



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **Novas competências do Relações Públicas frente às tecnologias de informação<sup>1</sup>**

**André Quiroga Sandi**  
**Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS**  
**Mestrando em Comunicação Social**  
**quirogasandi@uol.com.br**

**Esta comunicação busca reconhecer algumas questões que a implantação de novas tecnologias, principalmente a intranet, tem trazido ao trabalho do profissional de Relações Públicas. Delineando o campo de atuação onde esse profissional vem se inserindo, aponta as novas competências que estão sendo exigidas para que ele se torne um gerenciador e seja visto como um estrategista, num momento em que a informação e o conhecimento são fundamentais para o desempenho competitivo das empresas.**

**Palavras chaves: Relações Públicas, tecnologia de informação, intranet.**

**Esta comunicación busca reconocer algunos asuntos que la implantación de nuevas tecnologías, principalmente la intranet, ha estado trayendo al trabajo del profesional de las Relaciones Públicas. Delineando el campo de actuación donde ese profesional viene si insertando, muestra las nuevas competencias que están exigiéndose para que él se haga un gerente y se visto como un estrategista, en un momento en que la información y el conocimiento son fundamentales para la actuación competitiva de las compañías.**

**Palavras claves: Relações Relaciones públicas, tecnología de información, intranet,**

### **Currículo:**

**Mestrando em Comunicação Social –Área de concentração: Processos Midiáticos -  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS  
Graduado em Relações Públicas – Pontifícia Universidade Católica de Minas  
Gerias – PUC.MG**

**Este trabalho tem seu ponto de partida no reconhecimento de algumas questões que as novas tecnologias da informação/comunicação, suas modificações significativas, sua apropriação e uso, têm trazido para a ação do profissional de comunicação e, mais especificamente, o de Relações Públicas. Está inserido numa discussão produtiva a respeito de um tema ainda pouco explorado pela bibliografia existente colocando questões que, em muitos casos, ainda buscam respostas.**

**Um breve panorama da comunicação frente às tecnologias da informação**

**A última década foi marcada por uma significativa  
transformação e ampliação no campo tecnológico que aponta na**

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



direção de uma *sociedade informacional* no sentido dado por Castells cujo entendimento *indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas ...* (2000: 46). Em todas as áreas a tecnologia trouxe grandes contribuições. Segundo Mirabito,

*as novas tecnologias de comunicação e as tecnologias complementares dos computadores e da informação afetaram profundamente nossa estrutura social. Existe também uma crescente interdependência entre a tecnologia, a informação e a sociedade*<sup>1</sup> (1998:23).

**Muitas dessas transformações tem por base computadores e redes de comunicação tendo, como elementos catalíticos fatores como a digitalização, a compressão de dados, a multimídia e a hipermídia (Santaella, 2001 e Moraes, 2001). Dentro do campo da comunicação a entrada das tecnologias de informação trouxeram novas demandas para os profissionais da área.**

Conclamado por muitos autores , em seus vários texto – ver Negroponte e Lévy, entre outros - como uma revolução, as mudanças no campo tecnológico vêm alterando, significativamente, as organizações nas quais os profissionais estão inseridos. Referenciais históricos como *capital-trabalho* vêm se modificando para referentes como *informação-conhecimento*, onde o mero saber técnico não mais supre as demandas geradas pelas organizações.

Com o crescimento da competitividade no mercado, os investimentos organizacionais na criação/implantação de sistemas de gerenciamento de informação vêm progressivamente aumentando. *O ritmo da produtividade se incrementa cada vez mais com o uso de novas tecnologias* (Trivinho, 2001:219). Este aumento busca manter

---

<sup>1</sup> Tradução pessoal, no original: *las nuevas tecnologías de la comunicación y las tecnologías complementarias de los ordenadores y de la información afectaron profundamente nuestra estructura social. Existe también una creciente interdependencia entre la tecnología, la información y la sociedad.*



a organização dentro dos níveis de competição e leva à necessidade de informações que possam aportar mudanças nos produtos, estabelecer sistemas e facilitar decisões administrativas. O retorno desses investimentos é obtido através de informações precisas sobre a atuação das mesmas no mercado, da criação de estratégias de comunicação e de transmissão da informação, no momento certo para o público certo, contribuindo para viabilizar e manter competitivas as organizações e suas ações.

