



Veredas Virtuais - Processo de Interiorização das Novas Tecnologias da Informação do Meio Empresarial da Paraíba¹

Luís Augusto de Carvalho MENDES²
Universidade Federal da Paraíba

Resumo

As Novas Tecnologias da Informação vêm se proliferando e fazendo parte cada vez mais do cotidiano social. Este trabalho buscou analisar o processo de expansão dessas tecnologias no meio empresarial das cidades do interior do Estado da Paraíba que não se encontram na região metropolitana da capital e das facilidades que ela oferece. O estudo foi realizado com a aplicação de questionário a 93 gerentes de Agências Correios, objetivando examinar a percepção da utilização dessas ferramentas, tanto equipamentos e programas, como a capacitação oferecida pela empresa. Os resultados apontam para um alto índice de utilização e absorção da cultura digital. Há, ainda, a necessidade de melhoria dos equipamentos, maior velocidade na rede de transmissão de dados e acesso a Internet para que sejam atingidas as expectativas geradas pela empresa.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional; Novas Tecnologias da Informação; Sistemas de comunicação.

Introdução

O objetivo deste trabalho é a análise da modificação dos canais de comunicação, pois, antes o que era um documento tangível no meio empresarial, hoje é enviado via correio eletrônico e disponibilizado na Intranet ou Internet corporativa. A informação chegava por meio físico às mãos dos gestores, hoje é enviada ou tem que ser captada no ambiente virtual.

As mudanças foram provocadas por maciços investimentos na utilização das Novas Tecnologias da Informação (NTI) adotadas pelas empresas como forma de melhorar os processos de comunicação e promover a diminuição de custos.

O presente estudo avaliou o processo de migração de informações físicas para uma cultura digital, em que o mesmo material é disponibilizado virtualmente. O ponto de partida foram os ruídos do processo migratório observados de forma empírica, como

¹ Trabalho apresentado no NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Psicologia Social da UFPB, email: luisaugustomendes@gmail.com



informativos que deixaram de serem lidos, mesmo os gestores sendo informados da disponibilização deles através de e-mail.

Uma das soluções encontrada foi a continuidade do informativo impresso em alguns dos setores da empresa. Assim, passou-se a trabalhar de forma sinérgica, utilizando os dois canais.

Dessa forma, vieram à tona as discussões estabelecidas a partir do advento da transformação e ampliação do campo tecnológico ocorridas nas últimas décadas, que têm repercutido diretamente no modo como a sociedade se configura, ressaltando nesse contexto as organizações empresariais.

Até o final da década de 1980, a comunicação empresarial era realizada através dos meios tradicionais, como as publicações impressas e as correspondências. Atualmente, a comunicação, notadamente nas organizações, utiliza também as NTI como meio e ferramenta para atingir seus objetivos.

Segundo Moreira e Pon (2003), o atual modelo de organização é uma evolução das empresas criadas na Modernidade e adaptadas a Pós-Modernidade. As fábricas, que representaram grande impulso para a consolidação dos tempos modernos, estão sendo substituídas por empresas dinâmicas que não utilizam mais a força de trabalho braçal, limitada e obediente, mas o potencial de imaginação, criatividade e ousadia de seus colaboradores. São empresas que querem mais do que mão-de-obra; querem indivíduos versáteis, pensantes e disponíveis.

De acordo com essas pesquisadoras, o que confere poder às organizações é o acesso à informação e o domínio do uso dos instrumentos que a transmite. “É possuir a senha que dá entrada a este mundo novo, tecnológico, virtual” (Ibid, 2003. p.4). Um novo mundo sem fronteiras, no qual os fenômenos espaço e tempo apresentam novas variações. No mundo atual, as noções de próximo e distante, veloz e lento não possuem os mesmos significados que tinham na Modernidade. E esse novo mundo, virtual e tecnológico, é configurado pelos novos canais de transmissão de informações.

