas e a identificação do tipo de informação trocada entre os respondentes via TDIC's, por organização. Inicia-se pela análise dos resultados oriundos da amostra do escritório de advocacia.

Contata-se, conforme demonstrado no início deste capítulo, que os respondentes que pertencem ao escritório de advocacia trocam, basicamente, informação orgânica através das TDIC's oferecidas pela organização. Esta

constatação é bem clara uma vez que no conjunto de respostas obtidas de este grupo não ocorre a indicação de trocas/partilhas de informação orgânica digital espontânea. Pode-se efetuar esta afirmativa em função de que os respondentes quase não indicam utilizar outros tipos de aplicações, serviços ou dispositivos digitais que não sejam os oferecidos pela organização para efetuar trocas/partilhas com colegas de trabalho. Destaca-se, também, que quando indagados sobre os temas das informações trocadas os respondentes do escritório de advocacia efetuaram insignificantes indicações de trocas/partilhas de informações relacionadas com temas informais via TDIC's.

Desta forma considera-se que os participantes do escritório de advocacia possuem uma postura de seguir as rotinas estabelecidas pela organização no que diz respeito ao fluxo da informação orgânica e utilizam somente os media formais, ou seja, os dispositivos, os serviços e as aplicações digitais oferecidas pela organização para efetuarem suas ações de comunicação com colegas de trabalho.

Já no que se refere à segunda organização, a empresa de desenvolvimento de *software*, as respostas obtidas através da aplicação da pesquisa prática demonstram que os colaboradores que participaram desta investigação possuem uma postura mais descontraída e de maior amplitude do uso das TDIC's, característica provavelmente relacionada com a faixa etária – maioria é nativo digital – e com a formação académica na área de tecnologias – maiores índices na área. Estes respondentes apesar de possuírem uma gama de opções e possibilidades de uso dos serviços e das aplicações digitais oferecidas pela organização utilizam-se de diversos outros serviços/aplicações digitais que não os que compõem o rol formal oferecido pela empresa. As respostas obtidas na pesquisa prática junto a estes participantes indicam uma tendência de efetuarem através das TDIC's tanto troca/partilha de informação orgânica digital espontânea, como também de informação orgânica e informação informal.

Por sua vez os participantes da terceira organização, a empresa pública de abastecimento, demonstram, através das suas respostas, uma situação *sui generis*. Ocorre que apesar de ser oferecida uma gama de opções em serviços e aplicações digitais vinculadas à Intranet da organização, estes

serviços/aplicações somente podem ser acedidas dentro do espaço físico da organização, ou seja, o contexto organizacional interno não é efetivamente expandido pelas TDIC's para além dos limites físicos da organização. Com esta restrição, estabelecida pela própria administração da organização, para fazerem uso de serviços e de aplicações digitais fora do ambiente físico da organização e efetuarem trocas/partilhas com seus colegas de trabalho, os colaboradores são induzidos a utilizar media alternativo – meios de comunicação distintos dos formais. Em função desta situação, gerada pelas restrições estabelecidas pela própria organização, estes respondentes demonstram efetuar trocas/partilhas de informação orgânica digital espontânea, além de também indicarem realizar trocas/partilhas de informações orgânicas formais e de informações informais.

Esta particularidade detetada na empresa pública de abastecimento permite concluir que a grande diferença entre as trocas/partilhas de informação efetuadas pelos respondentes da empresa pública de abastecimento e pelos da empresa de desenvolvimento de *software* é que na primeira a própria organização induz os colaboradores a efetuarem trocas/partilhas de informação orgânica digital espontânea ao não permitir o uso dos serviços e aplicações digitais fora do espaço físico da organização, enquanto na segunda estas trocas/partilhas são efetuadas por opção pessoal.

Levando em consideração estas três situações que surgem como resultado da aplicação da pesquisa prática, pode-se partir para a elaboração do Modelo info-comunicacional sob perspectiva da informação orgânica digital espontânea, um dos objetivos específicos<sup>111</sup> desta investigação.

#### **4.3.Construindo o Modelo**

Os autores Martins e Theóphilo (2007, p. 30) esclarecem que para se construir um Modelo “não há um padrão a ser seguido” contudo ressaltam que se necessita de “habilidades analíticas, minuciosas”, “pensamento convergente” e se deve entender o mesmo como um “trabalho engenhoso com categorias que

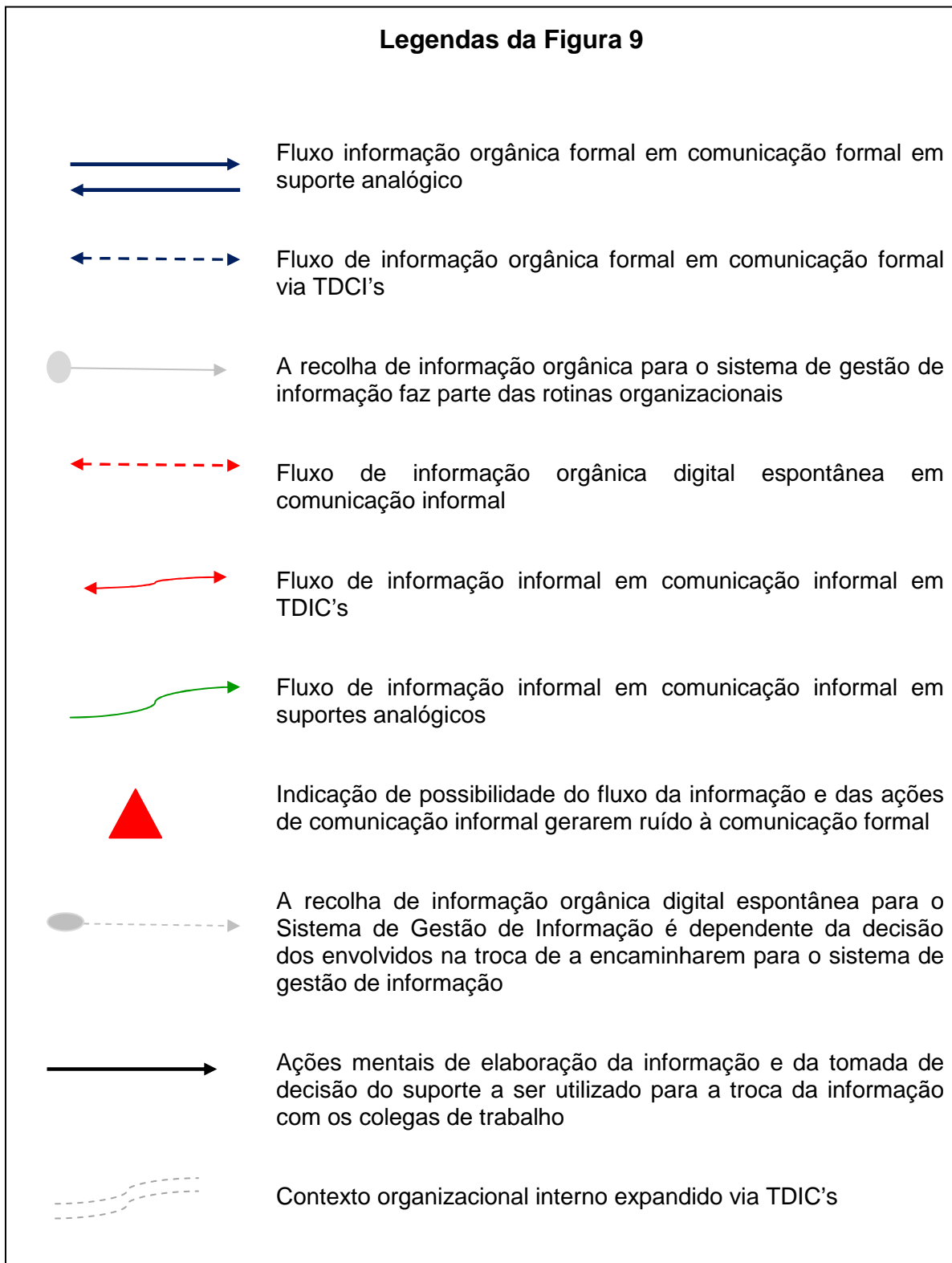
---

<sup>111</sup> Objetivo específico 6 listado na Introdução deste trabalho

auxiliam explicações, particularmente, análise-síntese e indução-dedução”. Com estes propósitos e cuidados foi elaborado o Modelo apresentado na página 223.

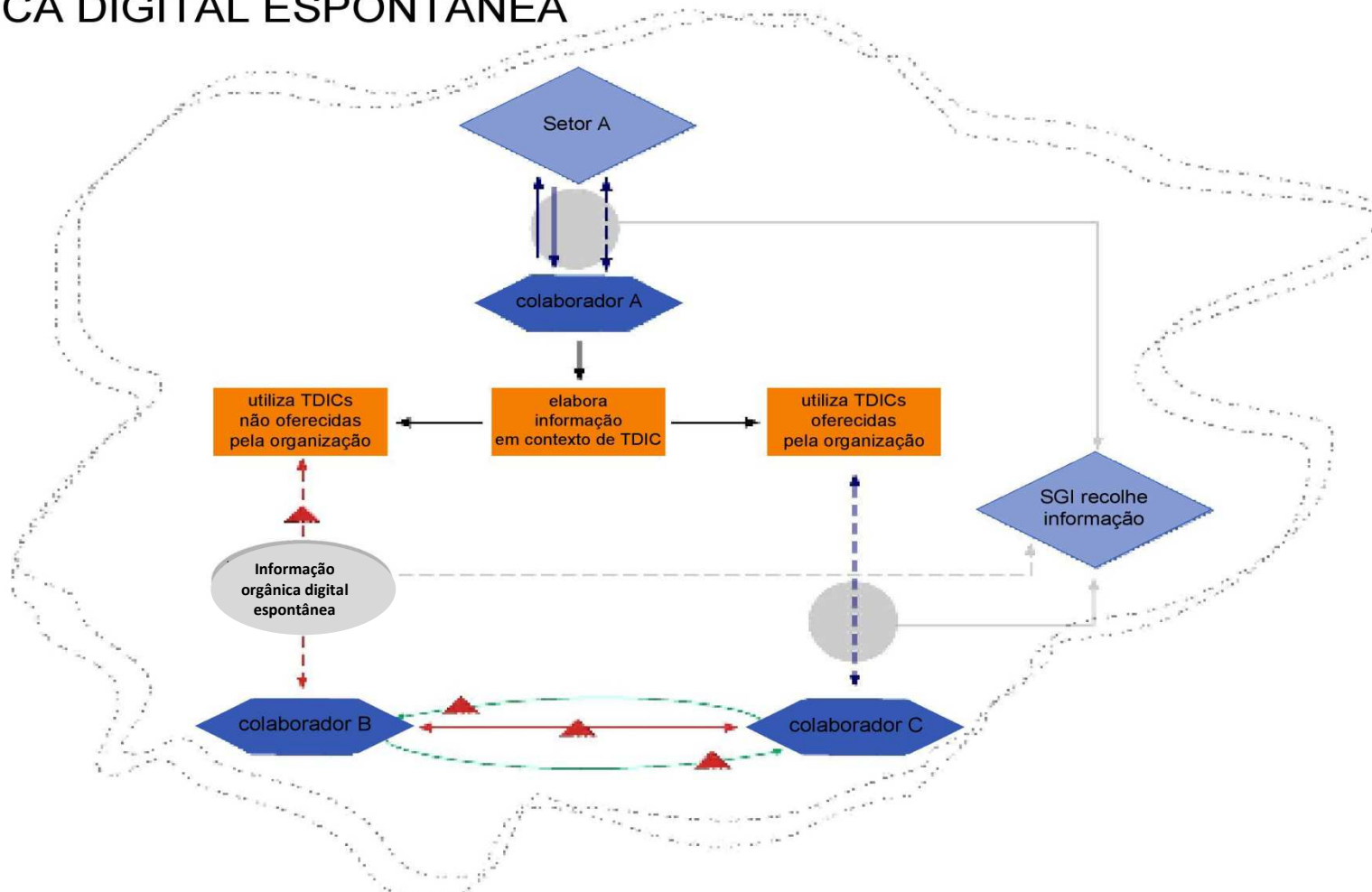
O Modelo apresentado tem como ponto de partida os componentes da **Figura 8**, que foi exposta no Capítulo Dois, e que contém a representação gráfica da Comunicação Interna Formal e Informal em contexto expandido pelas TDIC's. Salienta-se que assim como também compõem a figura anterior os fluxos da informação orgânica e da informação informal, este Modelo também as apresentará, levando em consideração as terminologias apresentadas e defendidas no Capítulo Dois. Todavia, uma vez que se encontra de posse das análises, confrontações e consequentes constatações detetadas com a aplicação da pesquisa prática, pode-se efetuar esta proposta de forma mais detalhada e comprovada pelos resultados da pesquisa. O Modelo – **Figura 9** – possui caráter de fluxograma, e enfoca os fluxos info-comunicacionais possíveis de ocorrer entre os integrantes do público essencial de sustentação primário.

Entretanto, enquanto a **Figura 8** representa a organização como um todo, o Modelo apresentado pela **Figura 9** representa os possíveis fluxos info-comunicacionais relacionados com um colaborador – Colaborador A – que se encontra inserido num contexto organizacional expandido. Assim o Modelo representa um contexto que faz uso das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação internamente e que por isso permite as possibilidades que se afiguram, em termos de comunicação interna, de fluxos de informação orgânica e de informação informal.



**Quadro 5** – Legendas relativas a Figura 9

## COMUNICAÇÃO INTERNA NA PERSPETIVA DA INFORMAÇÃO ORGÂNICA DIGITAL ESPONTÂNEA



**Figura 9** – Fluxograma da Comunicação Interna na perspectiva da informação orgânica digital espontânea

#### 4.4.Descrevendo e explicando o Modelo

Como pode ser verificado, para a elaboração do Modelo da página anterior foram utilizados os mesmos padrões de legendas já utilizadas nas figuras apresentadas no Capítulo Dois. A seguir identifica-se e efetua-se a explanação de cada um dos elementos que compõem a **Figura 9**.

Destaca-se que este Modelo representa apenas uma pequena fração dos componentes que integram uma organização, a saber: um setor, aqui denominado de Setor A, e três colaboradores – Colaborador A, Colaborador B e Colaborador C, todos situados num contexto organizacional interno, expandido pelo uso da TDIC's.

O **contexto** recebe a representação gráfica de duas linhas bem ténues, tracejadas e disformes que envolvem todo o Modelo, e que têm como objetivo demonstrar que hoje uma organização não se encontra fechada dentro de seu espaço físico, mesmo quando nos referimos a comunicação interna. Isto porque a inserção das TDIC's expandiu o limite das organizações sendo necessário apenas estar-se ligado a dispositivos, serviços ou aplicações digitais disponibilizadas, ou não, pela própria, como se procura demonstrar através desta investigação e se ilustra com este Modelo.