**Tendo este quadro organizacional como perspectiva, o profissional de comunicação convive hoje com uma exigência de aproximação com tecnologias, que estão em constante atualização, mostrando a necessidade não somente de um controle técnico-instrumental mas o domínio de novas relações que se desenvolvem a partir da emergência e utilização das mesmas, em seu contexto de trabalho. Esta necessidade de estar mais qualificado, de estar apto para enfrentar as transformações e de saber coordenar o novo quadro que se instala nas áreas de comunicação das empresas tem gerado a necessidade de novas competências<sup>2</sup>. Traz, também, uma série de novos sintomas, destacando na visão de Trivinho o aparecimento da *dromoaptidão própria*, que seria um termômetro para medir a *capacidade de sintonia com a velocidade estrutural das mudanças* cuja falta, cria o *desemprego infotecnológico* (2001:221). Se os saberes, por muito tempo, eram um "bem" que não se alterava, ou tinha um ciclo de alteração mais lento, hoje esses saberes são, incessantemente, mutáveis. O autor Pierre Lévy nos aponta que:**

*até a segunda metade do século XX, uma pessoa praticava no final de sua carreira as competências adquiridas em sua juventude(...). hoje, esse esquema está em grande parte obsoleto. As pessoas não apenas são levadas a mudar várias vezes de profissão em sua vida, como também, no interior da mesma "profissão", os conhecimentos têm ciclo de renovação cada vez mais curto. (...). Passou-se portanto da aplicação de saberes estáveis, que constituem o plano de fundo da atividade, à aprendizagem permanente, à navegação contínua num conhecimento que doravante se projeta em primeiro plano (1996:54).*

Dentro do cenário que se apresenta, o que se vê, atualmente, são redefinições

---

<sup>2</sup> "Nos assuntos comerciais e industriais, a competência é o conjunto de conhecimentos, qualidades, capacidades e aptidões que habilitam para a discussão, a consulta, a decisão de tudo o que concerne seu ofício...Ela supõe conhecimentos fundamentados... geralmente, considera-se que não há competência total se os conhecimentos teóricos não foram acompanhados das qualidades e da capacidade que permitem executar as decisões sugeridas" (Tanguy, 1997:16). Etimologicamente competência vem do latim *competere* significando competir, concorrer, buscar a mesma coisa que outro. Também tem a ver com *competentia* no sentido de proporção, simetria, posição relativa a. Ainda faz parte de seu entendimento a representação mental que se tem de competência no sentido de – dar conta de, habilidades, atribuições, capacidade de solucionar problemas, autoridade em um ramo do saber e do fazer. (HOUAISS, 2001). Todas estas significações trazem uma contribuição interessante para compreender a idéia de competência enquanto algo relativo à campos circunscritos onde são realizados atos definidos baseados em conhecimentos próprios. Campos esses nem sempre construídos sem confronto, disputas e conflitos.

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



dos contextos/processos de trabalho e das demandas colocadas aos profissionais, ou seja, da estrutura organizacional e das configurações do profissional, em sua realidade cotidiana, em função da entrada e avanços dessas tecnologias a serviço da comunicação. Em seu livro *Las relaciones públicas en la empresa*, Cabrera (1996) aponta que a incorporação de tecnologias tem imposto demandas à gestão da informação, devendo ser (re)pensado, com certa urgência, o papel dos profissionais de comunicação e, de modo particular, o do Relações Públicas, cujo espaço de atuação tem sido, muitas vezes, absorvido por outros setores no interior das instituições/empresas.

Entre as várias questões que o desenvolvimento das tecnologias de informação

tem trazido para o cotidiano de trabalho do profissional de comunicação,

algumas merecem ser destacadas e, em linhas gerais, passam:

- **pela velocidade de criação dos meios tecnológicos. Esta leva a uma superação permanente dos mesmos, ainda recém criados, e que, muitas vezes, não chegam a ser assimilados pelo profissional. Como resultado existe uma constante sensação de atraso e da necessidade continua de atualização para minimizar seus efeitos;**

- pelo crescimento da exigência de eficiência dos profissionais. Este provoca, frequentemente, um sobre-trabalho, e não, o que era de se esperar, a realização do trabalho em tempo reduzido, significando a liberação do tempo, ou seja, o aumento de horas livres para outras vinculações. Esse sobre-trabalho é gerado em duas vias. A primeira dentro do local de trabalho com o aumento do volume e demanda de tarefas a serem cumpridas, com recursos mais sofisticados tendo como suposto que “o computador ajuda a realizar” e a segunda, por uma falta de preocupação, por parte das empresas, em gerar ou incentivar possibilidades de espaços para a capacitação, cabendo ao profissional encontrar, por conta própria, mecanismos para sua realização. Estes mecanismos, por serem externos às empresas, tomam um tempo que, frequentemente, não é computado como horas relativas ao trabalho, geralmente utilizando o período de descanso e recuperação do profissional em detrimento de sua dedicação à atividades de outras naturezas;