Moreira e Pon (2003) mostram ainda que as empresas, versões pós-modernas das fábricas, também experimentam um relacionamento com seus públicos através das novas tecnologias de comunicação. A Internet media uma boa parcela das comunicações realizadas nas empresas, tanto internamente quanto entre a instituição e seus públicos externos. O uso dos computadores está disseminado no sistema empresarial, não apenas para o exercício das atividades administrativas, como também, para realização de sua comunicação.



Com a inserção das novas tecnologias a empresa comunica-se com seus públicos de forma mais econômica e rápida, o que permite, também, uma comunicação livre das barreiras geográficas impostas pelos tradicionais veículos de comunicação empresariais escritos ou audiovisuais (Ibid, 2003, p.5)

Outra ferramenta surgida com as novas tecnologias da comunicação é a Intranet, que é uma rede de computadores interligados em nível institucional, com ela a empresa tem condições de diminuir os gastos como material impresso e deslocamento de pessoas, maximizando o papel do funcionário na instituição. Isso representa, portanto, uma ferramenta de comunicação que possui potencial para se tornar um dos principais instrumentos de comunicação entre a empresa, seus funcionários e parceiros.

Porém, o processo de transição dos antigos modelos empresariais e de comunicação tem enfrentado resistências para a sua total aceitação. Edgar Morin (1990) traz questões de compreensão que permitem perceber que toda organização tende a conviver com processos dinâmicos de crises advindas de novas demandas e de redefinições de várias naturezas. Entendendo que os processos dinâmicos e de crise são inerentes aos seres humanos e é desta perspectiva que é trabalhada a questão da resistência, buscando entender os processos organizacionais e suas reconfigurações.

Para Sandi (2003) as mudanças organizacionais, sempre que ocorrem, são vistas com alguma resistência pelas pessoas nelas envolvidas. Com a introdução das novas tecnologias, esta vivência não foi diferente. A entrada nas organizações trouxe uma série de questões, relacionadas às resistências à sua incorporação, as quais, estão sendo percebidas e superadas aos poucos.

Sandi (Ibid, 2003, p. 5) em seu trabalho intitulado “A implantação de dispositivos tecnológicos nas organizações: resistências iniciais”, afirma que na base das resistências encontradas a questão que mais está presente é o fator desconhecimento, pois o uso de ferramentas digitais ainda é pequeno e sua evolução é considerada muito rápida.

Seguindo uma ordem hierárquica, o segundo motivo de resistência são as questões referentes à capacitação profissional. A formação dos gestores corporativos não reconhece a Intranet como veículo de informação e de comunicação, motivo pelo qual, os profissionais da área têm ainda uma compreensão reduzida de suas potencialidades. O medo da necessidade de reciclagens constantes para o domínio da Intranet apareceu também como um elemento de resistência.



Outras dificuldades apontadas pelo trabalho de Sandi (2003) dizem respeito à priorização dos processos, “Essa situação, mais frequente entre os funcionários em geral, está presente entre os profissionais que, muitas vezes, por acúmulo de trabalho e a conseqüente limitação de tempo, apenas ‘batem os olhos nas mensagens e deletam’”. (Ibid, 2003, p.10)

Davenport (2000), em relação aos empregados, discorre sobre a necessidade de uma adaptação às novas tecnologias, não só domínio técnico, mas também nos processos culturais provenientes dessas tecnologias, que exigem o perfil de profissionais capazes de capturar idéias e estarem atentos às vivências externas das organizações.

Para Sandi (2003), os próprios profissionais de comunicação cometem falhas na falta de cuidado na distribuição das informações, gerando mais de um canal para o mesmo grupo de destinatários. Esta duplicidade de comunicação acaba reduzindo o uso de um dos canais, pois é certo que apenas um será oficializado para recebimento das informações em detrimento ao outro.

As correntes menos otimistas garantem que existem derrotas significativas na proliferação das comunidades virtuais de forma a prejudicar as comunidades reais. Paul Virílio é um destes pensadores que afirma “estamos vivenciando um prejuízo de fato, a derrota dos fatos. É a chegada de um mundo virtual a partir do qual o mundo real será desqualificado” (VIRÍLIO,1998, p. 132).