Salienta-se que a figura do Setor A – representando uma parte da **organização** – aparece como uma unidade separada dos colaboradores apenas para permitir a identificação dos fluxos info-comunicacionais que dele se originam e se direcionam ao **Colaborador A**, quando em termos práticos se entende que os três colaboradores (A, B e C) podem integrar o mesmo ou fazerem parte de outros setores.

Verifica-se que entre o **Setor A** e o **Colaborador A** existem três linhas azuis, duas com linhas contínuas e flechas em apenas uma direção e uma terceira com linha tracejada contendo flechas em ambas as direções. As duas primeiras com as **linhas contínuas e flecha em uma única direção** representam o fluxo de informação orgânica através da comunicação formal em media analógico. Devido ao caráter dos media analógicos, para ocorrer a comunicação



são utilizados fluxos diferenciados uma vez que, neste tipo de media, o emissor e o recetor não se encontram sincronizados. Normalmente neste tipo de comunicação os fluxos ocorrem em momentos diferenciados e às vezes através de media também diferenciado. Pode citar-se como exemplo deste tipo de fluxo a emissão por parte do supervisor do Setor A de uma ordem de execução de uma determinada tarefa por parte do Colaborador A, enquanto este, posteriormente, entregaria um relatório em resposta à referida ordem<sup>112</sup>.

A terceira indicação de fluxo, interligando o Setor A com o Colaborador A, é representada por **uma linha azul tracejada, com flechas em ambas as extremidades**, e representa o fluxo da informação orgânica formal através de TDIC's estabelecidas pela organização, ou seja, através de comunicação formal e por conseguinte media digital formal. As flechas em ambas as extremidades visam representar o diferencial que as TDIC's inseriram à comunicação, quer seja, a possibilidade de as trocas/partilhas de informações ocorrerem através da mesma media de forma síncrona, independente de distâncias físicas, no caso em representação de informações orgânicas. Exemplos deste tipo de troca ocorrem através dos serviços e aplicações digitais oferecidas pela organização através da Intranet e que foram descritas quando da caracterização das três organizações participantes da pesquisa prática<sup>113</sup>.

Note-se que sob as linhas que representam os fluxos de informação orgânica em comunicação formal, entre o Setor A e o Colaborador A, encontra-se um **círculo acinzentado interligado ao sistema de gestão da informação (SGI)**<sup>114</sup> por um traço contínuo, também acinzentado; este conjunto de círculo e traço representa a possibilidade de atuação do sector encarregado do sistema de gestão da informação. Isto porque, ao se efetuarem trocas/partilhas através de media formal ocorre, conseqüentemente, a possibilidade de reconhecimento, de captura e de recolha da informação orgânica registada em suportes formais, para

---

<sup>112</sup> Outros exemplos podem ser consultados na bibliografia apresentada no Capítulo Um, tais como DUTERME - A comunicação interna nas empresas: A abordagem de Palo Alto e a análise das organizações, KUNSCH - Planejamento de relações públicas na comunicação integrada ou SOUSA - Planificando a comunicação em Relações Públicas

<sup>113</sup> Os serviços e aplicações oferecidos pelas organizações encontram-se explicitados no tópico – Características das organizações participantes da pesquisa, página 142.

<sup>114</sup> A indicação desta denominação para o setor foi estabelecida levando em consideração o Modelo representado na Figura 4, não sendo esta denominação obrigatória, mas sim apenas para designar o tipo de atividade a ser exercida pelo setor aqui representado.

posterior avaliação da sua necessidade de armazenamento conforme estabelece o Modelo do Ciclo da Gestão da Informação, **Figura 4**.

Dando continuidade à explanação da **Figura 9**, verifica-se que, em outra direção, sai do Colaborador A uma **linha preta com uma flecha direcionada para um retângulo** localizado abaixo do Colaborador A e que representa a ação deste colaborador de elaborar uma informação orgânica. Como o mesmo se encontra inserido num contexto onde ocorrem as TDIC's, afiguram-se duas possibilidades, a saber: a primeira é a de utilizar os media formais estabelecidos pela organização, opção à direita, ou de optar pela segunda opção que consiste em, espontaneamente, utilizar outro media que julgue mais adequado à situação, a opção à sua esquerda.

No caso do Colaborador A optar pelo uso das TDIC's oferecidas pela organização, opção à direita de quem olha para o fluxograma, a troca efetuada será de **informação orgânica em comunicação formal**. Desta forma a troca efetuada entre o Colaborador A e o **Colaborador C** será de igual teor da já explicitada entre o Setor A e o Colaborador A, com o fluxo representado pela **linha tracejada de cor azul com flechas em ambas as pontas**. Sob esta linha de cor azul também é encontrado o **círculo acinzentado que possui linha de ligação contínua** no sentido do SGI, ou seja, este fluxo info-comunicacional que ocorre entre o Colaborador A e o Colaborador C, por se dar através de media estabelecidos pela organização, possibilita que as informações, independente da distância que os envolvidos na comunicação estejam da organização, sejam também registadas em suportes formais, permitindo o reconhecimento, a captura e as demais etapas que estabelece o Modelo do Ciclo de Gestão da Informação. Pode-se considerar, como exemplo destas trocas/partilhas, as respostas da Questão 10 (Página 171) onde os participantes da pesquisa prática indicam que utilizam a aplicação oferecida pela organização onde trabalham para efetuar as trocas/partilhas de mensagens instantâneas, de *e-mails* e de ficheiros e para a construção coletiva de documentos e de projetos com os colegas de trabalho.

Retornando ao Colaborador A explicamos agora a opção indicada à esquerda e que se caracteriza pelo colaborador A optar por utilizar outros media, que não os estabelecidos pela organização, para efetuar troca de informações

orgânicas. Após sua decisão o fluxo info-comunicacional que ocorre entre o **Colaborador A** e o **Colaborador B** encontra-se identificado por uma **linha vermelha tracejada e com flechas em ambas as direções**. Este fluxo representa uma comunicação informal através de TDIC's escolhida espontaneamente pelo Colaborador A, mas pela qual efetua uma troca/partilha de informação orgânica, com o Colaborador B, aspeto que agrega a esta informação os elementos elencados no Capítulo Dois caracterizando-a, então, como uma **informação orgânica digital espontânea**. As flechas em duas direções representam a possibilidade de comunicação síncrona permitida pelas TDIC's. Sobre esta linha vermelha tracejada estão colocadas duas figuras, a primeira delas, **oval de cor acinzentada**, visa representar a própria informação orgânica digital espontânea partilhada entre os colaboradores que efetua esta troca info-comunicacional. Esta figura oval encontra-se interligada por uma **linha tracejada também acinzentada** à outra figura que, por sua vez, possui formato de losango e é de cor azul com a nomenclatura "SGI recolhe informação". Esta ligação tracejada representa a possibilidade do serviço de gestão da informação de identificar, reconhecer e possivelmente capturar esta informação orgânica digital espontânea que se encontra registada em suportes informais. No entanto, destaca-se o termo possibilidade uma vez que estas ações por parte do SGI somente ocorrerão caso os colaboradores envolvidos na troca/partilha desta informação disponibilizem a mesma, isto porque estes fluxos ocorrem em serviços e aplicações digitais não tutelados pela organização, logo não acessíveis diretamente pelo SGI.

A segunda figura que se sobrepõe à linha vermelha tracejada é um pequeno **triângulo vermelho**, e corresponde à identificação de provável existência de ruído que pode vir a gerar obstáculo à comunicação formal, ponto que será retomado mais adiante neste tópico. Antes serão ainda esclarecidos outros aspetos que envolvem o fluxo info-comunicacional da informação orgânica digital espontânea. Isto porque ao efetuar-se a análise e o cruzamento das respostas obtidas nas Questões 10, 15, 16 e 17 da pesquisa prática, pode-se constatar que vários são os serviços e as aplicações digitais, não oferecidas pelas organizações, utilizadas pelos respondentes para efetuar as trocas/partilhas com seus colegas de trabalho. As respostas obtidas também indicam que os temas

preferenciais das informações trocadas/partilhadas pelos respondentes dizem respeito às informações orgânicas. Consta-se entretanto que o uso dos media, distintos dos oferecidos pela organização, não se dá de forma igualitária entre os integrantes das três organizações pesquisadas.

Verifica-se, pelas respostas obtidas, principalmente nas questões acima indicadas, que os integrantes da empresa de desenvolvimento de *software* possuem maior familiaridade com as TDIC's e como consequência servem-se de praticamente todos os tipos de serviços e aplicações digitais indicadas no instrumento de pesquisa para efetuar trocas/partilhas com seus colegas de trabalho. Esta escolha por outros media faz-se de forma totalmente espontânea, uma vez que os serviços e as aplicações digitais que são oferecidas pela organização não possuem nenhuma restrição de uso fora do ambiente físico da organização e oferecem uma grande gama de possibilidades de uso.

Por outro lado quando se analisa as respostas dos participantes da empresa pública de abastecimento verifica-se que os mesmos, apesar de terem indicado efetuar trocas/partilhas através de serviços e aplicações digitais não oferecidas pela organização, o fazem, muitas vezes, induzidos pela própria organização devido às restrições de utilização dos media por ela oferecidos fora do ambiente físico da organização. Logo, para atuarem num ambiente expandido pelas TDIC's estes colaboradores necessitam utilizar de media de comunicação informal. Desta forma este comportamento espontâneo de utilização de outros media dá-se, aparentemente, pela impossibilidade de utilizar os media oferecidos pela organização. Entende-se que apesar desta aparente indução cabe ainda ao colaborador a escolha espontânea de por qual media irá se ligar ao seu colega de trabalho e efetuar a troca/partilha de informação orgânica. Ressalta-se que o questionário elaborado para esta investigação não estabelece questões que possam elucidar de forma satisfatória esta escolha, apenas demonstram que ocorrem trocas, fora do horário de trabalho, em mobilidade e em locais públicos e conseqüentemente através de TDIC's não oferecidas pela organização, portanto, também incutindo à informação orgânica digital os elementos de espontaneidade já explicitados.

Pode ainda ser verificada a quase inexistência deste tipo de fluxo informacional nas respostas obtidas junto aos participantes do escritório de advocacia, o que demonstra que estes participantes da pesquisa praticamente não fazem uso de outros tipos de serviços e aplicações digitais para efetuar troca/partilha de informação orgânicas com seus colegas de organização, utilizando-se apenas dos media formais estabelecidos pela organização.

Reforça-se, portanto, que não existe um comportamento único em relação ao uso das TDIC's, por parte dos grupos participantes da pesquisa. Existe sim uma conduta semelhante entre os respondentes de cada grupo e esta é estabelecida em função das características das TDIC's oferecidas e do envolvimento dos colaboradores com as mesmas.

Retomando a explicação do Modelo nota-se que na parte inferior da **Figura 9** encontram-se o **Colaborador B** e o **Colaborador C** interligados por duas **linhas contínuas verdes** e uma **linha contínua vermelha**, e todas representam o fluxo de informações informais através da comunicação informal. A diferença existente entre as linhas verdes e a linha vermelha consiste no tipo de media utilizado. Enquanto as linhas verdes possuem flechas em apenas uma das extremidades e representam a comunicação informal através de media analógicas, a linha vermelha representa a comunicação informal efetuada através de TDIC's e por isso possui flechas nas duas extremidades uma vez que permite a comunicação síncrona. Destaca-se que nestes três fluxos apenas ocorrem trocas/partilhas de informações informais e os mesmos não são de interesse do SGI da organização, motivo pelo qual não possuem nenhum tipo de ligação com o mesmo. Entretanto estes tipos de fluxos info-comunicacionais informais, muitas vezes, podem acarretar ruídos à comunicação formal da organização, motivo pelo qual aparecem os **triângulos vermelhos** sobre os fluxos e neste sentido são de interesse dos planejadores da Comunicação Organizacional/Relações Públicas.

Esta possibilidade de existência de ruído à Comunicação Formal pode, como foi explicitado no Capítulo Um deste trabalho<sup>115</sup>, e muito bem destacado por Baldissera (2009), vir a causar alguns tipos de distorções, de resistências e por vezes de confusões de entendimento da informação orgânica. A mesma situação

---

<sup>115</sup> Página 60.

foi ressaltada no fluxo de Comunicação Informal por onde circula a informação orgânica digital espontânea, que por circular em fluxos não oficiais poderá, inclusive, em algumas circunstâncias, não ser suficientemente credível por parte dos colaboradores que a recebem.

Desta maneira o conhecimento deste Modelo e dos fluxos informacionais nele apresentados permite por parte dos planejadores da Comunicação Organizacional/Relações Públicas criar ações de conscientização de não uso de Comunicação Informal para troca de informação orgânica, eliminando a troca de informação orgânica digital espontânea, como poderia ser feito junto dos colaboradores da empresa de desenvolvimento de *software*. Outra possibilidade seria esses planejadores influenciarem a tomada de decisão de ações administrativas ou gerências, como poderia ser efetuado na empresa pública de abastecimento, no sentido de expandir a possibilidade de uso das TDIC's formais fora do ambiente físico da organização.

Acredita-se, portanto, que com a construção, a defesa e a divulgação deste Modelo está se contribuindo para que os envolvidos nas questões relacionadas com a comunicação e a informação das e nas organizações possam ter um novo subsídio teórico para a aplicação prática no desenvolvimento das suas atividades.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta investigação várias foram as incursões ao estado da arte das áreas de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, da Ciência da Informação e das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação. Cada nova leitura teve o intuito de aprofundar as bases teóricas e estabelecer uma contextualização que sustentasse as propostas e as posições defendidas pela investigadora. Paralelamente à investigação teórica foram exploradas as investigações e os estudos práticos que abordam as formas de utilização e os recursos proporcionados pelas TDIC, focando-se a análise nas trocas interpessoais efetuadas pelo público essencial de sustentação primário na comunicação organizacional interna.

Entre os trabalhos analisados destacaram-se os de autores como Kunsh (2003), Correa (2009), Simões (2006), Sousa (2004), Le Coadic (2004), Barreto (2008), Silva e Ribeiro (2009), Silva (2011) Pinto (2009), Choo (2006), Capurro e Hjordland (2007), Primo (2007), Recuero (2009), Terra (2011), White (2011), White, Van e Stafford (2010), Dabbish *et al.* (2005), Dimicco *et al.* (2008) e Mohamed *et al.* (2012). As atividades efetuadas pela investigadora foram complementadas pela elaboração, aplicação e análise de pesquisa prática exploratória aplicada junto dos colaboradores de três organizações, uma com sede em Portugal e duas com sedes no Brasil.

As informações recolhidas e analisadas ao longo dos últimos quatro anos permitiram a definição de uma linha orientadora da investigação, que foi sendo traçada, ajustada, direcionada e executada tendo como eixo o Método Quadripolar de pesquisa. Contudo, é imprescindível enfatizar que, para ocorrer a elaboração das primeiras indagações que protagonizaram o interesse por esta pesquisa – descritas no Capítulo Dois – e que estabeleceram as primeiras demandas junto ao estado da arte um longo caminho foi percorrido pela investigadora, pois uma tese não inicia com o projeto de pesquisa, ela é fruto de desta caminhada anterior, de observação, de investigação académica, de análise empírica da comunicação estruturada dentro das organizações e instituições.