- pelo aumento do volume e da velocidade de acesso e de transmissão das informações. Estes, se por um lado, facilitam a captação dos dados e sua veiculação,



podem dificultar sua abordagem seletiva e, muitas vezes, gera uma possível superficialização no tratamento dos mesmos;

- pela formação profissional oferecida, por algumas escolas de comunicação. Nestas, a questão das novas tecnologias é, por vezes, desenvolvida periféricamente ou fica reduzida a um enfoque como técnica, não criando aportes para uma compreensão mais ampla, onde a técnica não pode estar desvinculada de uma reflexão teórica sobre seu significado, uso e as novas relações que gera no entorno do trabalho profissional. Incluir em seus quadros, docentes solidamente formados, com uma possibilidade de reflexão ampliada sobre as novas tecnologias, constitui hoje uma necessidade das escolas.

Sinteticamente pode-se dizer que este é o panorama que, de certo modo, vem inquietando o profissional em sua atuação cotidiana. Se considerarmos o caráter recente da revolução tecnológica na comunicação é possível que muitos profissionais, hoje atuando no mercado de trabalho, não tenham tido, em sua formação acadêmica, um suporte teórico-prático que, mostrando a importância e a necessidade de estar refletindo sobre o impacto dessas novas técnicas, tenha oferecido subsídios para o seu enfrentamento.

### **Relações Públicas e a comunicação interna: o instrumento intranet**

**Entre as questões mais amplas que têm sido trazidas pelas novas tecnologias em sua utilização pelos profissionais de comunicação em geral e o Relações Públicas em particular, o uso da intranet<sup>3</sup> tem gerado desafios novos em sua atuação na comunicação interna das empresas.**

**A escolha da intranet, para uma abordagem, nela centrada, no presente trabalho, deve-se, fundamentalmente, ao fato de ser um instrumento tecnológico recente, cujo crescimento de seu uso está em expansão fazendo parte dos instrumentos de comunicação interna nas empresas. Cabe indicar que a escassez de estudos direcionados ao assunto é evidente, ainda que as publicações vêm aumentando significativamente.**

**Entre outras funções, a intranet tem como potencial a possibilidade de**

***publicar informações corporativas; fornecer acesso ao correio***

---

<sup>3</sup> De forma simplificada "quando a tecnologia da Internet é usada dentro de uma corporação, e é aberta apenas a seus empregados, ela é referida como intranet" (Gralla, 1996:xi). O uso do termo é recente começando a ser usado em por volta de 1995. Numa visão técnica está baseada numa *rede de área local* (LAN) e é "restringida a uma área física limitada, como um escritório ou grupo de escritórios, e conecta os PC com o propósito de intercambiar e compartilhar informações e equipamentos"(Mirabito, 1998:97). Tradução pessoal.

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

***eletrônico; promover encontros virtuais; oferecer acesso fácil a bancos de dados centralizados e distribuir as notícias e informações mais recentes sobre a empresa a todos os computadores da rede ao mesmo tempo (Fronkowiak,1998:11).***

**Especificamente, como instrumento de trabalho do Relações públicas, a intranet pode ser utilizada para repassar interativamente os**

***clippings eletrônicos; informes especiais para gerentes e diretores (bem como para os funcionários); assessoria de informações (texto, imagens, sons e vídeo); organização do histórico da empresa e outras informações institucionais; promoção de eventos, etc (Michel,2000:48).***

**Segundo pesquisa recentemente desenvolvida pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE) <sup>4</sup>, a comunicação interna é considerada estratégica para 69% dos entrevistados. No que se refere aos veículos de comunicação interna utilizados, 72% apontaram que as empresas onde trabalham possuem uma intranet. No entanto ao explicitarem os recursos com os quais trabalham, 68% utilizam o jornal mural, 49% recorrem ao boletim informativo, 59% ao jornal impresso e 11% ao vídeojornal. Os dados ainda indicam um maior uso dos instrumentos clássicos, mas a presença da intranet como instrumento de comunicação interna na maioria das empresas pesquisadas mostra a sua relevância.**

O profissional de Relações Públicas tem a seu dispor uma gama muito grande de instrumentos que podem ser usados em suas ações de comunicação externa e interna. No entanto a utilização de instrumentos clássicos, como o mural, o boletim, a revista, o jornais, entre outros, ainda superam os da comunicação "moderna", que utiliza o e-mail, as apresentações multimídia, a Internet e a intranet. Esta não utilização dos recursos, mais recentemente, pode indicar uma disparidade nos investimentos na comunicação entra as diversas empresas e, quando disponíveis pode ser indicadora de dificuldades de seu domínio, em parte devido aos limites de sua formação profissional. *Por isto, o profissional deve estar preparado para mesclar as técnicas e os métodos de trabalho, utilizando-os de acordo com as possibilidades e necessidades das organizações (Michel, 2000:47).*