Esse autor levanta questões importantes no que concerne à discriminação do homem a partir de seu condicionamento técnico. Como cada vez mais a informação é estratégica, aqueles que dominarem o aparato técnico e, portanto, o acesso a ela, elimina progressivamente os mais fracos.

Na visão de Sandi (2003), somente o tempo irá demonstrar como se dará a convivência entre os processos tradicionais de comunicação, a exemplo do face a face, e os tecnológicos, como a Intranet. Para ele, a possível substituição, nos dias de hoje, não tem se dado. Essas formas de comunicação têm se complementado. Para esse pesquisador, trata-se do entendimento de que não pode haver um endeusamento dessas tecnologias. É preciso, compreender suas potencialidades e seus limites, entender a força que tem a sua inserção nas mais diversas e complexas esferas sociais, sem subestimá-las ou sobrevalorizá-las.

Terra (2003) argumenta que ademais às novidades virtuais, somam-se ainda, os meios de comunicação tradicionais. Tudo é transmitido de forma simultânea. Essa mistura caracteriza a contemporaneidade como a era da comunicação social em todos os



níveis: TV aberta e fechada, jornais, rádios, outdoors, malas-diretas, cartazes, Internet, entre outros. Contudo, os meios tradicionais já não suprem as necessidades de informação com agilidade. A rede vem complementar essa demanda e consolidar-se como veículo imediato e instantâneo.

Com o crescimento da competitividade no mercado, os investimentos organizacionais na criação e implantação de sistemas de gerenciamento de informação vêm progressivamente aumentando, a partir do qual “o ritmo da produtividade se incrementa cada vez mais com o uso de novas tecnologias” (TRIVINHO, 2001, p. 219).

De acordo com Sandi (2003), a rede acaba por ser um meio mais barato e acessível às organizações, com a vantagem de que as barreiras geográficas se tornam a cada dia mais transponíveis e inexistentes. “O que vemos hoje é apenas parte de um longo caminho a seguir” (BIOCCA, 1995, p. 224) e a tendência é de que a realidade virtual deverá diminuir, cada vez mais, o espaço existente entre informação e imaginação. Então, as possibilidades de que a realidade virtual venha transformar-se na interface comunicacional do futuro estão cada vez mais próximas.

Metodologia

Amostra

Participaram da pesquisa 93 gerentes de Agências Correios, responsáveis pela utilização e disseminação das informações de cunho institucional, sendo que 83 responderam o questionário via e-mail e os outros 10 foram submetidos à pesquisa por telefone, por não terem respondido ao questionário original. Todos os participantes estavam lotados no interior da Paraíba, com faixa etária predominante entre 40 e 49 anos (52%), com mais de 20 anos de empresa (52%) e escolaridade - Nível Médio ou Técnico - (53%); seguido pelo nível Superior (37%).

A escolha desses profissionais se justifica por serem um espelho da segmentação que os Correios têm em seu quadro funcional, que é basicamente composto de dois tipos de profissionais: os primeiros são funcionários de carreira que possuem considerável experiência e domínio das normas e processos da empresa; o segundo é formado por profissionais com menor tempo de serviço, porém com um maior domínio de novas ferramentas empresariais, como as NTI, noções de Administração e Marketing.



Instrumento e Procedimento

A pesquisa foi realizada por meio de um questionário enviado por e-mail para 183 agências, que deveria ser respondido e devolvido pelo mesmo canal, com a intenção inicial de investigar o grau de familiaridade com os programas de mensagens eletrônicas. Como houve a devolução de 45% dos questionários, foi realizada uma pesquisa por telefone com 10% por cento dos não respondentes, em que se identificou o motivo da não resposta a pesquisa, visto que ela possuiu um caráter institucional.

O questionário era composto por 23 questões, que buscaram caracterizar a amostra por idade, tempo de serviço e escolaridade, e abordar os principais temas ligados às NTI que foram introduzidas nas atividades diárias dos empregados, como preferências entre os canais de comunicação institucional, utilização, domínio, dificuldades e avaliação dos programas e da capacitação oferecidos pela empresa para a área.