É relevante recordar que o próprio questionamento de partida desta investigação resulta, como certamente na maioria dos casos, da vivência do investigador na sua área e da sua experiência com a evolução do seu campo de saber e conseqüente dos problemas, questionamentos, dificuldades, teorias e propostas inovadoras ou ultrapassadas. Perante a evolução da sua arte, o investigador ter-se-á seguramente confrontado em diversas ocasiões com lacunas ou problemas a que não pode dar resposta, quer pelos constrangimentos da profissão e do tempo útil, quer por não existirem ainda dados que lhe permitissem estabelecer as ligações. Assim, neste caso, outros tantos anos foram percorridos pela investigadora, e propiciaram a sedimentação do Pólo Epistemológico desta investigação tendo como conseqüência a exploração dos demais pólos até o alcançar dos resultados aqui expostos.

Contudo como seria de esperar em qualquer investigação na área das Ciências Sociais, o momento em que é atingido o final do percurso, em que se obtêm as respostas às indagações iniciais, a verificação das premissas de partida e o alcançar dos objetivos propostos, metamorfoseia-se instantaneamente num novo começo em que novas premissas emergem como fruto das novas possibilidades de questionamentos que se vislumbram no contributo que acabou de ser cimentado.

Eis pois porque não se acha adequado denominar esta fase de conclusão mas sim Considerações Finais. Do mesmo modo que a evolução do ser humano enquanto produto e produtor de cultura, comunicação e informação não se detém, da mesma forma o olhar da investigadora não pode deixar de acompanhar o permanente devir dos seus fenómenos ou resistir ao questionamento e ao potencial de aprofundamento de conhecimento que proporcionam.

Assim opta-se por dividir-se estas Considerações Finais em três secções, a saber: resultados obtidos, limites detetados e perspectivas futuras, sobre os quais se passará a discorrer.



## I.Resultados obtidos

Considera-se fundamental ressaltar que o primeiro resultado que esta investigação propiciou, ao ampliar o conhecimento da investigadora sobre as visões, a abrangência e os conceitos da Ciência da Informação, foi o de estabelecer condições para a defesa de **uma maior aproximação** desta área às áreas da Comunicação Organizacional/Relações Públicas uma vez que, ambas utilizam a informação como alicerce de suas atuações profissionais. Compreende-se que esta aproximação proporciona um incremento, quer das áreas teóricas, quer dos campos profissionais da Comunicação Organizacional/Relações Públicas, por entender-se que a utilização dos conceitos estabelecidos pela área da Ciência da Informação, mais especificamente pelos autores defensores do Paradigma Pós-custodial, permite uma visão unificadora e abrangente do que vem a ser a informação. Ao mesmo tempo, entende-se que essa aproximação e, se possível a atuação conjunta nas organizações de profissionais oriundos de ambas as áreas, possibilitará formas mais adequadas de identificação, de captura e de armazenamento de informações efetivamente relevantes aos setores/departamentos de Comunicação/Relações Públicas propiciando que o principal *input* da atuação destes profissionais – a informação – seja tratado de forma mais apropriada e com maior cientificidade.

Os demais resultados da investigação tiveram como ponto de partida as indagações oriundas ao longo da mesma revisão do estado da arte, das três áreas envolvidas nesta investigação, e que demonstrou que nem todos os tipos de informação que circulam internamente nas organizações encontravam-se devidamente identificados.

Assim, tendo como parâmetro o estado da arte das referidas áreas, foi constatado que a inserção das TDIC's incutiu modificações de comportamento info-comunicacional no público essencial de sustentação primário e, conseqüentemente, estabeleceu novas possibilidades de trocas/partilhas de informações, inclusivamente de informação orgânica. Contudo, na revisão da teoria, não foram encontrados, conceitos que caracterizassem todas as possibilidades de fluxos existentes na comunicação interna, ou que sequer

classificassem os tipos de informações compartilhadas entre os colaboradores através desses fluxos info-comunicacionais. Com base nesta análise e nesta avaliação, foram traçadas as premissas, as questões e os objetivos de pesquisa que, à medida que foram sendo atingidos e validados, propiciaram o estabelecimento e a concretização dos demais resultados desta investigação.

O primeiro resultado estabelecido é a proposta de **classificação dos tipos de informação** que circulam através dos fluxos info-comunicacionais internos estabelecidos pela organização – fluxos formais – e os que circulam em fluxos info-comunicacionais escolhidos pelo público essencial de sustentação primário para efetuar trocas/partilhas com os seus colegas de trabalho – fluxos formais e informais. A classificação dos tipos de informação foi determinada levando em consideração os temas que a compõem a informação e as características dos fluxos pelos quais circula. Foram definidos três tipos: informação orgânica, informação orgânica digital espontânea e informação informal<sup>116</sup>:

Após a categorização dos tipos de informação, através de pesquisa prática de caráter exploratório, obteve-se o seguinte resultado, que, consiste na **comprovação da efetiva existência dos três tipos de informação acima indicados**. A pesquisa prática exploratória também propiciou detetar quais as características do uso das TDIC's na trocas/partilhas de informação entre colegas de trabalho das três organizações sobre as quais esta recaiu, permitindo concluir que **não existe um único comportamento no uso das TDIC's** por parte do público essencial de sustentação primário. As trocas/partilhas de informação ocorrem de formas diferenciadas, dependendo das características das organizações em relação às TDIC's proporcionadas internamente, das suas políticas de uso destas TDIC's e do nível e proficiência de literacia tecnológica dos seus colaboradores.

A partir dos resultados obtidos na fase acima descrita foi elaborado o modelo de **fluxograma da Comunicação Interna na perspetiva da informação orgânica digital espontânea**<sup>117</sup>. Considera-se este como o **principal resultado**

---

<sup>116</sup> Caracterização de cada um destes tipos de informação encontra-se no Capítulo Dois Secção 2.2.1.

<sup>117</sup> Apresentado na página 221

desta investigação, uma vez que o modelo em questão representa graficamente todos os demais resultados obtidos.

Acredita-se que, estando na posse deste modelo, os profissionais dos campos envolvidos nesta investigação – Comunicação Organizacional/Relações Públicas, Ciência da Informação e TDIC's interpessoais – poderão passar a ter uma visão mais abrangente da realidade info-comunicacional existente internamente na sua organização, em particular, e num contexto organizacional, no geral, possibilitando assim o planejamento de ações e de estratégias que considerem todos os fluxos representados no modelo para a otimização dos mesmos.

A compreensão do modelo poderá permitir que os profissionais de Comunicação Organizacional/Relações Públicas, Ciência da Informação e TDIC's interpessoais possam usar a energia despendida na veiculação e partilha de informação pelos colaboradores da organização em prol da otimização da prestação da organização e dos seus colaboradores. Se aceitar-se que toda a ação implica energia e que esta não pode nem deve ser desperdiçada, a energia deverá justamente ser convertida em algo útil para a organização. Sem perda, apenas transformação.

## **II. Limites detetados**

Esta investigação, ao longo da sua execução, encontrou como principal limite a **aplicação nas organizações da pesquisa prática exploratória**, uma vez que, apesar das dezenas de contatos efetuados, tanto em Portugal como no Brasil, apenas três organizações aceitaram participar na investigação e, mesmo assim, limitando o grupo dos colaboradores que receberiam o instrumento de pesquisa. Esta dificuldade não permitiu uma maior cientificidade estatística dos resultados obtidos, propiciando apenas a identificação de tendências de comportamento entre os respondentes das organizações participantes. Destaca-se no entanto que as amostras demonstraram coerência de comportamento entre os componentes oriundos de cada grupo de cada organização pesquisada.

Da mesma forma, o baixo número de organizações participantes **não permitiu detetar diferenças culturais** a nível de representação por país, uma vez que a proposta inicial da investigação era aplicar o instrumento de pesquisa em três organizações de Portugal e três organizações do Brasil - estas amostras não foram alcançadas, pelos motivos já informados anteriormente.

Verificou-se ainda quando da análise dos resultados obtidos que apesar da execução de testes preliminares poderá ter ocorrido, por parte dos respondentes, algumas **dificuldades de entendimento** do que efetivamente algumas questões **do instrumento de pesquisa** indagavam, demonstrando assim determinados limites do mesmo.

Outra limitação desta investigação diz respeito a dimensão alcançada pelas respostas ao **instrumento de pesquisa**. Quando efetuada a análise e posterior cruzamento das questões do instrumento com as premissas, com as questões e com os objetivos de pesquisa foi constatado que, apesar dos resultados obtidos lhes darem resposta, alguns dos aspetos relacionados com o uso de determinados dispositivos, serviços e aplicações ficaram em aberto. Um exemplo desta limitação foi a falta de uma questão que indagasse o porquê de serem utilizados diferentes dispositivos, serviços e/ou aplicações em determinadas situações. Contudo, entende-se que as carências no instrumento de pesquisa não prejudicaram as conclusões derivadas da análise e do cruzamento das respostas recebidas e dos resultados que reverteram na construção do modelo da comunicação interna na perspetiva da informação orgânica digital espontânea. Acresce que esta constatação das limitações e constrangimentos verificados poderão dar origem a novas e posteriores investigações.

### **III. Perspetivas futuras**

Considera-se que esta investigação abre um vasto campo de possibilidades de novos estudos e pesquisas, para qualquer uma das três áreas envolvidas. Investigações que podem focar desde o tema **mais amplo** – à defesa de uma maior aproximação das áreas Comunicação Organizacional/Relações

Públicas à área da Ciência da Informação e dos profissionais destes campos – até estudos específicos – sobre o comportamento de outros segmentos de públicos essenciais. Outros exemplos destas possibilidades podem ter como ponto de partida algumas indagações que não foram tratadas nesta investigação mas que surgiram ao longo da mesma e que demonstram que este estudo é apenas o início de um grande tema a ser ainda explorado.

A seguir lista-se alguns destes questionamentos que poderão em termos isolados, dependendo da organização estudada, ou em conjunto estabelecer novas investigações:

- Quais as razões efetivas dos colaboradores para optarem por outros media e não utilizarem apenas os serviços/aplicações formais disponibilizadas pela organização?
- Os colaboradores não estão familiarizados com os serviços/aplicações formais?
- Não ocorreram campanhas de motivação para o uso dos serviços/aplicações formais?
- Os serviços e as aplicações disponibilizadas pela organização pecam por defeito em comparação com os media informais?
- Após as trocas/partilhas de informações orgânicas digitais espontâneas como decorre a migração desta informação para os sistemas formais?
- Quem se encarrega desta migração – captura e recolha?

Esta breve lista de questões demonstra que abundam ainda as possibilidades de investigações subsequentes. Encoraja-se assim o interesse de outros investigadores para a prossecução de outros trabalhos que possam dar continuação aos resultados desta investigação e do tema aqui trabalhado, aprofundando esta matéria e construindo as fundações para mais uma plataforma que sustente a geração seguinte.

Em relação as limitações enfrentadas quando da busca de organizações para participarem na investigação, considera-se que não obstante outros estudos

poderão vir a ser executados, quer seja em contexto académicos, ou mesmo em contexto de mercado, por profissionais que estejam atuando em setores/departamentos de Comunicação Organizacional/Relações Públicas ou vinculados a Serviços/Setores de Gestão da Informação.

Agora sim, em jeito de conclusão, entende a investigadora que não só a demonstração da existência da informação orgânica digital espontânea irá certamente abrir as portas dos setores organizacionais público e privado a futuros investigadores vocacionados para este tema, como, paralelamente, o modelo encontrado para conceptualização e tradução da comunicação interna na perspetiva da informação orgânica digital espontânea, ao tornar-se, com a defesa deste trabalho, de conhecimento público e aberto a colegas e potenciais interessados na sua análise e crítica, poderá captar a atenção dos profissionais dos setores para que apostem na autorreflexão sobre estes fenómenos, quiçá em cooperação com a academia, e para que as transformações organizacionais que daí decorram se traduzam numa mais-valia para as organizações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBARELLO, LUC - Recolha e tratamentos quantitativos dos dados de inquéritos. In: Práticas e métodos de investigação em Ciências Sociais . ISBN Lisboa: Gradiva 1997. ISBN 972-662-554-8., p. 48-83.

AMARAL, A.; RECUERO, R. C.; MONTARDO, S. - Blogs: mapeando um objeto In: Blogs.com - Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. ISBN 978-85-62080-02-9,

ANDERSON, C. - A cauda longa do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier Brazil, 2006.

ANDRADE, C. T. S. - Psicosociologia das relações públicas. 2a. ed. São Paulo: Loyola, 1989.

APDSI, ASSOCIAÇÃO PARA A PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO -- Glossário da Informação versão 2012 online: Glossário. Lisboa: APDSI, 2012. Disponível em WWW:<URL:<http://www.apdsi.pt/index.php/portugues/menu-secundario/publicacoes/glossario>>.

BALDISSERA, R. - Por uma compreensão da comunicação social. In: SCROFERNEKER, C. M. A. O. - O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade. . Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. ISBN 978-85-7430-829-6, p. 31-50.

BALDISSERA, R.- Reflexões sobre comunicação e relações públicas: tensões , encontros e distanciamentos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Curitiba, 2009. [Consult. 16 de setembro de 2009]. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em WWW:<URL:<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/index.htm>>.

BARBOSA, E.; GRANADO, A. - Weblogs - diário de bordo Coleção Comunicação Porto: Porto editora, 2004.

BARQUERO, J. D.; SENAC, R.P.; BARQUERO, M. - Dirección estratégica de relaciones públicas - Cómo utilizar la información en la empresa. Barcelona, 2010. ISBN 9788492956036.

BARRETO, ALDO DE ALBUQUERQUE - Uma quase história da ciência da informação. DataGramZero–Revista de Ciência da Informação. Vol. 9, n.º 2 (2008).

BARRETO, ALDO DE ALBUQUERQUE - Uma história da ciência da informação. In: TOUTAIN, L. M. O. - Para entender a ciência da informação. Salvador: EDUFBA, 2007. ISBN 978-85-2320477-8, p. 13-34.

BEKIN, S.F. - Conversando sobre endomarketing. Makron Books, 1995. ISBN 8534603405.

BELTRAND, M. V. DE ; GOMES, V. M. L. R. - Comunicação interna e sustentabilidade das organizações In: KUNSCH, M. M. K. ; OLIVEIRA, I. D. L. - A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. ISBN 978-85-7808-0555-6, p. 133-145.

BOASE, J.; WELLMAN, B. - Personal relationships: On and off the Internet. The Cambridge Handbook of Personal Relationships. (2006), p. 709–726.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. - Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 13, n.º 1 (2008), p. 210-230.

CAHEN, R. - Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial. 3 ed. São Paulo Best Seller, 1990.

CANÁRIO, S. N. - Implementação de um sistema de classificação de informação. Paginas a & b. ISSN 0873-5670-0205. Vol. Série 2 . 5 (2010), p. 111-130.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O. - Conceito de informação. Perspectivas em Ciência da Informação. ISSN 1981-5344. Vol. 12, n.º 1 (2007), p. 148-207.

