



Tecnologia, práticas comunicacionais e cultura organizacional¹

Vivian Beatriz Temp²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo:

Neste texto, pretende-se refletir sobre a relação existente entre tecnologia, práticas comunicacionais e cultura organizacional. Trata-se de fazer algumas considerações sobre a nova formatação social fundamentada na Internet, visto que, através da emergência de práticas comunicacionais (e-mail, chats, listas de discussão, vídeo conferência interativa, weblogs), produz uma nova configuração no processo comunicativo, podendo interferir, assim, na cultura das organizações.

Palavras-chave: tecnologia; práticas comunicacionais; comunicação organizacional; cultura organizacional.

1. Introdução

A partir da década de 70, um processo de transformações sociais, econômicas, institucionais e tecnológicas, baseadas na tecnologia microeletrônica, foi colocado em movimento. A expansão e a popularização dos microcomputadores, assim como da Internet, proporcionaram a emergência de novas tecnologias de informação e da comunicação mediada por computador, possibilitando o surgimento de novas formas de interação e comunicação entre as pessoas.

Esta revolução tecnológica estendeu-se e, por meio da crescente informatização e adoção de novas ferramentas eletrônicas que possibilitam a realização de diversas práticas comunicacionais, gerou uma mudança dentro das organizações. A emergência dessas ferramentas proporciona distintas possibilidades de conexão e de comunicação, visto que estas práticas vão exigir das organizações novas posturas frente ao processo comunicativo caracterizado pela multidirecionalidade e informalidade.

Abordar questões relacionadas à evolução tecnológica e à inserção do meio eletrônico dentro da organização implica pensar no modo como esta relação pode

¹ Trabalho apresentado ao GT de Relações Públicas (Comunicação Organizacional), do VII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Relações Públicas; Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e bolsista CAPES – viviantemp@uol.com.br



interferir na cultura organizacional. O propósito deste trabalho é fazer uma reflexão sobre essa formatação social, baseada na Internet, que, através da emergência destas práticas, produz uma nova configuração no processo de comunicação, podendo interferir na cultura dentro das organizações.

2. Comunicação e tecnologia

Nas últimas décadas, a introdução de mudanças tecnológicas no cenário contemporâneo, através da integração das telecomunicações com a informática, proporcionou o surgimento de um novo componente na sociedade: as redes telemáticas. A emergência das redes possibilitou a realização de uma revolução tecnológica, que “[...] está reconfigurando o conjunto das sociedades humanas em todos os seus aspectos, implodindo barreiras de tempo e espaço, colocando a informação como elemento central de articulação das atividades humanas” (LEMOS e PALACIOS, 2001: 5).

A utilização e consolidação das tecnologias digitais de informação e comunicação (TIC's) nas mais variadas esferas da sociedade estão provocando transformações políticas, econômicas, tecnológicas, sociais e culturais. Os novos inventos tecnológicos modificam o modo como nos relacionamos e comunicamos, assim como possibilitam que pessoas situadas em locais geograficamente distantes possam conectar-se ao ciberespaço, através da utilização de instrumentos cada vez mais interativos com acesso instantâneo a um universo de informações.

Castells (2003) argumenta que estamos vivendo um novo paradigma socio-técnico que tem como fundamentação social e tecnológica a Internet, já que a mesma interfere no modo como se estruturam as relações, o trabalho e a comunicação. Para esse autor:

[...] Internet é sociedade, expressa os processos sociais, os interesses sociais, os valores sociais, as instituições sociais [...] ela constitui a base material e tecnológica da sociedade em rede; é a infra-estrutura tecnológica e o meio organizativo que permitem o desenvolvimento de uma série de novas formas de relação social que não têm sua origem na Internet, que são fruto de uma série de mudanças históricas, mas que não poderiam desenvolver-se sem a Internet. [...] Nesse sentido, a Internet não é simplesmente uma tecnologia, é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. (CASTELLS, 2003, p. 286 e 287).