Resultados

Buscou-se conhecer a prioridade que os gerentes dão aos principais documentos recebidos diariamente em suas agências e quais são as formas (física ou eletrônica) que eles preferem recebê-las. Constatou-se que o e-mail é a forma de comunicação de maior prioridade dos entrevistados, seguido pelas comunicações normativas internas impressas, depois os resumos de serviços, a Intranet e informativos impressos diversos.

Avaliou-se a migração dos formatos impressos para os formatos digitais e constatou-se que a maioria dos participantes (82%) preferem receber os documentos e informações no formato digital.

A exceção por essa preferência foram os Resumos de Serviços, que são instruções normativas que orientam como os serviços devem ser executados. 53% dos entrevistados afirmaram que preferiam recebê-los impressos. Os entrevistados afirmaram que a escolha se deve pelo fato que estas orientações são utilizadas na execução de suas atividades diárias, quando os computadores estão utilizando os programas de atendimento, o que torna o acesso virtual lento ou mesmo inacessível devido às limitações da rede.



Pesquisou-se ainda como as novas ferramentas da tecnologia estão inseridas no dia-a-dia dos entrevistados. Como o canal de comunicação mais utilizado com os gestores das agências são as mensagens via e-mail, questionou-se quantas vezes o programa de correspondência é aberto para a leitura das novas mensagens. 66% alegaram que verificam as mensagens assim que elas chegam.

Quanto ao horário reservado para a leitura do correio eletrônico, 56% das respostas mostraram que o programa de mensagens eletrônicas permanece aberto durante todo o dia. Fora estes, 27% preferem a leitura no início do expediente. Assim, existe uma priorização de leitura no período da manhã, além dos que a fazem durante todo o dia.

59% dos gerentes avaliam seu grau de familiaridade com a informática nos níveis 1 e 2, que são os mais altos. Outros 33% indicaram que possuem um nível intermediário de intimidade com a tecnologia. A soma desses três níveis (1, 2 e 3) atinge um total de 92% dos pesquisados.

Essa aproximação com as novas tecnologias é reafirmada pelo fato de 51% dos pesquisados afirmarem não possuir dificuldades com a tecnologia que lidam em seu dia-a-dia no trabalho. É importante observar que dos outros 49%, que possuem alguma dificuldade, 90% têm faixa etária superior a 39 anos. Esse público só iniciou a utilização da informática por necessidade profissional há aproximadamente 15 anos. Diferente dos que possuem idade inferior que tiveram sua iniciação digital de forma mais precoce através de atividades escolares, lazer ou mesmo pelo uso doméstico.

44% dos pesquisados responderam que obtiveram seus conhecimentos no aprendizado com a utilização, pesquisa e tentativas diárias. Outros 34%, fizeram cursos ou aprenderam a manusear computadores residenciais, com seus filhos ou através de material instrutivo, como livros e apostilas. 21% afirmaram que adquiriram seus conhecimentos em cursos ministrados pelos Correios.

Faz-se necessário esclarecer que os 44% dos pesquisados que alegaram que obtiveram seus conhecimentos no aprendizado da prática diária, afirmaram que a base inicial desse conhecimento foi adquirido nos cursos ministrados pelos Correios e aprimorado com a utilização e pesquisa prática dessas ferramentas no local de trabalho. 70% da amostra não fez curso de informática fora do ambiente profissional. O que coloca a evidente constatação que o conhecimento adquirido foi proveniente dos processos internos de capacitação.



Verificou-se que os computadores estão cada vez mais presentes na vida doméstica, pois 48% dos pesquisados possuem computadores em suas residências. Resalta-se que as localidades onde esses gestores trabalham e residem encontram-se fora dos centros comerciais e alguns desses municípios sequer possuem lojas de informática.

Na utilização da Internet, as ferramentas mais utilizadas são o e-mail e a navegação em sites, seguidos pelos comunicadores instantâneos e sites de relacionamento e chats.