Se por um lado a formação profissional tem repassado, de modo incipiente, subsídios para este domínio tecnológico, hoje necessário, são também poucas as empresas que tentam suprir, de modo consistente, o distanciamento existente entre a

<sup>4</sup> Revista Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE. Ano 11 Nº 39 – 2º trimestre 2001.

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



tecnologia e a capacitação de seus profissionais e funcionários. No entanto, a demanda está posta e alguns esforços têm sido feitos. *“Algumas empresas instalam quiosques computadorizados no 'chão de fábrica' para familiarizar aos poucos o funcionário com os recursos de uma intranet* (Flores, 2001).

Em uma aproximação realizada aos profissionais de Relações Públicas, em Porto Alegre (RS, Brasil)<sup>5</sup>, foram observadas inquietações vivenciadas em seus cotidianos de trabalho que vêm reforçar esses dados apresentados na pesquisa da ABERJE. Posso destacar alguns pontos explicitados, iniciando pela constatação já feita pela ABERJE, em que apenas 7% das empresas consideram o Relações Públicas responsável pela comunicação interna. Essa consideração também aparece nos depoimentos do profissionais por mim entrevistados, mostrando o baixo envolvimento do mesmos com uma área potencial de trabalho profissional. Buscando resgatar suas falas, um dos entrevistados que se pronunciou nesse sentido alertou que

*muitos profissionais estão atuando em outras áreas ficando os profissionais de administração, engenharia e publicidade (tópicos nos departamentos de marketing) responsáveis por uma ferramenta de comunicação que não sabem adequar aos públicos da organização.*

Este fato pode ter várias explicações incluindo a própria  
origem da profissão do Relações Públicas, onde

*em função de suas raízes históricas, esteve voltada prioritariamente para a área externa, planejando e alavancando as estratégias de projeção imagética. Recursos humanos fincou o pé, conseguindo, no início, definir espaços para o desenvolvimento de programas de comunicação interna. Esta, por bastante tempo, esteve sob a sua alçada, gerando disputas com relações públicas* (Torquato do Rego apud: Kunsch, 1997:12).

---

<sup>5</sup> Esses dados fizeram parte de um levantamento de informações que subsidiou trabalho monográfico feito para a disciplina *Mídia e recepção*, em dezembro de 2001, junto ao mestrado de Comunicação Social que realizo na UNISINOS/São Leopoldo/RS -Brasil.

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Esta questão persiste até os dias atuais, e está, mais intensamente, colocada hoje, num momento em que os limites das competências profissionais específicas tornam-se menos nítidos, acrescentado do agravante colocado pelo aparecimento de novos cursos de áreas afins e de nomenclaturas que se confundem com as atividades do profissional de Relações Públicas.

Apontada pelos entrevistados como instrumento importante de comunicação interna, nos dias de hoje, pela sua agilidade no fluxo de informação e facilidade de controle (*feedback* das ações) de programas implementados, a intranet ainda é considerada sub-utilizada, no interior de grande parte das empresas, seja por não haver essa modalidade fundamental para o bom direcionamento das ações desenvolvidas, seja por não haver uma divulgação das potencialidades do instrumento. Outra questão colocada foi relativa à fragmentação das informações veiculadas, *onde cada área publica o que acha mais interessante*, alerta um dos entrevistados, não havendo um acompanhamento dos fluxos de comunicação.

Mas é outro entrevistado que resume muito bem o fato ao colocar que

*a intranet é facilitadora das relações entre os públicos, mas sua implantação necessita de estudos e estratégias que contemplem a cultura institucional. Cada instituição tem características específicas, públicos diferenciados e necessidades próprias e os instrumentos devem estar adequados às suas necessidades comunicativas. Os modismo e a implantação de instrumentos sem pesquisa prévia, podem invalidar iniciativas de interação com os públicos. A implantação de qualquer instrumento deve ser pesquisada, planejada e avaliada pelos profissionais da área. São investimentos que devem ter sua implantação e seu retorno estudados e devidamente registrados.*

### ***O gerenciamento da intranet: uma nova competência do Relações Públicas***

Enfim, a implantação de uma intranet não tem sido e não deve se restringir à responsabilidade única do setor de comunicação da empresa. Seu projeto deve reunir o conjunto organizacional como um todo, buscando assim potencializar a sua possibilidade de comunicação interna de modo a atender a todos de uma forma



otimizada. Porém a gestão das informações deve estar a cargo do setor de comunicação, em especial do profissional de Relações Públicas, que trabalha a comunicação organizacional integrada e deve ser visto como um estrategista, um gerente informacional.