Wolton (2003) tem uma posição menos entusiasta em relação às novas tecnologias, visto que, ao desenvolver uma análise crítica sobre a Internet, ressalta a existência de um paradoxo: por um lado, ninguém ousa criticar, nem questionar a evolução tecnológica, pois qualquer manifestação de ceticismo é identificada como descabida e temerosa ao futuro; por outro, as novas tecnologias de comunicação estão associadas à idéia de um progresso incontestável que está presente nos discursos de modernização. Ele explica que a ausência de reflexão sobre o sentido destas transformações leva a uma sucessão de modismos passageiros: primeiro, o modismo das mídias temáticas e depois das mídias interativas. Em relação ao primeiro, fala-se em dominação cultural, passividade, e no que se refere ao segundo, trata-se de liberdade individual e criatividade. Reforça que não existe nenhuma hierarquia em nível individual entre estas duas formas de comunicação, o modismo das mídias interativas não constituiu uma superação dos problemas das mídias temáticas, mas, antes de tudo, constituiu uma adaptação à evolução atual. O autor ressalta que atualmente, “os homens, frente às novas tecnologias de comunicação, estão, como o coelho branco de Alice no país das maravilhas, sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápido” (WOLTON, 2003, p. 31), demonstrando que a velocidade com que ocorre essa evolução, assim como a intensa quantidade de informação disponível na rede, muitas vezes, deixa as pessoas impacientes, com a sensação de desatualização, pois não conseguem acompanhar o ritmo do desenvolvimento tecnológico.

Com a entrada de novas técnicas e meios digitais, a capacidade dos *media* tradicionais foi estendida e novas tecnologias foram criadas. Isso implica em uma revolução digital que gradualmente promoveu a passagem dos *mass media* para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. A nova dinâmica técnica social introduziu uma estrutura midiática mais flexível que a produzida pelos *media* tradicionais, baseada no modelo um-todos. Neste sentido, o ciberespaço permite que a relação com o outro se desenvolva no contexto todos-todos, devido à capacidade de realizar uma comunicação bidirecional, individualizada, personalizada e em tempo real, onde qualquer pessoa pode enviar e receber informações para qualquer lugar do globo terrestre (LEMOS, 2002).



Assim, pode-se dizer que hoje se vive em uma cultura mediada³, na qual passamos de uma sociedade massificada para uma sociedade informacional, inundada por uma imensa quantidade de informações. A expansão e a popularização da Internet e de outras tecnologias de comunicação e informação nos levam a um tempo onde o objetivo é a conexão generalizada, capaz de definir uma nova configuração comunicacional, que não é mais editada por um centro, mas propagada em todos os sentidos.

As mudanças trazidas por essas tecnologias colocaram em questão referenciais de tempo e espaço, aspectos que dizem respeito à linearidade e não linearidade dos fluxos da informação e da comunicação, bem como o papel do emissor e do receptor no processo comunicativo. Neste novo contexto, as redes digitais se constituem e uma estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, disseminadas de forma aleatória e compartilhada, possibilitando, assim, uma dupla ruptura: no modo de conceber e no processo de difundir a informação (LEMOS, 2002). Além disso, o emissor e o receptor deixam de ser pólos estanques e tornam-se híbridos⁴, permutando-se na troca de funções, de forma que o emissor se confunde com o receptor e vice-versa.

Para Rojasorduña (2005) vivemos numa nova era na qual sentimos um impacto dessas transformações nos mais variados âmbitos da vida, e este cenário não poderia ser diferente no contexto organizacional. Segundo este autor:

Se esta viviendo la democratización de la información, en la que un puñado de personas pueden alcanzar la misma o mayor influencia que los medios tradicionales. Pero esta revolución no solo está llamando a las puertas de los medios. También las organizaciones están viviendo una transformación en la manera de ser percibidas por el público. (ROJASORDUÑA, 2005, p. 243).