Foi avaliado se a estrutura disponibilizada pela empresa atende as necessidades das atividades para as quais foram designadas. Aqui, incluímos tanto as ferramentas tecnológicas como a capacitação dos profissionais. Quanto à tecnologia, 66% dos pesquisados afirmaram que ela atende as necessidades da atuação profissional diária.

Entre os fatores que foram indicados pelos 34% que responderam negativamente, 43% respostas afirmaram que os equipamentos são obsoletos, 12% que a quantidade de máquinas é insuficiente para as atividades das agências. A restrição a visita de sites, a lentidão da rede e do suporte foram outros motivos pelos quais a tecnologia foi considerada insuficiente.

No tocante a capacitação através de cursos e treinamentos oferecidos pelos Correios, 85% dos participantes afirmaram que os conhecimentos adquiridos foram suficientes para suas atividades profissionais. Verificou-se que os 15% que responderam que o conhecimento não foi suficiente e ainda continuam com dificuldades na utilização das tecnologias, todos eles possuem idade superior a 39 anos e afirmaram necessitar de reciclagem, principalmente em programas como o excel, gerenciadores de e-mail e o sistema de atendimento a clientes.

Quanto à migração dos processos físicos, baseados em documentos impressos, para o formato digital, 95% dos entrevistados observaram melhorias em suas atividades, e apontaram como os maiores benefícios a agilidade, rapidez e a interatividade fornecida pelas ferramentas tecnológicas. Os 5% que responderam negativamente apontaram que a velocidade da rede, a pouca quantidade e a baixa qualidade dos equipamentos são fatores que ainda prejudicam a eficiência dessas ferramentas.

Atualmente, os canais que os Correios mais utilizam para a interação e prestação de informações aos clientes é a página na Internet, com uma média mensal de 6 milhões de visitas, e a Intranet para divulgação de informações e disponibilidade de serviços para o público interno. Foi questionado se os gestores conhecem o conteúdo destes sites



ou saberiam direcionar os clientes para a busca de informações através da Internet. 89% afirmaram positivamente.

Foi possibilitado aos gestores que respondessem, de forma aberta, quais são os ganhos e os ajustes necessários para a utilização plena das novas tecnologias. Observou-se que os ganhos vão além dos processos internos, pois foram citados diferenciais mercadológicos como satisfação do cliente, bom atendimento, qualidade, competitividade e credibilidade.

Os ajustes apresentados apontam que os computadores e periféricos devem ser melhorados ou ampliados para atender as demandas para as quais foram desenvolvidos. O segundo ponto é a melhoria da velocidade da rede de dados que atende as agências, principalmente devido a programas como o Banco Postal e o sistema de atendimento, que só funcionam on-line e são a base fundamental do atendimento ao público.

Conclusão

Observou-se na pesquisa que existem critérios de leitura e priorização de mensagens ou informações que independem do canal pelo qual foram transmitidas. Visto que menos de 50% das agências que receberam os questionários não o responderam. O argumento mais utilizado foi a falta de tempo para responder a pesquisa, mesmo nos casos em que a pesquisa foi lida.

Outras atividades de caráter urgente ou obrigatório, a grande quantidade de atividades e processos administrados pelos gerentes, colocaram a pesquisa num segundo patamar de importância. Nesse sentido, é possível constatar que acima do canal está a mensagem. A relevância das mensagens e as atividades que elas orientam é o maior critério utilizado para a priorização das informações que os pesquisados recebem, independente se o formato for impresso ou digital.

É necessário destacarmos que, apesar de 72% dos nossos entrevistados possuírem idade superior a 39 anos e ser de uma geração que não teve acesso a informática em sua formação escolar, os formatos digitais foram os de maior aceitação e preferência para o recebimento das informações diárias. A única opção em que o formato impresso foi escolhido veio em decorrência da impossibilidade ou limitação da utilização do formato virtual.