CARDOSO, CLAUDIO GUIMARÃES - Novas formas de comunicação organizacional na sociedade da informação In: KUNSCH, M. M. K. - Comunicação Organizacional - Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009. ISBN 978-85-02-08313-4, p. 355-366.

CARVALHO, ELIZABETH LEÃO DE ; LONGO, ROSE MARY JULIANO - Informação orgânica: recurso estratégico para tomada de decisão pelos membros do conselho de administração da UEL: Informação & Informação. 2002. [Consult. 15.01.2010]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/1703/1454>>. ISBN/ISSN 1981-8920 (versão online).

CARVALHO, K. DE - Disseminação da informação e informação de inteligência organizacional. DataGramZero - Revista de Ciência da Informação. Vol. 2, n.º 3 (2001), p. 12.



CASALI, A. M. - Comunicação Organizacional : uma introdução à perspectiva da "Escola de Montreal". Estudos de Jornalismo e relações públicas. ISSN 1679-1371. Vol. Ano 3, n.º 6 (2005), p. 28-40.

CASALI, A. M.; TAYLOR, J. R.- Comunicação organizacional: uma ciência híbrida [Entrevista: James Taylor]: Estudos de Jornalismo e relações públicas. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005. ISBN/ISSN 1679-1371.

CASALI, A.M.- Análise dos objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11- Edição especial. São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009. ISBN/ISSN 1807-1236.

CASTELLS, M. - A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2004.

CASTRO, C. - Uso de plataformas tecnológicas para inclusão digital—o caso da TV digital e da produção de conteúdos. Inclusão Social [em linha]. Vol. 3, n.º 1 (2008), p. 70-74. [Consult. 03/05/2010]. Disponível na internet:<URL:<http://revista.ibict.br/inclusao/index.php/inclusao/article/viewFile/117/121>>.

CESCA, C. G. G. - Nova classificação de públicos para relações públicas. Comunicarte. Vol. 20, n.º 26 (2003), p. 33-38

CHOO, C. W. [et al.] - Working with information: information management and culture in a professional services organization. Journal of Information Science. Vol. 32, n.º 6 (2006), p. 491.

CHOO, CHUN WEI - Gestão de Informação para a Organização Inteligente. A arte de explorar o meio ambiente. 2003.

CORNELSEN, J.M. - Gestão da informação como recurso estratégico nas empresas Páginas A & B. ISSN 0873-5670. Vol. 18 (2006), p. 135-171.

CORRÊA, E. S - Comunicação digital e novas mídias institucionais. In: KUNSCH, M. M. K. - Comunicação Organizacional - Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009a. ISBN 978-85-02-08313-4,

CORRÊA, E. S- A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11- Edição especial São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009b. ISBN/ISSN 1807-1236.

CORRÊA, E. S- Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e

Relações Públicas, Nº 3 - 2º semestre de 2005. São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2005. ISBN/ISSN 1807-1236.

CUTLIP, S. M.; CENTER, A. H. - Effective public relations. 4ª ed. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1971. ISBN 13-245027-5.

D'ALMEIDA, N.- As organizações entre relatos e mídias: IV ABRAPCORP Comunicação pública: Interesses públicos e privados. Porto Alegre/BR, 2010.

DABBISH, L. A. [et al.]- Understanding email use: predicting action on a message: SIGCHI conference on Human factors in computing systems. Portland, Oregon, USA: ACM New York, NY, USA, 2005. [Consult. 15 de janeiro de 2010]. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1055068>>.

DAVENPORT, THOMAS H. - Ecologia da Informação : por que só tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 4 ed. São Paulo: Futura, 2002.

DE ARAÚJO SILVEIRA, M. A.; BAZZI, R. E. R. - A ciência da informação no Brasil e sua frente de pesquisa: estudo cienciométrico sob a ótica da institucionalização da pesquisa científica (1995-2005). Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação. ISSN 15182924. Vol. 13, n.º 26 (2008).

DE BRUYNE, P.; HERMAN, J.; DE SCHOUTHEETE, M. - Dynamique de la recherche en sciences sociales: les pôles de la pratique méthodologique. Links. Paris: Presses Universitaires de France, 1974.

DE MORAES, G.T.B.; PILATTI, L.A.; SCANDELARI, L.- Comportamento patológico provocado pelo uso indevido de Internet: uma leitura do ambiente produtivo e social: XXV Encontro Nac. de Eng. de Produção Porto Alegre, RS, Brasil, 2005. [Consult. 04/06/2012]. Disponível em WWW:<URL:[http://www.ppgep.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS2005/E-book%202006\\_artigo%2016.pdf](http://www.ppgep.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS2005/E-book%202006_artigo%2016.pdf)>.

DeltCi: - Dicionário Eletrônico de Terminologia em Ciência da Informação Vitoria DCI - Departamento de Ciência da Informação, UFES Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil, 2008. Disponível em WWW:<URL:<http://www.ccje.ufes.br/arquivologia/deltci>>.

DIMICCO, J. [et al.]- Motivations for social networking at work: ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work. ACM New York, NY, USA, 2008. [Consult. 28 de janeiro de 2009]. Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/toc.cfm?id=1460563>>.

DUTERME, C. - A comunicação interna nas empresas: A abordagem de Palo Alto e a análise das organizações. Lisboa: Instituto Piaget, 2008. ISBN 978.972-771-934-1.

EAN, L.C. - Face-to-face Versus Computer-mediated Communication: Exploring Employees' Preference of Effective Employee Communication Channel. (2010).

EFIMOVA, L.; GRUDIN, J.- Crossing boundaries: A case study of employee blogging. 2007. [Consult. 15 de janeiro de 2010]. System Sciences, 2007. HICSS 2007. 40th Annual Hawaii International Conference on. Disponível em WWW:<URL:<https://doc.telin.nl/dsweb/Get/Document-65836/>>.

EPSTEIN, I. - Teoria da informação: Princípios. São Paulo: Editora Atica, 1986. ISBN 8508006918.

FERREIRA, J.M.C.; NEVES, J.G. DAS; ABREU, P.M.C.N. DE - Psicossociologia das organizações Lisboa: McGraw-Hill, 1996. ISBN 972-8298-29-3.

FRANÇA, F. - Conceituação lógica de públicos em relações públicas. Estudos de Jornalismo e relações públicas. ISSN 1679-1371. Vol. 1, n.º 1 (2003), p. 17-31.

FRANÇA, F. - A releitura dos conceitos de público pela conceituação lógica. In: KUNSCH, M. M. K. O. - Relações Públicas - História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: SARAIVA, 2009. ISBN 978-85-02-08184-0, p. 209- 239.

FRANÇA, F.; FERRARI, M. A.; DEETZ, S. - Comunicação deve explicar organizações (Entrevista: Stanley Deetz): Estudos de Jornalismo e relações públicas. 2008.

FRIEDL, J.; VERČIČ, A.T. - Media preferences of digital natives' internal communication: A pilot study. Public Relations Review. ISSN 0363-8111. Vol. 37, n.º 1 (2011), p. 84-86.

GARCIA, HAMÍLCAR DE; CALDAS AULETE, FRANCISCO J. ; VALENTE, ANTONIO LOPES DOS SANTOS:- iDicionário Aulete. Lexikon Editora Digital Ltda., s/d. Disponível em WWW:<URL:[http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete\\_digital&op=loadVerbetes&pesquisa=1&palavra=espont%E2neo#ixzz25pohHEtL](http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete_digital&op=loadVerbetes&pesquisa=1&palavra=espont%E2neo#ixzz25pohHEtL)>.

GARRETT, R. K.; DANZIGER, J. N. - IM= Interruption management? Instant messaging and disruption in the workplace. Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 13, n.º 1 (2008), p. 23-42.

GNISCI, A. [et al.] - Construct validation of the Use, Abuse and Dependence on the Internet inventory. Computers in Human Behavior. ISSN 0747-5632. Vol. 27, n.º 1 (2011), p. 240-247.

GONÇALVES, MARCIO I.; FREIRE, I. - Processo de comunicação da informação em empresas de uma incubadora tecnológica. Ci. Inf. Vol. 36, n.º 2 (2007).

GURAK, L. J. [et al.] - Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online edited collection of scholarly articles. (2004).

HADDON, L. - Information and communication technologies in everyday life: A concise introduction and research guide. Oxford: Berg Publishers, 2004. ISBN 1 85973 793 5 (hardback); 1 85973 798 6 (paperback).

HAIG, M. - E-pr: The Essential Guide to Public Relations on the Internet. Kogan Page, 2000.

HEATH, R. L. [et al.] - The processes of dialogue: Participation and legitimation. Management Communication Quarterly. Vol. 19, n.º 3 (2006), p. 341.

HENRIKSSON, J.; MIKKONEN, T.; VADÉN, T.- Experiences of Wiki use in Finnish companies: Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era ACM New York, NY, USA, 2008. [Consult. 18 de maio de 2009]. Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1457199.1457232>>.

HERBSLEB, J. D. [et al.] - Introducing instant messaging and chat in the workplace. ACM, 2002. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=503408>>.

HUH, J. [et al.] - BlogCentral: the role of internal blogs at work: Computer/Human Interaction 2007 Conference. San Jose, : ACM, 2007. [Consult. 15-01-2010]. CHI'07 extended abstracts on Human factors in computing systems. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1241022>>.

Infopédia - Enciclopedia e Dicionários: Dicionário da Língua Portuguesa. Porto, Portugal: Porto, 2011. Disponível em WWW:<URL:<http://www.infopedia.pt/>>.

JIN, L.; ROBEY, D. - Bridging social and technical interfaces in organizations: An interpretive analysis of time-space distancing. Information and Organization. Vol. 18 (2008), p. 177–204.

KRISHNAMURTHY, B.; GILL, P.; ARLITT, M.- A few chirps about twitter: SIGCOMM - professional forum for discussing communications and computer network. Seattle: ACM, 2008. Proceedings of the first workshop on Online social networks. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1397741>>. ISBN/ISSN 978-1-60558-182-8.

KUNSCH, M. M. K. - Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. - Comunicação Organizacional -

Histórico, fundamentos e processos São Paulo: Saraiva, 2009a. ISBN 978-85-02-08313-4 (v.1). p. 63-89.

KUNSCH, M. M. K. - Planejamento de relações públicas na comunicação integrada: Novas buscas em comunicação. 4ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus editorial, 2003. ISBN 85-323-0263-7.

KUNSCH, M. M. K. (ORGANIZADORA) - Comunicação Organizacional - Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009b. ISBN 978-85-02-08313-4 (v.1).

KUNSCH, M. M. K. (ORGANIZADORA) - Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações. São Paulo Editora Saraiva, 2009c. ISBN 978-85-02-08184-0.

KUNSCH, M.M.K.- Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11 - Edição especial São Paulo Gestcorp-ECA-USP, 2009d. ISBN/ISSN 1807-1236.

LE COADIC, Y. F. - A ciência da informação. Briquet de Lemos, 2004. ISBN 8585637080.

LEMOS, A. - Prefácio. In: AMARAL, A.; RECUERO, R. ; MONTARDO, S. - Blogs.com - Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. ISBN 978-85-62080-02-9,

LESCA, H.; ALMEIDA, F. C. - Administração estratégica da informação. Revista de Administração. Vol. 29, n.º 3 (1994), p. 66-75.

LESSARD-HÉBERT, M.; GOYETTE, G.; BOUTIN, G. - Investigação qualitativa: fundamentos e práticas: Epistemologia e Sociedade. 3ª. Lisboa: Instituto Piaget, 2008. ISBN 978-972-771-986-0.

LÉVY, PIERRE - Filosofia world : o mercado, o ciberespaço, a consciência. Lisboa: Instituto Piaget, 2001. ISBN 972-771-407-2.

LIEDKE, E. D.- As tecnologias de informação e comunicação e o público essencial – tendências detectadas Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp, 4,. Porto Alegre, RS: Abrapcorp, 2010. Disponível em WWW:<URL:<http://www.abrapcorp.org.br/anais2010> >.

LIEDKE, E. D.- Comunicação organizacional digital interna: potencialidades e possibilidades num ambiente de Web 2.0: VIII LUSOCOM - GT Comunicação nas Organizações. Lisboa, 2009.

LIEDKE, E. D.; GOSTINSKI, C.- Os paradoxos sobre a WEB 2.0 e suas potencialidades na comunicação organizacional digital: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Natal 2008.

LORDAN, E. J. - Cyberspin: The use of new technologies in public relations. In: HEATH, R. - Handbook of Public Relations London: Sage Publications, 2001.

MARÍN, A. L.; GALERA, C. G.; ROMÁN, J. A. R. S. - Sociología de la comunicación. Madrid Trotta, 1999. ISBN 84-8164-301-7.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. - Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas: São Paulo: Atlas. 2007.

MATTOS, M. A. - Interfaces do saber comunicacional e da comunicação organizacional com outras áreas de conhecimento. In: OLIVEIRA, I. D. L. ; SOARES, A. T. N. - Interfaces e tendências da comunicação: no contexto das organizações. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. ISBN 978-85-7808-030-3, p. 17-37.

MATTOS, S. - A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos Golfinho. Porto Alegre Comunicação Integrada Editores, 1995.

MAZZEI, A. - Promoting active communication behaviours through internal communication. Corporate Communications: An International Journal. ISSN 1356-3289. Vol. 15, n.º 3 (2010), p. 221-234.

MOECKEL, A. - CSCW: conceitos e aplicações para cooperação. Curitiba: Cefet-Pr. (2003).

MOHAMED, C. [et al.] - Brainstorming+: Towards a tool for decision-making In the Web 2.0. IJCSI International Journal of Computer Science Issues. Vol. 9, n.º 2 (2012).

MOURA, C. P.; SCROFERNEKER, C. M. A. - Novas perspectivas para as relações públicas no espaço virtual. In: MOREIRA, E. H. P., M.E.D. - Perspectivas em relações públicas Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008. ISBN 978-85-7578-221-7, p. 132-157.

NOOR, A. K. - Potential of virtual worlds for remote space exploration. Advances in Engineering Software. ISSN 0965-9978. Vol. 41, n.º 4 (2010), p. 666-673.

NÖTH, W. - Comunicação: os paradigmas da simetria, antissimetria e assimetria. MATRIZES. ISSN 1982-8160. Vol. 5, n.º 1 (2011).

O'REILLY, T. - What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software [em linha]. O'Reilly, 2005. [Consult. 27/05/2008]. Disponível na internet:<URL:What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software>.

OLIVEIRA, I. D. L.; PAULA, C. F. C. DE - Comunicação no contexto das organizações: produtora ou coordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, I. D. L. S., A. T. N. - Interfaces e tendências da comunicação: no contexto das organizações. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. ISBN 978-85-7808-030-3, p. 91-108.

OLIVEIRA, I. D. L.; PAULA, M. A. DE - O que é comunicação estratégica nas organizações?: Questões fundamentais de comunicação. São Paulo: Paulus, 2007. ISBN 978-85-349-2699-6.

OLIVEIRA, I.D.L.- Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11- Edição especial. . São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009. ISBN/ISSN 1807-1236.

ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. . Nº 10/11- Edição especial. São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009. ISBN/ISSN 1807-1236.

PENTEADO, J. R. W. - Relações públicas nas empresas modernas. São Paulo Pioneira, 1978.

PEREIRA, S.- Como as empresas portuguesas incorporam as TIC nas RP: Comunicação e Cidadania - 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) Actas do 5º Congresso da SOPCOM, 2008. Disponível em WWW:<URL:<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/32/33>>. ISBN/ISSN 978-989-95500-1-8

PEREIRA, S. - Inferências acerca de uma eventual relação entre relações públicas e tecnologias de informação e comunicação. IET Working Papers Series. ISSN 1646-8929. Vol. WPS07/2009 (2009).

PHILLIPS, D.; YOUNG, P. - Online public relations - a practical guide to developing an online strategy in the world of social media PR in Practice Series. 2nd ed. London: Kogan Page Ltd, 2010. ISBN 978-07494-4968-1.

PIMENTA, RODRIGO DUGUAY DA HORA ; PATRIOTA, KARLA REGINA MACENA PEREIRA - Twitter: microblog, publicidade e resultado: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009.

PINTO, M. A. - PRESERVMAP Um roteiro da preservação na era digital Porto, 2009. ISBN 978-972-36-1070-3.

PINTO, M.M.G.A. - Uma era, uma visão, um paradigma: da teoria à prática. Revista da Faculdade de Letras: Ciências e Técnicas do Património, 4, 2005, p. 101-123. ISSN 1645-4936. Vol. IV (2005), p. 101-123.

PRENSKY, M. - Digital natives, digital immigrants Part 1. On the horizon. ISSN 1074-8121. Vol. 9, n.º 5 (2001), p. 1-6.

PRIMO, A. - Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. [em linha]. (2003). [Consult. Disponível na

PRIMO, A. - Interação mediada por computador. Porto Alegre: Sulina, 2007. ISBN 978-85-0465-9.

PRIMO, A.; RECUERO, R. C. - A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com links multidirecionais. Líbero. Vol. 9, n.º 17 (2009), p. 83.

PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. - Comunidades de blogs e espaços conversacionais. Prisma.com. Vol. 3 (2006), p. 230-272.

RASCÃO, JOSÉ - Novos Desafios da Gestão da Informação Lisboa: Edições Sílabo, 2008. ISBN 978-972-618-513-0.

RECUERO, R. C. - Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. ISBN 978-85-205-0525-0.

REDDING, W. C.; TOMPKINS, P. - Organization communication: past and present tense. In: GOLDHABER, G. M. ; BARNETT, G. A. - Handbook of organizational communication. Norwood (NJ): Ablex, 1995. ISBN 0-89391-446-0, p. 5-33.

REGO, A. - Comunicação pessoal e organizacional : teoria e prática. . Lisboa: Edições Sílabo, 2007. ISBN 978-972-618-467-6

REIS, M. C.; MUMBY, D.K.- A Comunicação Organizacional em uma perspectiva crítica (entrevista Dennis K. Mumby): ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11 - Edição Especial São Paulo Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009. ISBN/ISSN 1807-1236.

REIS, M.C. - The social, political, and economic context in the development of organizational communication in Brazil. Management Communication Quarterly. ISSN 0893-3189. (2009).



RESEARCH, EDISON; INC., ARBITRON- The Infinite Dial 2011: Navigating Digital Platforms. On line: Arbitron Inc. e Edison Research, 2011. [Consult. 23/05/2012]. Disponível em WWW:<URL:[http://www.edisonresearch.com/Infinite\\_Dial\\_2011.pdf](http://www.edisonresearch.com/Infinite_Dial_2011.pdf)>.

RIBEIRO, F.- A formação dos profissionais de informação na Universidade do Porto: um Modelo teórico-prático inovador assente numa perspectiva integrada: Informação e Comunicação nos Mass Media: a produção noticiosa-actores e papéis. 2008. Disponível em WWW:<URL:<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/5786.pdf>>.

ROBICHAUD, D. ; GIROUX, H. ; TAYLOR, J. R. - The Metaconversation: The recursive property of language as a key to organizing. Academy of Management. The Academy of Management Review. ISSN 03637425. Vol. 29, n.º 4 (2004), p. 617.

RODELLA, C. A. - Internet: um novo paradigma de informação e comunicação. Comunicação & Educação. Vol. 10, n.º 1 (2005), p. 41-48.

RODRIGUES, A. D. - As Técnicas da Comunicação e da Informação. : Textos de apoio - Nova série. Lisboa: Presença, 1999. ISBN 978-972-23-2513-4.

RODRIGUES, A. D. - Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação. Presença, 1994.

ROMAN, A.- O e-mail nas organizações: reconstrução da sociabilidade perdida: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. . nº 3 - 2º semestre de 2005. São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2005. ISBN/ISSN 1807-1236.

RUÃO, T.- O estado da arte em comunicação organizacional: 1900–2000: um século de investigação: III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2004. Disponível em WWW:<URL:<http://pt.scribd.com/doc/15054359/8/A-Evolucao-Tecnologica-e-a-Mudanca-Organizacional>>.

SCOBLE, R.; ISRAEL, S. - Naked conversations: how blogs are changing the way businesses talk with customers. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2006. ISBN 13: 978-0-471-74719-2.

SCROFERNEKER, C. M. A. - Comunicação organizacional: certezas e incertezas. In: SCROFERNEKER, C. M. A. O. - O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade. . Porto Alegre EDIPUCRS, 2008. ISBN 978-85-7430-829-6, p. 15-30.

SCROFERNEKER, C. M. A.- Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional: Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia Porto Alegre Faculdade de Comunicação Social, EDUPUCRS, 2006. ISBN/ISSN 1415-0549.

SECOMANDI, S.; BARONE, M.; BALDUZZI, A.- Employer branding, internal alignment and engagement using Web 2.0 technology: the Boston Scientific Case study: 18th International Public Relations Research Symposium BledCom. Bled: Pristop d.o.o., 2011. Disponível em WWW:<URL:[http://bledcom.renderspace.net/files/193/BledCom\\_Zbornik2011\\_E\\_verzija\\_final\\_LOW.pdf#page=41](http://bledcom.renderspace.net/files/193/BledCom_Zbornik2011_E_verzija_final_LOW.pdf#page=41)>. ISBN/ISSN 978-961-90484-8-1.

SHANGHAI, WEB DESIGNERS - 60 SECONDS - THINGS THAT HAPPEN ON INTERNET EVERY SIXTY SECONDS [INFOGRAPHIC] [em linha]. GO-Gulf.com. [Consult. Disponível em WWW:<URL:<http://www.go-gulf.com/blog/60-seconds>>].

SHERWIN, G. R.; AVILA, E. N. - Connecting online: creating a successful image on the internet. Oasis Press, 1997.

SILVA, A. B. M.- A Gestão da informação no campo da Ciência da Informação Páginas a& b arquivos & bibliotecas. Porto: Edições Afrontamento, 2005. ISBN/ISSN 0873-5670-0205.

SILVA, A. B. M. - Informação e comunicação como projecto epistemológico em Portugal e no Brasil. In: DUARTE, Z. ; FARIAS, L. - A medicina na Era da Informação. Salvador Edufba, 2009a. p. 506.

SILVA, A. M. - Mediações e mediadores em Ciência da Informação. Revista Prisma. com. ISSN 1646-3153. Vol. 9 (2010), p. 1-37.

SILVA, A. M. DA - Arquivística: teoria e prática de uma ciência da informação. Edições Afrontamento, 1998.

SILVA, A. M. DA ; RIBEIRO, F. - Das "ciências" documentais à ciência da informação. Ensaio epistemológico para um novo Modelo curricular.: Biblioteca das Ciências do Homem/Plural/. Porto: Edições Afrontamento, 2002. ISBN 972-36-0622-4.

SILVA, A. M. DA; RIBEIRO, F. - Perspectivar a avaliação como operação metodológica no âmbito da ciência da informação: IX CONGRESO ISKO CAPÍTULO ESPAÑOL (, marzo 2009). Valencia: Editorial UPV, 2009.

SILVA, A. M.; RIBEIRO, F. - Formação, perfil e competências do profissional da informação. Atas de Conferência Nacional (2004).

SILVA, A. M.DA - A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico. Porto: Afrontamento. Porto: CETAC, 2006. ISBN 972-36-0859-6.

SILVA, A. M. DA - Ciência da Informação e Sistemas de Informação:(re) exame de uma relação disciplinar. prisma.com - Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC. ISSN 1646-3153. Vol. Edição Nº5 (2007), p. s/pg.

SILVA, A.M. - Modelos e modelizações em Ciência da Informação: o Modelo eLit. pt e a investigação em literacia informacional. Revista Prisma. com [em linha]. n.º 13 (2011), p. 56. [Consult. Disponível na internet:<URL:<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/785/710>>. ISSN 1646-3153.

SILVA, FERNANDO FIRMINO DA - Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, A. ; JOSGRILBERG, F. - Comunicação e mobilidade aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no brasil. Salvador: EDUFBA, 2009b. ISBN 978-85-232-0658-1, p. 69-89.

SIMÕES, R. P. - Relações públicas: função política. Summus Editorial, 1995.

SIMÕES, R.P. - Informação, inteligência e utopia: contribuições à teoria de relações públicas. São Paulo: Summus Editorial, 2006. ISBN 8532302955.

SOUSA, J. P. - Planificando a comunicação em Relações Públicas Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004. ISBN 85-85775-91-2.

SOUZA, ROSALI FERNANDEZ DE - Organização do conhecimento. In: TOUTAIN, L. M. O. - Para entender a ciência da informação. Salvador: EDUFBA, 2007. ISBN 978-85-2320477-8, p. 103-124.

TABORDA, MARIA JOÃO (OBERCOM); CARDOSO, GUSTAVO (CIES- ISCTE E OBERCOM); ESPANHA, RITA (CIES- ISCTE E OBERCOM) - A Utilização de Internet em Portugal 2010. Lisboa: LINI - Lisbon Internet and Networks Institute, 2010.

TAYLOR, J. R. - Communication and discourse: is the bridge language? Response to Jian *et al.* Discourse & Communication. Vol. 2, n.º 3 (2008), p. 347.

TERRA, C. F. - As relações públicas e as novas tecnologias de informação e de comunicação Caligrama - Revista de Estudos e Pesquisas em Linguagem e mídia. ISSN 1808-0820. Vol. 1, número 2 - maio-agosto de 2005 (2005).

TERRA, C. F.- Blogs de empresas: a bola da vez da comunicação corporativa digital?: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Brasília, 2006.

TERRA, C. F. - Usuário-mídia : a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. São Paulo Universidade de São Paulo, 2011. 217 f.

THOMAS, R. J.; CROSS, R. O. B. - Conduzir o desempenho através das Redes Sociais. Porto: Vida Economica, 2010. ISBN 9789727883431.

VAN EVERY, E. J. ; TAYLOR, J. R. - Modeling the organization as a system of communication activity: A dialogue about the language/action perspective. Management Communication Quarterly : McQ. ISSN 08933189. Vol. 12, n.º 1 (1998), p. 128.

WEBER, M.H.- Comunicação Organizacional, a síntese. Relações Públicas, a gestão estratégica: ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nº 10/11- Edição especial São Paulo: Gestcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009. ISBN/ISSN 1807-1236.

WEI, C. - Formation of norms in a blog community. Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs. (2004).

WHITE, C.; VANC, A.; STAFFORD, G. - Internal communication, information satisfaction, and sense of community: The effect of personal influence. Journal of Public Relations Research. ISSN 1062-726X. Vol. 22, n.º 1 (2010), p. 65-84.

WHITE, JON- Making networks work: themes in the management of internal communication emerging from case studies of a multinational company, a national government department and the European Commission: 18th International Public Relations Research Symposium BledCom. Bled, Slovenia: Pristop d.o.o., 2011. Disponível em WWW:<URL:[http://bledcom.renderspace.net/files/193/BledCom\\_Zbornik2011\\_E\\_verzija\\_final\\_LOW.pdf](http://bledcom.renderspace.net/files/193/BledCom_Zbornik2011_E_verzija_final_LOW.pdf)>. ISBN/ISSN 978-961-90484-8-1.

WILDEN, ANTHONY- Comunicação e Cognição Enciclopédia Einaudi. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1984.

WILSON, TOM - The information user: past, present and future. Journal of Information Science. ISSN 13527460. Vol. 34, n.º 4 (2008), p. 457.

WITMER, D. F. - Spinning the Web: A handbook for public relations on the Internet. Longman New York, 2000.

WOLTON, D. - É preciso salvar a comunicação. Casal de Cambra: Caleidoscópio, 2006. ISBN 989-8010-01-0.

ZERFASS, A. [et al.] - European Communication Monitor 2012. [em linha]. Brussels: EACD European Association for Communication Directors EUPRERA European Public Relations Education and Research Association, 2012. [Consult. Disponível na internet:<URL:[www.communicationmonitor.eu](http://www.communicationmonitor.eu) instead.>. ISBN 978-3-942263-15-3.

ZHAO, D.; ROSSON, M. B.- How and why people Twitter: the role that micro-blogging plays in informal communication at work: Conference on Supporting Group Work Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work Computer-mediated communication I. Sanibel Island, Florida, USA May 10 - 13, 2009: ACM New York, NY, USA, 2009. [Consult. 12 de janeiro de 2010]. Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work. Disponível em WWW:<URL:<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1531674.1531710>>. ISBN/ISSN 978-1-60558-500-0.

ZINS, C. - REDEFININDO A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO: da “ciência da informação” para a “ciência do conhecimento”. Informação & Sociedade: Estudos ISSN 1809-4783. Vol. 21, n.º 3 (2011), p. 155-167.



## ANEXOS





## **A. Bibliografia**

## **BIBLIOGRAFIA**


CORNELSEN, J.M. - Escrever...Com normas: guia prático para elaboração de trabalhos técnico-científicos. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2012. ISBN 978-989-26-0108-3.

## **B. Capa do questionário aplicado em Portugal**

Gmail: email do x Facebook x FLUP - Faculdade x Enó Liedke - Out x Infopédia - Dicio x Conversor do Ac x Zero Hora - Jorn x Informação Orgã x

questionarios.staging.ua.pt/index.php?sid=37626&lang=pt

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico » Outros marcadores



**Informação Orgânica espontânea digital em processo de comunicação informal - PT**

Prezado respondente:  
As suas respostas são de grande interesse, todos os dados recolhidos serão utilizados apenas para fins académicos<sup>1</sup> e serão processados garantido o total anonimato e confidencialidade.

Agradeço sua estimada colaboração pois a sua ajuda é, para mim, fundamental.  
Muito obrigada!  
Enó Dagó Liedke

<sup>1</sup> Sou discente do Programa Doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais da Universidade de Aveiro e Universidade do Porto, possuindo uma experiência de mais de 20 anos, como docente no Brasil, junto a Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O presente questionário busca subsídios para o desenvolvimento de minha Tese.