Neste sentido, a concepção de redes, representadas pela Internet, está expressa nos meios de comunicação e também no interior das organizações, que, em busca de maior flexibilidade, agilidade nos processos, adaptação em relação ao mercado, desempenho, facilidade no relacionamento com os públicos, têm demonstrado um esforço crescente na adoção e uso dos novos instrumentos tecnológicos. E o

³ Thompson (1998) trata sobre a cultura mediada e desenvolve uma estrutura conceitual para analisar as formas de interação criadas pela mídia, através da análise de três tipos de situação interativa: face a face, mediada e quase-mediada ou quase-interação.

⁴ Para hibridação do emissor-receptor ver Trivinho (2003, p. 171, 172). TRIVINHO, Eugênio. Epistemologia em ruínas: a implosão da teoria da comunicação na experiência do Ciberespaço. In: Para navegar no século XXI. Martins, Francisco Menezes, Silva, Juremir Machado. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.



computador, que no princípio era utilizado pelas organizações para melhorar suas operações internas e tarefas administrativas como folhas de pagamento, faturamentos de clientes e estoques, passou a ser a interface que permite aos funcionários estabelecer novas formas de interação, cooperação, comunicação e troca de informações.

Assim, à medida que aumenta a busca por uma efetiva conexão social, aumenta também a necessidade do desenvolvimento de instrumentos ainda mais sofisticados. E o surgimento de alguns destes instrumentos proporcionam à emergência de inúmeras práticas comunicacionais⁵ nas mais variadas esferas sociais, entre as quais, no ambiente organizacional.

3. Novas práticas comunicacionais dentro das organizações

A comunicação eletrônica é um assunto que vem se popularizando no contexto da comunicação organizacional com a mesma velocidade que a absorção e o uso das tecnologias digitais de informação e comunicação. Na prática assistimos a um processo jamais visto de inovação e absorção de tecnologias que permite e favorece o desenvolvimento da comunicação entre as pessoas. De acordo com Kunsch⁶ (2006)

As tecnologias apontadas pela telemática estão definitivamente revolucionando as comunicações. Os exemplos são evidentes nas indústrias culturais, na multimídia, na televisão (interativa, digital, por cabo e de alta definição), nos aparelhos celulares e em todas as interações das mídias disponíveis. Toda essa convergência midiática é uma realidade presente nos dias de hoje e acontece, também nos processos comunicativos das organizações. (Kunsch, Unirevista, vol. 1, nº 03, jul 2006)

Antes da popularização da Internet, a comunicação escrita dentro das organizações era baseada em veículos⁷ como murais, boletins, correspondência empresarial, publicações, mala direta, etc. Com o surgimento das redes e das tecnologias digitais, novas práticas comunicacionais estão sendo adotadas no contexto organizacional, possibilitando o surgimento de novas modalidades de comunicação

⁵ Para práticas comunicacionais da cibercultura, ver Lemos, 2003, p. 16.

⁶ Artigo de Kunsch Unirevista, vol. 1, nº 03, jul 2006) apresentado no ALAIC 2006, disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Kunsch.PDF

⁷ Cesca (1994, p. 29) aborda os veículos de comunicação dirigida na empresa.



escrita.

Ao abordar as práticas comunicacionais que podem ser estabelecidas através da rede, será utilizado como referencial teórico, Marcuschi (2005). Este autor classifica, analisa e descreve as características de um conjunto de gêneros textuais que estão emergindo no contexto da tecnologia digital em ambientes virtuais. É importante ressaltar que nem toda a classificação descrita pelo autor pode ser inserida no contexto organizacional, e que, devido a isso, os itens aqui abordados foram escolhidos propositalmente, pois se entende que sejam os mais indicados para serem utilizados no ambiente comunicacional das organizações. Além disso, esta listagem não é uma relação exaustiva, pois a Internet é um ambiente virtual heterogêneo e em constante evolução, que proporciona o surgimento de novos gêneros, assim como novas modalidades de comunicação, participação e interação.