***O RP deve estar em sintonia com as diretrizes estratégicas da organização para ser capaz de gerenciar a grande capacidade de produção de informação trazida pela informatização da comunicação, cuidando para que o excesso (ou a falta) de informação não sufoque a organização (Roman apud: Azzolin, 2000:131).***

O trabalho de geração, manutenção e atualização das informações também deve ser realizado de forma a integrar outros setores da empresa. A intranet tem um forte potencial para criar essa integração. Cabe ao profissional da comunicação e em particular ao Relações Públicas<sup>6</sup>, o papel fundamental de contribuir no estabelecimento e administração das relações nas organizações, no bom gerenciamento das informações e notícias, que constituem elo fundamental de integração dos funcionários com os objetivos da empresa.

São atividades que também devem ser assumidas por esses profissionais o lançamento da intranet, que deve ser considerado uma ação também de marketing, de modo a criar interesse nos funcionários para acessá-la; a pesquisa para verificar a satisfação com o uso e as informações encontradas e a atualização das informações que competem ao setor de comunicação divulgar, cabendo a cada departamento atualizar o seu espaço, mas com a ajuda do profissional de comunicação que visa criar uma comunicação integrada.

**Estas breves considerações mostraram um pouco algumas questões sobre o impacto que as tecnologias têm trazido para a cotidiano de trabalho dos profissionais de comunicação e, em especial, o Relações Públicas. No atual estágio em que se encontram os estudos sobre estas questões e, principalmente, a situação de implantação de instrumentos tecnológicos nas empresas que, com todo o seu desenvolvimento, ainda se efetiva em pequena escala, é difícil fazer afirmações**

---

<sup>6</sup> Relações Públicas é a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo que visa estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição, pública ou privada, e os públicos aos quais estejam direta ou indiretamente ligadas. Conceito definido pela Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP apud: Camatti, 2000:107).

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



**precisas sobre as repercussões com relação aos profissionais da comunicação. Contudo é possível dizer que a intranet, quando implementada e implantada, de modo articulado, altera as rotinas empresariais e os fluxos comunicacionais existentes. Estas alterações têm tido influência na atividade do profissional de Relações Públicas, demandando novas competências, e indicando que ele deve assumir um papel de gerenciador desse novo quadro que se apresenta.**

## Bibliografia

AZZOLIN, Maria Lisabete Terra. O Relações Públicas no contexto do comunicação globalizada. In: *Anais da I Semana de Relações Públicas de Santa Catarina*. Itajaí: UNIVALI, 2000.

CABRERA, Juan. *Las relaciones públicas en la empresa*. Madri: Acento, 1996.

CAMATTI, Tassiana, et al. Relações Públicas, comunicação para o mundo: um olhar à comunidade Ijuicense. In: *Anais da I semana de Relações Públicas de Santa Catarina*. Itajaí: UNIVALI, 2000.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FLORES, Silvana P., GOLIN, Cida, MATTIA, Olivar M.. *Reflexões após a euforia: limites e possibilidades das novas tecnologias de comunicação organizacional*. Montevideu: CD-ROM de palestras do X Edicom, 2001.

FRONKOWAIK, John. *Intranet para leigos*. São Paulo: Berkeley Brasil, 1998.

GARCÍA, Víctor M. La edad de la información, la cibersociedad. In: *Documentación social: revista de estudios sociales y de sociología aplicada*. Madrid: Cáritas Española, 1997, n.108.

**GRALLA, Preston. *Como funcionam as intranets*. São Paulo: Quark, 1996.**

**HOUAISS, Antônio. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro:**

1 Trabalho apresentado no NP05 – Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

---

**Objetiva, 2001.**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Summus, 1997.

**LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1999.**

**MICHEL, Margareth. As novas tecnologias: as Relações Públicas no ritmo das mudanças. In: *Anais da I semana de Relações Públicas de Santa Catarina*. Itajaí: UNIVALI, 2000.**

MIRABITO, Michael M. A. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Gedisa, 1998.

MORAES, Dênis. *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001.

TANGUY, Lucie (org.). *Saberes e competências: o uso de tais noções na escola e na empresa*. Campinas: Papirus, 1997.

TRIVINHO, Eugênio. *O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual*. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.