Uma constatação clara é que a utilização das NTI para a comunicação organizacional é um processo aceito pelos profissionais pesquisados, bastando apenas que sejam disponibilizadas as ferramentas e o aporte tecnológico necessário para os benefícios sejam utilizados em sua plenitude.

Nas respostas ao questionário e na entrevista por telefone, constatou-se que a cultura digital está cada dia mais presente na vida dos profissionais, tanto no âmbito empresarial como em seu cotidiano. Muitas das resistências e dificuldades pontuadas por pesquisadores, como Sandi (2003) e Virílio (1998), estão sendo superadas a medida que as empresas, a sociedade e a cultura social estão absorvendo as soluções provenientes dessas novas tecnologias.

Os pontos negativos identificados no processo de migração dos formatos tangíveis para o digital indicam que os entrevistados querem que a empresa forneça equipamentos, velocidade de rede, capacitação e maior acesso às páginas da Internet, como forma de assegurar a perfeita utilização das ferramentas disponibilizadas. Isso é decorrente do fato das tecnologias apresentarem muitos ganhos na execução das atividades e qualidade de trabalho dos entrevistados.

O consenso dos entrevistados é que as ferramentas precisam atender às necessidades para as quais foram desenvolvidas e que devem ser implementadas estratégias e iniciativas para continuidade do processo de qualificação e aperfeiçoamento.

Um detalhe que deve ser observado é a especial atenção para absorção dessas tecnologias pelo segmento de profissionais com maior tempo de serviço e idade, neste caso acima de 39 anos, pois são favoráveis as essas ferramentas, mas necessitam de capacitação diferenciada, visto que esses processos estão sendo adquiridos prioritariamente na atualidade, pois não conviveram com essas tecnologias em sua vida escolar, doméstica ou em boa parte de sua vida profissional, diferente do que acontece com os profissionais com idade inferior.

Nos tempos em que a sociedade exige a utilização de todos os recursos possíveis para uma melhor qualidade de vida, pode-se afirmar que os benefícios da utilização das Novas Tecnologias da Informação ultrapassam os ganhos nos processos internos das empresas. Foram identificados diferenciais como satisfação, atendimento ao cliente, credibilidade, confiança, modernidade, praticidade, comodidade, ganhos de conhecimento e menos burocracia e estresse.



Com estes ganhos, fica constatado que a utilização das NTI é um processo que continuamente ganha mais adeptos dentro das instituições e da sociedade, na medida em que tem apresentado soluções para as demandas contemporâneas, diminuindo as resistências características da implantação do processo e formando um novo panorama social e cultural, em que sua utilização se torna cada dia um fato irreversível.

Referências

BIOCCA, F. **Realidade Virtual: o extremo limite da multimídia.** In: NEIVA, Eduardo e RECTOR, Monica (Org.). **Comunicação na era pós-moderna.** Rio de Janeiro: Petrópolis, Vozes, 1995.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para sucesso na era da informação.** São Paulo: Futura, 2000.

FREIRE FILHO, J. **Teoria e métodos de pesquisa em comunicação.** Rio de Janeiro: UCB/CEP, 2006.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Rio de Janeiro : 34, 1993.

MORAES, M. **Real e virtual: da existência de fato à simulação.** Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaoovirtual/0127.htm>, Acesso em: Jul.2006

MOREIRA, E. H.; PON, M. E. D. **Novas Tecnologias na Comunicação Empresarial: A Intranet como ferramenta da comunicação interna.** Núcleo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo.** 2.ed. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

_____. **O Método I – A natureza da natureza.** Mem Martins: Publicações Europa-América, 1977.

SANDI, A. Q. **A implantação de dispositivos tecnológicos nas organizações: resistências iniciais.** Núcleo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

TERRA, C. F. **A rede como ferramenta de relacionamento organizacional.** Universidade de Santo Amaro. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaoovirtual/0231.pdf> Acesso em: Jul.2006

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

VIRILIO, P. Os motores da história. In: ARAÚJO, Hermetes Reis de (Org.). **Tecnociência e Cultura: ensaios sobre o tempo presente.** São Paulo: Estação Liberdade, 1998.