E-mail (correio eletrônico)

O e-mail é uma forma de comunicação criada ocasionalmente nos computadores do Departamento de Defesa Americano (ARPANET), na década de 70. Ele se popularizou nos anos 80 e assumiu o formato que tem atualmente na década de 90. Trata-se de um meio de comunicação interpessoal multidirecional, com remessa e recebimento de correspondência via meio eletrônico. Devido à forma e à velocidade com que as mensagens são transmitidas, ele possibilita maior agilidade no processo de comunicação, podendo ser utilizado para o envio de mensagens em diversos formatos: como arquivos, circulares, convites, formulários e documentos, os mais variados.

Roman (2005, p. 75) afirma que, dentro do ambiente organizacional, “o e-mail é um canal oficial (...) através dele são disseminadas as informações que visam assegurar o perfeito funcionamento da organização”. O mesmo autor complementa que o e-mail é um local utilizado para carnavalização, pois “os funcionários fazem circular nos e-mails muito do que são impedidos de explicitar no cotidiano de suas organizações” (2005, p. 81), chamando atenção para o fato de que esta ferramenta, assim como pode ser utilizada para facilitar o desenvolvimento do trabalho, também pode ser usada de forma menos adequada dentro da organização.

Listas de discussão (Workgroups)

As listas de discussão são formadas por interesses de grupos bem definidos, constituídos como comunidades virtuais que se agrupam em torno de determinados



interesses e operam via e-mail, para a discussão de temas específicos. Não existem temas fixos para serem discutidos, pois, normalmente, as listas são caracterizadas por veicular informações úteis ou de interesse ao grupo participante. A lista pode ser utilizada para as mais diversas finalidades e nos mais diversos contextos, por exemplo, para troca de informações sobre um tema em comum, no ambiente escolar, universitário e profissional.

Essa ferramenta utilizada dentro das organizações permite que pessoas que estejam situadas em locais geograficamente distantes (escritórios, cidades ou até mesmo países) possam colaborar e compartilhar idéias e informações sobre projetos ou experiências, contribuindo para facilitar e aumentar a eficiência do trabalho em equipe.

Chats

Os chats surgiram na Finlândia, em 1988, quando foi escrito o primeiro IRC (Internet Relay Chat), na universidade de Oulu, com o propósito de estender aos serviços dos programas BBS (os e-mails de então) para comunicações em tempo real. No início, podiam ter acesso ao IRC somente pessoas com senha e que fossem diretamente ligados aos servidores da universidade.

Já no início do século XX, ocorreu a primeira dissidência mundial, o que permitiu que qualquer pessoa pudesse se conectar, sem a necessidade de senha. Desde então, os programas de bate-papo (chats) proliferaram em grande número, se tornando um dos gêneros mais praticados pela civilização ocidental dando origem a vários tipos como: Icq, Msn, Google talk, etc. Atualmente, cada provedor também costuma ter um sistema ou site de comunicação instantânea para seus assinantes. Tratam-se de ambientes em “salas” de bate-papo virtual em tempo real entre duas ou mais pessoas simultaneamente, nos quais se pode estabelecer uma interação semelhante à conversação face a face, através de produções escritas no formato de diálogo numa seqüência síncrona.

A vantagem da utilização de um chat dentro da organização é a possibilidade de se criar uma lista de integrantes que permanecem em contato sempre que estiverem conectados à rede. Os participantes podem contatar-se, trocar informações e arquivos em tempo real, sem haver necessidade de utilização do telefone, ou deslocamento interno, ou para fora da empresa.

Vídeo conferência interativa



A vídeo conferência é um gênero essencialmente institucional na finalidade de trabalho, possui tema fixo, tempo claro de realização com parceiros definidos. É um ambiente que tem vídeo e voz síncrona simulando uma interação face-a-face. A escrita é utilizada com menor intensidade, pois a vídeo conferência se aproxima dos telefonemas com imagens em circuito fechado. Em grandes organizações é utilizada para a realização de reuniões à distância, quando os participantes se encontram situados em locais geograficamente distantes.