***Uma nota sobre privacidade***  
Este inquérito é anónimo.  
O registo guardado das suas respostas ao inquérito não contém nenhuma informação identificativa a seu respeito, salvo se alguma pergunta do inquérito o pediu expressamente. Se respondeu a um inquérito que utilizasse um código identificativo para lhe permitir o acesso, pode ter a certeza de que o código identificativo não foi guardado com as respostas. É gerido numa base de dados separada e será actualizado apenas para indicar se completou ou não este inquérito. Não é possível relacionar os códigos de identificação com as respostas a este inquérito.

Seguinte >>


PT Nero Bac... 5 Explo... 01 resum... Docume... 6ANEXOS... Links da ... Informaç... 21:02

### **C. Capa do questionário aplicado no Brasil**

Gmail: email do x (1) Enoí Dagô Lie x FLUP - Facultad... Enoí Liedke - Out x Informação Orgã x Infopédia - Dicio x Conversor do Ac x Zero Hora - Jorn x

questionários.ua.pt/index.php?sid=78287&lang=pt

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico » Outros marcadores



**Informação Orgânica espontânea digital em processo de comunicação informal - BR - 4**

Prezado entrevistado:  
As suas respostas são de grande interesse, todos os dados recolhidos serão utilizados apenas para fins académicos<sup>1</sup> e serão processados garantido o total anonimato e confidencialidade.

Agradeço sua estimada colaboração pois a sua ajuda é, para mim, fundamental.  
Muito obrigada!  
Enoi Dagô Liedke

<sup>1</sup> Sou docente da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul há mais de 20 anos e encontro-me realizando Doutorado em Portugal junto as Universidades de Aveiro e do Porto. O presente questionário busca subsídios para o desenvolvimento de minha Tese.

***Uma nota sobre privacidade***  
Este inquérito é anónimo.  
O registo guardado das suas respostas ao inquérito não contém nenhuma informação identificativa a seu respeito, salvo se alguma pergunta do inquérito o pediu expressamente. Se respondeu a um inquérito que utilizasse um código identificativo para lhe permitir o acesso, pode ter a certeza de que o código identificativo não foi guardado com as respostas. É gerido numa base de dados separada e será actualizado apenas para indicar se completou ou não este inquérito. Não é possível relacionar os códigos de identificação com as respostas a este inquérito.

Seguinte >>

PT Nero Bac... Reciclage... Reciclage... Faltam 31... 01 resum... Docume... Informaç... 20:46

**D. Versão aplicada em Portugal do questionário**

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

universidade de aveiro  
Theoria psicológica praxos

**U.PORTO**  
FACULDADE DE LETRAS  
UNIVERSIDADE DO PORTO

Informação Orgânica espontânea digital em processo de comunicação informal - PT - 1

0%  100%

**Questionário**

**1. Faixa etária**

- Até 24 anos
- De 25 a 34 anos
- De 35 a 44 anos
- De 45 a 54 anos
- Mais de 55 anos

**2. Sexo**

- Feminino
- Masculino

**3. Formação académica**

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

**3. Formação académica**

- Ensino Básico completo - indique ano de conclusão
- Ensino secundário completo - indique ano de conclusão
- Licenciatura completa - indique ano de conclusão
- Especialização (Pós-Graduação) - indique ano de conclusão
- Mestrado - indique ano de conclusão
- Doutoramento - indique ano de conclusão
- Outros, indique

**4. Indique a sua(s) área(s) mais recente de formação:**

**5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?**

- Computador fixo de secretária
- Computador portátil
- Palm/ Pda/Ipad
- Telemóvel - regular
- Smart phone/Iphone
- Outros; indique

**6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais.  
(Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)**



6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)

No seu local de trabalho

Em mobilidade

Em espaços públicos

Em casa

7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?

	Nunca uso	Uma vez na semana	Uma vez ao dia	Várias vezes na semana	Várias vezes ao dia
Mensagens instantâneas (Ex: Chat/ Messenger)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (Ex: Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog pessoal (Ex: Blogspot)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociais (Ex: Hi 5/facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Para o exercício de sua atividade profissional qual (is) o(s) tipo(s) de dispositivo(s) digital(is) que você utiliza ?

Computador fixo de secretária

Computador portátil

Palm/ Pda/Ipad

Telemóvel – regular

Smart phone e/ou Iphone

Outros; indique

9. Assinale em que tipo de dispositivo digital realiza as seguintes atividades ou trocas de conteúdos.

	Computador de secretaria	Computador portátil	Tele-móvel comum	Smart phone e/ou Iphone	Palm/ Pda/Ipad	Outros dispositivos
Mensagens instantâneas (EX:Chat/ Messenger)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (Ex: Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blog pessoal (Ex: Blogspot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociais (Ex: Hi 5/facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indique quais as actividades:

Indique quais os dispositivos:

10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços e com que fim?

	Mensagem Instantânea	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
Aplicação oferecida pela organização onde trabalha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messenger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gtalk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico » Outros marcadores

**10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços e com que fim?**

	Mensagem Instantânea	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
Aplicação oferecida pela organização onde trabalha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messenger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gtalk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outlook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apple mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web mail (Ex: Hotmail, Gmail)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orkut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hi5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Google docs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Indique:**

**11. Você efectua com seus colegas de organização troca de informações sobre o trabalho através de redes sociais?**

Sim  Não

**11.1. Indique qual:**

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico » Outros marcadores

**11.1. Indique qual:**

Facebook

Hi 5

Orkut

LinkedIn

Outras, indique:

**12. Considera que a utilização das plataformas digitais para a partilha de informações entre colegas de empresa trouxe para o ambiente de trabalho:**

Vantagens

Desvantagens

Vantagens e desvantagens

**Explique o porque de sua resposta:**

**13. De quais locais efectua trocas de informações pelas plataformas digitais com seus colegas de empresa**

No local de trabalho

Em mobilidade

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico >> Outros marcadores

**13. De quais locais efectua trocas de informações pelas plataformas digitais com seus colegas de empresa**

- No local de trabalho
- Em mobilidade
- Em espaços públicos
- Em casa

**14. Costuma efectuar trocas de informações, via plataformas digitais, com seus colegas de trabalho fora do horário de trabalho?**

Sim  Não

**15. Que tipos de informações sobre si costuma trocar/ partilhar com seus colegas de empresa através de dispositivos digitais?**

- Atividades que exerce
- Projetos em que está envolvido
- Rotinas de trabalho
- Educação/Estudos - (informações de que cursos frequentou e onde)
- Experiência e atividades passadas(atividades e locais onde trabalhou)
- Objetivos de carreira profissional
- Outros interesses profissionais
- O que costuma fazer quando não está no trabalho
- Hobbies (esporte, pintura,outros)
- Interesses ( bebida, comida, livro, estilo musical, filme, ator/atriz, )
- História de vida (Onde nasceu, cresceu)
- Outros, cite:

PT 4 Explor... Links da p... Documen... Informaçã... 14:45

Informação Orgânica espo x

questionarios.ua.pt/index.php

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico >> Outros marcadores

**16. Que tipos de imagens e videos costuma trocar/ partilhar com seus colegas de empresa através de dispositivos digitais?**

- De eventos da organização (cursos, seminários)
- De eventos profissionais externos à organização (cursos, seminários)
- De temas relacionados às experiências profissionais
- Das confraternizações com os colegas de trabalho
- Fotos das suas férias
- Fotos de encontros e festas familiares
- Fotos da sua infância
- Ilustrações ou fotos divertidas (campanhas publicitárias)
- Vídeos pessoais
- Vídeos de música
- Trailers de filmes
- Outros, cite:

**17. Que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho costuma trocar/ partilhar com seus colegas de empresa através de dispositivos digitais?**

- Comentários positivos sobre colegas
- Comentários negativos sobre colegas
- Comentários positivos sobre superiores/chefes
- Comentários negativos sobre superiores/chefes
- Comentários sobre projetos e ações da organização
- Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho
- Piadas sobre aspectos relacionados ao trabalho

PT 4 Explor... Links da p... Documen... Informaçã... 14:46

Informação Orgânica espo

questionarios.ua.pt/index.php

Turismo do Porto - ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico » Outros marcadores

- Comentários positivos sobre superiores/chefes
- Comentários negativos sobre superiores/chefes
- Comentários sobre projetos e ações da organização
- Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho
- Piadas sobre aspectos relacionados ao trabalho
- Outros, cite:

**18. Além dos tipos de informações listadas nas questão 15, 16 e 17 existe(m) outro(s) tipo(s) de informação(ões) que partilha com seus colegas de empresa através das plataformas digitais ?**

<< Anterior   Submeter

Sair e limpar inquérito

Continuar mais tarde

**eLearning**  
universidade de aveiro

PT 4 Explor... Links da p... Documen... Informaçã... 14:46

**E. Versão aplicada no Brasil do questionário**

Informação Orgânica espo

questionarios.ua.pt/index.php

universidade de aveiro  
Theoria psicológica prática

**U.PORTO**  
FACULDADE DE LETRAS  
UNIVERSIDADE DO PORTO

Informação Orgânica espontânea digital em processo de comunicação informal - BR - 1

0%  100%

**Questionário**

**1. Faixa etária**

- Até 24 anos
- De 25 a 34 anos
- De 35 a 44 anos
- De 45 a 54 anos
- Mais de 55 anos

**2. Sexo**

- Feminino
- Masculino

**3. Formação académica**

questionarios.ua.pt/index.php

**3. Formação académica**

- Ensino fundamental completo cite ano de conclusão
- Ensino médio completo cite ano de conclusão
- Graduação completa - cite ano de conclusão
- Especialização - cite ano de conclusão
- Mestrado - cite ano de conclusão
- Doutorado - cite ano de conclusão
- Outros, indique

**4. Indique a sua(s) área(s) mais recente de formação:**

**5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?**

- Computador de Mesa / Desk top
- Computador portátil /Notebook
- Palm/ Pda/Ipad
- Celular - regular
- Smart phone/Iphone
- Outros; indique

**6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais.**

questionarios.ua.pt/index.php

6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)

No seu local de trabalho

Em mobilidade

Em espaços públicos

Em casa

7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?

	Nunca uso	Uma vez na semana	Uma vez ao dia	Várias vezes na semana	Várias vezes ao dia
Mensagens instantâneas (Ex: Chat/ Messenger)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (Ex: Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog pessoal (Ex: Blogspot)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociais (Ex: Hi 5/facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Para o exercício de sua atividade profissional qual (is) o(s) tipo(s) de dispositivo(s) digital(is) que você utiliza ?

Computador de Mesa / Desk top

Computador portátil /Notebook

Palm/ Pda/Ipad

Celular - regular

Smart phone e/ou Iphone

questionarios.ua.pt/index.php

8. Para o exercício de sua atividade profissional qual (is) o(s) tipo(s) de dispositivo(s) digital(is) que você utiliza ?

Computador de Mesa / Desk top

Computador portátil /Notebook

Palm/ Pda/Ipad

Celular - regular

Smart phone e/ou Iphone

Outros; indique

9. Assinale em que tipo de dispositivo digital realiza as seguintes atividades ou trocas de conteúdos.

	Computador de Mesa/ Desktop	Computador portátil/ Notebook	Celular comum	Smart phone e/ou Iphone	Palm/ Pda/Ipad	Outros dispositivos
Mensagens instantâneas (Ex: Chat/ Messenger)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (Ex: Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blog pessoal (Ex: Blogspot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociais (Ex: Hi 5/facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indique quais as outras actividades:

Indique quais os outros dispositivos

questionarios.ua.pt/index.php

**10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços?**

Aplicação oferecida pela organização onde trabalha	Mensagem Instantânea	Troca de e-mails	Troca de ficheiros	Construção coletiva de documentos e projetos
Messenger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gtalk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outlook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apple mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web mail (Ex: Hotmail, Gmail)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orkut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hi5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Google docs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Indique:**

**11. Você efetua com seus colegas de organização troca de informações sobre o trabalho através de redes sociais?**

Sim  Não

**11.1. Indique qual:**

questionarios.ua.pt/index.php

**11.1. Indique qual:**

Facebook

Hi 5

Orkut

LinkedIn

Outras, indique:

**12. Considera que a utilização dos dispositivos digitais para a partilha de informações entre colegas de empresa trouxe para o ambiente de trabalho:**

Vantagens

Desvantagens

Vantagens e desvantagens

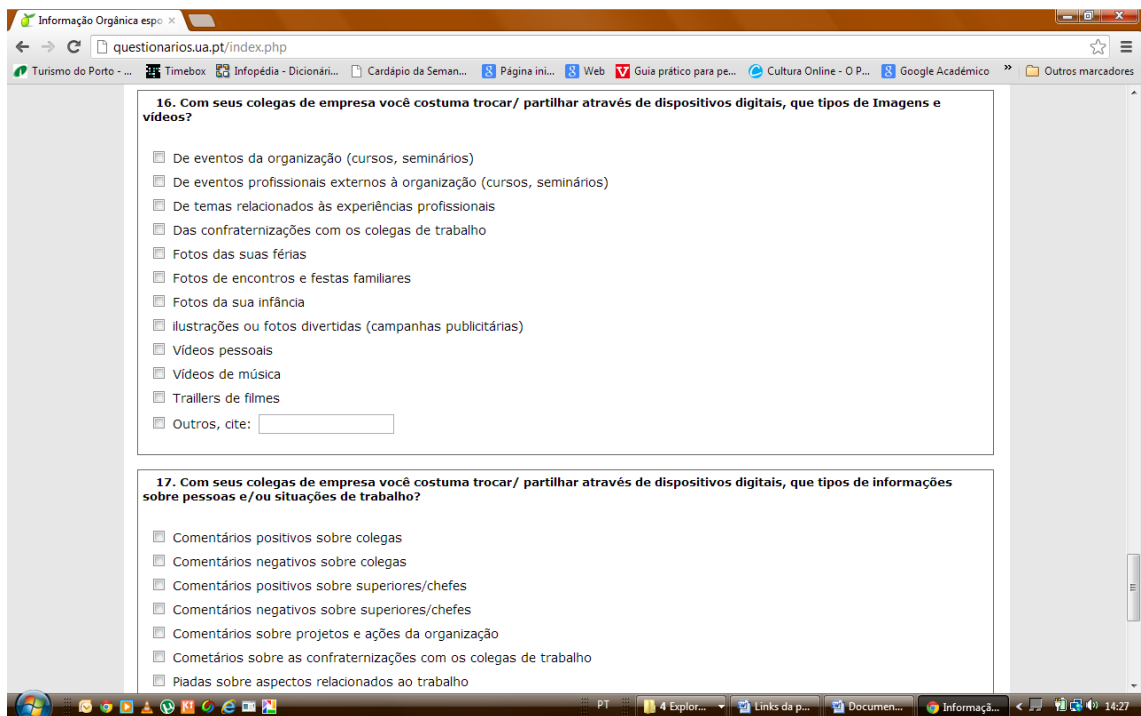
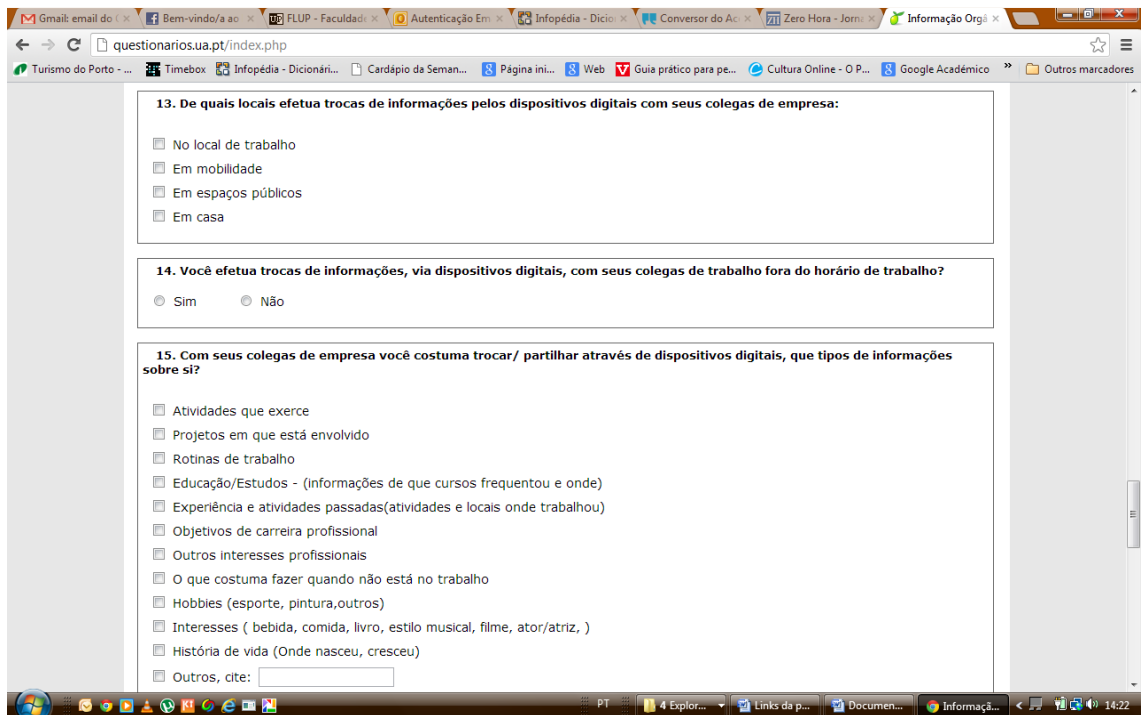
**Explique o porque de sua resposta:**

**13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa:**

No local de trabalho

Em mobilidade





Informação Orgânica espe

questionários.ua.pt/index.php

Turismo do Porto ... Timebox Infopédia - Dicionári... Cardápio da Seman... Página ini... Web Guia prático para pe... Cultura Online - O P... Google Académico

Outros marcadores

**sobre pessoas e/ou situações de trabalho?**

- Comentários positivos sobre colegas
- Comentários negativos sobre colegas
- Comentários positivos sobre superiores/chefes
- Comentários negativos sobre superiores/chefes
- Comentários sobre projetos e ações da organização
- Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho
- Piadas sobre aspectos relacionados ao trabalho
- Outros, cite:

**18. Além dos tipos de informações listadas nas questão 15, 16 e 17 existe(m) outro(s) tipo(s) de informação(ões) que partilha com seus colegas de empresa através dos dispositivos digitais ?**

<< Anterior   Submeter

Sair e limpar inquérito

Continuar mais tarde

eLearning  
universidade de aveiro

PT   4 Explor...   Links da p...   Documen...   Informaçã...   14:28

**F. Quadro original extraído do estudo de Dimicco e colaboradores**

Quadro original extraído do estudo de Dimicco e colaboradores (2008)

	<i>Caring</i>	<i>Climbing</i>	<i>Campaigning</i>
<b>Lists</b>	<b>Hobbies, outside interests:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cities I've lived in</li> <li>- 5 Instruments I've played</li> <li>- Favorite American Idol Contestants</li> </ul>	<b>Skills, background:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- My Practice Areas</li> <li>- 5 IBM Sites I've Worked At</li> <li>- 5 Big Lessons Learned at IBM</li> <li>- My Team (and extended team)</li> </ul>	<b>Thoughts on professional topics and advice:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Must See Presentations at [Conference]</li> <li>- What list topics could buzz up a new angle on local growth markets?</li> <li>- Seeking top 5 IT technical skills in demand in AU</li> </ul>
<b>Photos</b>	<b>Personal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Family holiday picture</li> <li>- Vacation pictures</li> <li>- The team socializing</li> </ul>	<b>Work-related photos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Headshot</li> <li>- Important conference</li> <li>- Meetings with key people</li> </ul>	<b>Variety of photos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Related to project or campaign</li> </ul>
<b>About-you's</b>	<b>Hobbies, outside interests:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- What do I do when I'm not at work?</li> <li>- Do you call it "pop," "soda," or "coke?"</li> <li>- Where did you grow up?</li> </ul>	<b>Projecting experience, resume:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- My past projects</li> <li>- Education</li> <li>- What are you most passionate about?</li> <li>- What are your career goals?</li> </ul>	<b>Project description, goals, links to other:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kelly's and my [innovation] idea!</li> <li>- Try the new Web2.0 Intranet Search Engine</li> <li>- What am I up to at the moment?</li> </ul>
<b>Status</b>	<b>Activities, state of mind:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is getting another coffee...</li> <li>- Is glad he can play paddle tennis again</li> <li>- On vacation in Tampa Florida!</li> </ul>	<b>Emphasis on current work:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is challenged by time management</li> <li>- Is in Minneapolis. Back Tue July 17<sup>th</sup></li> <li>- Is desperately trying to wring everything possible out of his last days on assignment in the CIO's office</li> </ul>	<b>Goal and opinion oriented:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is searching for A/NZ based people interested in Web 2.0 tools, knowledge networking, collaboration!</li> <li>- Is busy promoting the E&amp;E video contest (2/25-4/11). Talk it up!</li> </ul>

DIMICCO, J. [et al.]- Motivations for social networking at work: ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work. ACM New York, NY, USA, 2008. [Consult. 28 de janeiro de 2009]. Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work. Disponível em WWW:<URL: <http://portal.acm.org/toc.cfm?id=1460563>>.

## **G. E-mail enviado as empresas**

## Participação em Pesquisa de Doutoramento

Enói Dagô Liedke [enoidago@ua.pt]

Enviado: quarta-feira, 28 de setembro de 2011 11:46

Para: [REDACTED]

[REDACTED]

Prezados Senhores:

Conforme indicação via telefonema entro em contato com a finalidade de verificar a possibilidade de aplicar junto aos colaboradores da [REDACTED] a pesquisa que integra meu trabalho de Doutorado.

Estou efetuando meus estudos junto a Universidade do Porto e a Universidade de Aveiro, no Programa Doutoral Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, a seguir explico com mais detalhes o meu trabalho e o motivo pelo qual teria interesse em aplicar o mesmo em vossa organização.

### Sobre a Pesquisa

- A. O interesse na [REDACTED] é por ela ser uma organização que oferece serviços e produtos de TIC – um dos tipos de organizações que meu objeto de estudo abrange.
- B. Meu estudo busca comparar organizações do Brasil e Portugal, trabalhando com três tipos de organizações:
  1. Organização prestadora do serviço que tenha na sua atividade principal envolvimento direto com as novas tecnologias – o que é o caso da [REDACTED]
  2. Organização que tenha como atividade a prestação de serviços na área de publicidade e comunicação.
  3. Organização que tenha como atividade a prestação de serviço cujos aspetos operacionais não estão diretamente envolvidos com questões digitais
- C. A pesquisa é dividida em duas partes
  - a. Busca de informações básicas sobre o uso/aplicação das tecnologias de informação na organização dados que poderão ser respondida por algum encarregado da organização por telefone – as informações servirão apenas para caracterizar a organização e já saliente que no trabalho não haverá identificação direta da organização
  - b. Aplicação da pesquisa propriamente dita – para isso repassarei link a ser então distribuído pela organização aos colaboradores que responderão diretamente no site, sem identificação pessoal
- D. Caso haja interesse os dados depois de tabulados e utilizados estarão a disposição da organização.
- E. A pesquisa é financiada pela Fundação de Ciência e Tecnologia – FCT, vinculada ao Ministério de Ciência e Tecnologia de Portugal, donde, portanto não possui custos para a organização onde está sendo aplicada.
- F. Em anexo segue modelo da pesquisa para avaliação e volto a ressaltar que caso ocorra a aprovação encaminharei o link específico

### Sobre a Tese

- A. A referida pesquisa está sendo desenvolvida em Portugal e no Brasil, junto a colaboradores de organizações e busca conhecer os hábitos de troca espontânea de informação orgânica, ou seja aquela informação que tenha relação direta com a atuação profissional, mas que é efetuada através de ambientes digitais estabelecidos pelos colaboradores e não pela organização
- B. A pesquisa integra minha Tese de Doutorado
- C. O objetivo do trabalho é, através do conhecimento destas trocas, propor um modelo que sirva de parâmetro para os profissionais de Comunicação Organizacional e Gestão Organizacional

planejarem aspetos da Comunicação Organizacional Digital Interna.

- D. A tese busca também defender a categorização desta informação gerada e permutada, de forma espontânea, pelos colaboradores das organizações, através das plataformas digitais, além de buscar uma maior aproximação entre as áreas de Comunicação Organizacional e Ciência da Informação.

**Sobre minha pessoa**

- A. Sou Doutoranda em Portugal do Programa Doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais sediado, em conjunto, pela Universidade do Porto e Universidade de Aveiro.
- A. Sou docente da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil, há mais de 20 anos na área de Relações Públicas, estando licenciada para efetuar o doutorado
- B. Ao longo dos meus 23 anos de carreira profissional atuei em diversas organizações privadas e públicas, na área de Comunicação Organizacional.
- C. Meu currículo completo pode ser acedido na Plataforma Lattes do CNPQ, pelo link <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/busca.do> inserindo meu nome: Enó Dagô Liedke e escolhendo a base de dados - demais pesquisadores

Coloco-me a disposição para maiores esclarecimentos através do e-mail acima, do telemóvel 927760166 ou pelo skype – enoidago

Agradeço desde já a atenção e peço a gentileza de me informar o posicionamento da organização o mais breve possível, pois em caso negativo tenho que ir a busca de outras organizações.

Atenciosamente

Enó Dagô Liedke  
Doutoranda do Programa ICPD -UP/UA

**H. Planilhas contendo os resultados da pesquisa sem tratamento das respostas do grupo participante do escritório de advocacia**



id	Completo	Última página vista	Idioma inicial	Data da última ação	Data de início	Endereço IP	1.Faixa etária	2.Sexo	3.Formação acadêmica [1]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [2]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [3]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [4]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [5]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [6]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [7]	3.Formação acadêmica [] - comment
1	2011-03-29 14:18:39	2	pt	2011-03-29 14:18:39	2011-03-29	83.240.239.20	3	F							1	2000						
2	2011-03-29 15:16:02	2	pt	2011-03-29 15:16:02	2011-03-29	83.240.239.20	3					1										
3	2011-03-29 15:33:19	2	pt	2011-03-29 15:33:19	2011-03-29	83.240.239.20	3	F				1	1995	1	2010							
4	2011-03-29 15:38:52	2	pt	2011-03-29 15:38:52	2011-03-29	83.240.239.20	2	F							1	2009						
5	2011-03-29 16:21:49	2	pt	2011-03-29 16:21:49	2011-03-29	83.240.239.20	2	F				1	2008									
6	2011-03-29 16:57:30	2	pt	2011-03-29 16:57:30	2011-03-29	83.240.239.20	4	M				1	1986									
7	2011-03-29 17:49:15	2	pt	2011-03-29 17:49:15	2011-03-29	83.240.239.20	2	M	1	1996	1	1999	1	2004	1	2008						

4. Indique a sua(s) área(s) mais recente de formação:	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [1]	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [2]	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [3]	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [4]	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [5]	5. Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [Outro]	6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [1]	6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [2]	6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [3]	6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [4]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [1]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [2]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [3]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [4]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [5]	7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [6]
MBA	1	1	1					4	1	2	3	1	5	1	1	1
	1	1		1				1	1	3	2	2	5	2	1	2
Direito de Autor	1	1	1			1		4	3	2	1	5	5	1	1	5
Sociedade da Informação	1	1					1	4	3	3	3	1	5	1	1	3
Direito das Telecomunicações	1	1			1			4	3		1	2	1	5	1	5
TMT	1	1	1	1				4	4	2	4	5	5	1	1	2
Direito		1	1			1		4	2	2	4	1	5	5	5	3









- I. **Planilhas contendo os resultados da pesquisa sem tratamento das respostas do grupo participante da empresa de desenvolvimento de software**

id	Completo	Última página vista	Idioma inicial	Data da última ação	Data de início	Endereço IP	1.Faixa etária	2.Sexo	3.Formação acadêmica [1]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [2]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [3]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [4]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [5]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [6]	3.Formação acadêmica [] - comment	3.Formação acadêmica [7]	3.Formação acadêmica [] - comment	
5	2011-06-09 23:37:04	2	pt	2011-06-09 23	2011-06-09 23	201.86.213.226	2	F							1	2007							
6	2011-06-10 14:13:10	2	pt	2011-06-10 14	2011-06-10 14	201.86.213.226	3	M							1	2009							
7	2011-06-10 14:27:17	2	pt	2011-06-10 14	2011-06-10 14	201.86.213.226	2	M	1	1996	1	1999									1	Graduação - Em andamento	
8	2011-06-10 14:50:23	2	pt	2011-06-10 14	2011-06-10 14	201.86.213.226	1	M	1	2003	1	2006	1	2010									
9	2011-06-10 18:14:50	2	pt	2011-06-10 18	2011-06-10 18	201.86.213.226	2	M	1		1		1		1								
10	2011-06-10 19:18:28	2	pt	2011-06-10 19	2011-06-10 19	200.176.5.20	2	M							1	2008							
11	2011-06-14 17:42:00	2	pt	2011-06-14 17	2011-06-14 17	187.116.49.135	3	M	1	1990	1	1994	1	2011									
12	2011-07-01 14:32:59	2	pt	2011-07-01 14	2011-07-01 14	201.86.213.226	1	F					1	2010									
13	2011-07-01 14:42:49	2	pt	2011-07-01 14	2011-07-01 14	189.45.38.186	1	F			1	2004											
14	2011-07-01 14:44:47	2	pt	2011-07-01 14	2011-07-01 14	189.45.38.186	1	F			1	2009											
15	2011-07-01 14:46:20	2	pt	2011-07-01 14	2011-07-01 14	201.86.213.226	2	F							1	2011/01							
16	2011-07-01 15:06:03	2	pt	2011-07-01 15	2011-07-01 15	201.86.213.226	1	F													1	Último ano da graduação (início 2007/02)	

4.Indique a sua(s) área(s) mais recente de formação:	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [1]	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [2]	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [3]	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [4]	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? [5]	5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui? (Outro)	6.Enumerar de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [1]	6.Enumerar de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [2]	6.Enumerar de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [3]	6.Enumerar de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização) [4]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [1]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [2]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [3]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [4]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [5]	7.Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços? [6]	Indique:
Especialização em Marketing	1	1		1			4	1	2	3	5	5	5	1	5		
MBA Gestão Empresarial		1			1		4	2	1	3	5	5	5	5	5	5	LinkedIn
Informática		1	1		1		2	3	1	4	5	5	5		5		
Design	1	1		1			2	3	3	1	5	5	3	1	3	1	MMS
TI	1	1		1			4	2	1	3	5	5	2	1	1	1	
TI		1		1			4	2	1	3	5	5	5	1	5		
Processos Gerenciais		1		1			4	3	1	2	5	5	5	1	5		
Curso Superior de Tecnologia em Fotografia			1			Câmera Fotográfica Profissional	4	2	2	4				1	4		
Curso Técnico em Administração e cursando bacharelato em administração	1			1			4	1	1	4	5	5	1	1	5	1	
Gestão e Governança de TI	1			1			1	1	1	4	4	5	1	1	3	1	
Gestão e Governança de TI		1		1			4	4		3	5	5	5	5	5		
Publicidade e Propaganda com ênfase em marketing		1					2	3	1	4	5	5	1	1	5	1	









10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [10] [1]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [10] [2]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [10] [3]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [10] [4]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [11] [1]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [11] [2]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [11] [3]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [11] [4]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [12] [1]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [12] [2]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [12] [3]	10. Especificamente com seus colegas de organização você efetua troca de informações através de que aplicativos e/ou serviços? [12] [4]	Indique:
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	Svn Manager
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

11. Você efetua com seus colegas de organização troca de informações sobre o trabalho através de redes sociais?	11a. Indique qual: [1]	11a. Indique qual: [2]	11a. Indique qual: [3]	11a. Indique qual: [4]	11a. Indique qual: [Outro]	12. Considera que a utilização dos dispositivos digitais para a partilha de informações entre colegas de empresa trouxe para o ambiente de trabalho:	Explique o porquê de sua resposta:	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa: [1]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa: [2]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa: [3]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa: [4]	14. Você efetua trocas de informações, via dispositivos digitais, com seus colegas de trabalho fora do horário de trabalho?
1	1			1		1		1				1
2						3	As vezes existe informação em excesso	1	1	1	1	1
2						1	Velocidade de informação	1	1		1	1
1	1					1		1			1	1
2						1	Acredito que o maior problema que as empresa enfrentam são com a comunicação, portanto quanto mais ferramentas tiver para melhorar ou facilitar a comunicação é uma vantagem.	1	1		1	1
2						3	Vantagens: Maior comunicação, integração, conhecimento e atualização. Desvantagens: Perda de foco no trabalho e disponibilização de informações que não deveriam ser disponibilizadas.	1	1	1	1	1
2						1	Dentro de uma organização toda forma de comunicação é válida. Quanto mais as pessoas se comunicam mais as informações fluem e a troca de idéias acontece.	1	1		1	1
2						1		1				2
2						1		1				2
2						1		1	1		1	1
2						1	Facilitou o trabalho na empresa, a comunicação e troca de informação entre todos. Possibilitou ainda, com o avanço das tecnologias e dos próprios dispositivos (meio de acesso), que a empresa desenvolvesse novas skills para acompanhar essas tecnologias. Além disso, através dos novos dispositivos (pad, iphone, smartphone) a empresa conseguiu oferecer um diferencial para o seu cliente através de um aplicativo desenvolvido para esses dispositivos, e ainda encontrou através de um aplicativo interativo uma forma de apresentar a empresa de um jeito criativo.	1	1			1



**J. Planilhas contendo os resultados da pesquisa sem tratamento das respostas do grupo participante da empresa pública de abastecimento**



[Mestrado - cite ano de conclusão] 3.Formação acadêmica	[Comment] 3.Formação acadêmica	[Doutorado - cite ano de conclusão] 3.Formação acadêmica	[Comment] 3.Formação acadêmica	[Outros, indique] 3.Formação acadêmica	[Comment] 3.Formação acadêmica	4.Indique a sua(s) área(s) mais recente de formação:	[Computador de Mesa / Desktop] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?	[Computador portátil /Notebook] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?	[Palm/ Pda/Ipod] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?	[Celular - regular] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?	[Smart phone/iphone] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?	[Other] 5.Qual (is) o (s) tipo (s) de dispositivo (s) digital (is) que possui?
						Comunicação Social - Jornalismo	1	1	1	1		
						Gestão do Capital Humano	1	1		1		
						Saneamento	1			1		
						Controladoria estartégicade Gestão	1	1		1		
						Administração de empresas - Gestão do Capital Humano	1	1		1		
						Química	1	1		1		
						direito	1					
						engenharia	1	1	1	1		
						Cartografia		1			1	
							1			1		
						Pós Graduação em Gestão do Capital Humano	1	1		1	1	
						gestão de recursos humanos	1	1		1		
						engenharia civil - especialização em saneamento básico	1			1		
						Administração de Empresas - Bacharelado		1			1	
						ESPECIALIZAÇÃO EM FINANÇAS	1	1		1	1	
						Gestão	1	1		1		
						Química	1	1		1		
						Engenheiro Civil	1	1		1		
						Engenharia Mecânica	1	1		1		
						direito	1			1		
						engenharia civil	1			1		
						Ciências Jurídicas e Sociais; Auditoria e Perícia	1	1		1		
						Ti	1	1			1	
1	1998					engenharia civil com mestrado em saneamento básico	1	1		1		
						Administração	1	1		1		
						Engenharia Civil	1	1		1		
							1			1		
						Administração de Empresas	1	1		1	1	
						Saneamento Básico.	1					
						Ciências Contábeis	1	1		1	1	
						CONTROLADORIA DE GESTÃO	1			1		
						Geografia	1	1			1	Blackberry
						Gestão Ambiental	1	1		1		

[No seu local de trabalho] 6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)	[Em mobilidade] 6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)	[Em espaços públicos ] 6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)	[Em casa] 6. Enumere de 1 a 4 onde habitualmente utiliza seus dispositivos digitais pessoais. (Em que 1 representa o local de menor utilização e o 4 o de maior utilização)	[Mensagens instantâneas (EX: Chat/ Messenger) ] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	[E-mail (Ex: Outlook, Apple mail, Webmail) ] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	[Microblogs (Ex: Twitter)] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	[Blog pessoal (Ex: Blogspot)] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	[Redes sociais (Ex: Hi 5/ facebook)] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	[Outros] 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?	Indique: 7. Com que frequência você utiliza os seguintes aplicativos ou serviços?
2	3	0	4	5	5	5			4	
4	1	3	2	5	5	1	1	5		
4	1	1	3	2	5	1	1	1	1	
1	2	1	4	5	5	3	1	2		
4	3	2	3	3	5	1	1	4	1	
1	3	4	2	5	5			2		
			4	1	5	1		1	1	1
4	2	1	3	2	5	1		2	4	
1	4	1	3	3	4	1	1	3		1
4			1	5	5					
2	1	4	3	3	5	1	1	5		3 Fóruns
4	2	1	3	4	5	1	1	2		
4	1	1	1	2	5	1	1	1		
4	2	1	3	1	5	1	1	1		
4	2	3	1	2	5	1	1	4		
1	3	2	4	1	5	1	1	1	1	1
4			2	3	5	1	1	2		1
4	1	2	3	3	2	1	1	2		
4	0	1	3	1	5	1	1	3		
			4	1	4	1	1	4		
4	1	2	3	2	5	1	1	3		
4	2	1	3	2	5	1	1	2		1
2	1	3	2	2	5	1	1	2	1	nenhum
4	1	1	2	1	5	1	1	2		
1	2	3	4	1	5	2	1	1	1	orkut, Hi5
4	1	1	2	1	5	1	1	3	1	
4	2	1	3	3	5	1	1	5		
4	4	2	4	5	5	1	1	5		
3	2	1	3	1	5	1	1	1	1	1
				4	5	1	1	4		2 Pesquisas de produtos e pessoas.
4	2	1	1	2	5	1	1	2		
4	4	4	4	5	5	1	1	5		Sites de Busca (Google), Sites de pesquisa (Wikipedia, IMDB), Sites de Musica e Vídeo
4	2	1	3	1	5	1	1	1	5	(Youtube, UOL Mais, 4Shared)





















11a. Indique qual: [Outra]	11a. Indique qual: [LinkedIn]	11a. Indique qual: [Outra]	12. Considera que a utilização dos dispositivos digitais para a partilha de informações entre colegas de empresa trouxe para o ambiente de trabalho:	Explique o porquê de sua resposta:	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa [No local de trabalho]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa [Em mobilidade]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa [Em espaços públicos]	13. De quais locais efetua trocas de informações pelos dispositivos digitais com seus colegas de empresa [Em casa]	14. Você efetua trocas de informações, via dispositivos digitais, com seus colegas de trabalho fora do horário de trabalho?	15. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre si? [Atividades que exerce]	15. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre si? [Projetos em que está envolvido]
			1	A informação ficou muito mais rápida e acessível.	1	1		1	1		1
			1	Aumenta a sinergia das equipes e o relacionamento interpessoal. Aumento da velocidade das informações e resolução de problemas à distância.	1			1	1	1	1
			3	Viramos prisioneiros de nossos escritórios.	1	1	1	1	1		
			1	Rapidez nas informações.	1			1	1	1	1
			1	Porque trouxe agilidade, amplitude e abrangência nas informações.	1	1		1	1	1	1
			3	Como vantagens podemos citar a facilidade de comunicação, agilidade na resolução de problemas, menor tempo em reuniões e como desvantagens a dificuldade de comunicação, de relacionamento interpessoal, de trabalhar em equipe, de interação entre as pessoas.	1				2	1	
			1	fica mais fácil trocar informações e documentos.	1				2		
			3	Vantagens pela a agilidade, desvantagens pelo volume de informações desnecessárias.	1			1	1	1	1
	1		3	Vantagens porque é mais simples de acessar e saber se o colega está on line e desvantagem porque as vezes toma muito o tempo em coisas não muito úteis	1				1	1	1
			1		1				2	1	1
			3	Vantagens: rapidez. Desvantagens: superexposição	1	1	1	1	1	1	1
			3		1				2	1	1
			1	Maior agilidade na troca/divulgação de informações.	1				2		1
			1	Agilidade na comunicação, disseminação das informações de forma mais ampla, maior celeridade na resolução de problemas.	1				1		1
1			1	AGILIDADE NA TROCA DE INFORMAÇÕES, REGISTROS QUE NÃO CONSEGUIE POR TELEFONE. PODER ENVIAR A COMUNICAÇÃO MESMO QUE A PESSOA NÃO ESTEJA DISPONÍVEL NO MOMENTO.	1			1	1		1
			3	Vantagens: agilidade, abranger maior nº de pessoas com apenas uma mensagem Desvantagens: impessoalidade, excesso de mensagens, mensagens extensas e sem objetividade ou abreviadas e sem coerência	1				1	1	1
			3	Não abrange todos os setores.	1				2	1	1
			1	Agiliza o contato e torna eficiente o trabalho.	1			1	1		1
			1	a menos que a informação não seja completa, qualquer partilha sempre é positiva, pelo menos como preparatório ao todo do assunto envolvido.	1				2		
			1	facilitou a troca de informações importantes.	1				2		
			1	a rapidez com que circula a informação.	1				2		1
			1	Os sistemas digitais possibilitam uma maior celeridade no trâmite das informações e na resolução das demandas requeridas.	1			1	1	1	1
			3	Melhorou a comunicação e desvantagem por que recebemos muitas coisas que não são muita importância	1			1	2	1	1
			1	rapidez na comunicação e menor incidência de mal entendimentos	1			1	1		
			1	Porque é um meio de comunicação rápido que fica registro comprobatório de decisões, parecer, opiniões, etc.	1				2	1	1
			1	PELA POSSIBILIDADE DE OPTAR QUAL O MELHOR MEIO DE ME COMUNICAR.	1			1	1	1	1
			3	Possibilita agilização e racionalização de trabalhos, porém colabora para distanciamento físico das pessoas, o que acredito ser um elemento dificultador no encaminhamento e deliberação de questões organizacionais.	1	1	1	1	1	1	1
			1	Agilidade nas informações.	1			1	1	1	1
			1	Evita o desperdício de tempo e gastos com telefone.	1			1	1	1	
			1		1				1		
			1	Agilidade nos processos de trabalho.	1	1	1	1	1		1
			3	Vantagens devido a rapidez da informação, mas desvantagem porque é muita informação desnecessária para o mesmo período de trabalho.	1				2	1	1



16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [De temas relacionados às experiências profissionais ]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Das confraternizações com os colegas de trabalho ]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Fotos das suas férias ]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Fotos de encontros e festas familiares]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Fotos da sua infância]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Ilustrações ou fotos divertidas (campanhas publicitárias)]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Vídeos pessoais]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Vídeos de música]	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos?	16. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de imagens e vídeos? [Other]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho? [Comentários positivos sobre colegas]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ compartilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho? [Comentários negativos sobre colegas]
1						1					
1	1						1		Poesias e citações	1	
	1	1				1		1		1	
						1					
1											
1	1					1		1			
1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	
1										1	
	1										
1											
1											
		1									
	1								Nenhum		
1	1	1	1							1	
1	1	1				1	1	1		1	1
	1	1				1				1	
1	1	1	1			1	1	1		1	

17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho?[Comentários negativos sobre superiores/chefes]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho? [Comentários sobre projetos e ações da organização]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho?[Comentários sobre as confraternizações com os colegas de trabalho ]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho? [Piadas sobre aspectos relacionados ao trabalho]	17. Com seus colegas de empresa você costuma trocar/ partilhar através de dispositivos digitais, que tipos de informações sobre pessoas e/ou situações de trabalho?[Other]	18. Além dos tipos de informações listadas nas questão 15, 16 e 17 existe(m) outro(s) tipo(s) de informação(ões) que partilha com seus colegas de empresa através dos dispositivos digitais ?
	1				
		1			
	1	1			
	1		1		
	1				
				não aplicável	Não compartilho outras informações além das citadas.
	1				Comentários sobre filmes, vídeos, locais para passar as férias. Mais em texto. Quanto os comentários expressando juízo de valor sobre colegas e chefias evitamos, por convicção. Enviamos muitas fotografias de serviços realizados. Estas servem para definir o que fazer e onde fazer.
	1	1	1		
	1	1	1		Questionamentos e orientações sobre trabalho
	1				
	1				
	1				
	1				
				Sem comentários pessoais.	Não.
	1		1		
	1				
	1				agradecimentos aos colegas por algum tipo de ajuda.
					não
					Via de regra, despachos, orientações, convocações, pedidos de esclarecimentos, pedido de providências, etc.
	1				
	1				
	1				Justificativas, explicações para reclamações de usuários, fotos de serviços executados.
	1	1			
1	1	1			
	1				
	1				
		1	1		
	1	1			
			1		
				1	Solicitações de serviço e relatórios.