Weblogs

As primeiras versões dos blogs surgiram para registrar as leituras, listas e links interessantes que as pessoas faziam em suas navegações pela rede mundial. Eram uma espécie de diário “de bordo” dos navegadores da Internet. Hoje, qualquer pessoa pode ter um weblog pessoal com anotações diárias acessíveis a qualquer um na rede.

Depois de se tornarem um fenômeno mundial, os weblogs começaram a ser adotados pelas empresas, como meios de comunicação organizacional. Segundo Orihuela (2005, p. 89), as organizações que mais se beneficiam com o uso de weblogs “são aquelas cujo modelo de negócio ou estratégia baseia-se total ou parcialmente na Web, (...) e que necessitem de canais de comunicação diretos com seus públicos internos e externos”.

Em seu texto, Marcuschi apresenta um paralelo formal entre os gêneros emergentes na mídia virtual e as suas contrapartes nos gêneros já existentes, conforme segue tabela abaixo.

Gêneros emergentes	Gêneros já existentes
E-mail	Carta/bilhete/correio/circulares
Listas de discussão	Circulares/reuniões
Chats	Conversações pessoais ou em grupo
Vídeo-conferência interativa	Reuniões de grupo/conferências presenciais
Weblogs	Agenda, diário pessoal

Adaptado a partir de Marcuschi, (2005, p. 31), In: Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido.

Os gêneros abordados pelo autor dizem respeito a interações entre indivíduos reais, que estabelecem suas relações em ambientes virtuais. Marcuschi ressalta que o



intenso uso da escrita caracterizada numa linguagem mais informal, que se aproxima da oralidade, é um aspecto constante neste tipo de comunicação. Os chats e as videoconferências permitem uma interação síncrona, enquanto que o e-mail, os fóruns de discussão e os weblogs são meios de comunicação assíncronos.

Como se percebe, essas ferramentas de comunicação geram novas formas de compartilhamento, interação e relacionamento social. A conexão generalizada proporciona a emergência de uma nova configuração comunicacional cujo fator principal é a liberação do pólo de emissão, através do surgimento de uma comunicação que pode ser bidirecional ou multidirecional. Para Lemos (2003), não se trata de substituir formas anteriores, já estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público), e, por isso, se deve evitar a lógica da substituição ou do aniquilamento. Trata-se, sim, de reformatação de práticas e modalidades mediáticas, do surgimento de novas relações mediadas, da migração dos formatos, sem a substituição de modelos anteriores.

4. A comunicação digital e a cultura organizacional

É relevante ressaltar que nem todo o processo comunicacional de uma organização é eletrônico ou digitalizável. Além disso, nem toda a tecnologia de informação e comunicação é necessariamente apropriada à proposta de comunicação de uma organização. As organizações são constituídas por diferentes segmentos de público, portanto as escolhas dos instrumentos e a adoção de novas práticas devem estar de acordo com as características do público que a organização pretende atingir.

A implantação de instrumentos tecnológicos atravessa a compreensão de diversos aspectos, dentre eles, as motivações, pressões internas e externas⁸ que promovem o seu desenvolvimento e colocam em prática sua utilização, tornando-se necessário pensar a comunicação e a tecnologia inseridas no contexto da cultura organizacional. Assim, “o primeiro conjunto a ser considerado na formatação da comunicação digital de uma empresa é a sua cultura e a relação desta cultura com os quesitos de inovação, tecnologia, uso de computadores, de Internet” (CORREA, 2005, p.107).

Thompson (1995, p. 176) desenvolve uma concepção de cultura definida como: “o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações,

⁸ Artigo de Sandi apresentado no ALAIC 2006 Unirevista, vol. 1, nº 03, jul 2006), disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Sandi.PDF.

manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham de suas experiências, concepções e crenças”. O autor também enfatiza a importância de se levar em conta o contexto em que as formas simbólicas estão inseridas.

Neste sentido, falar de cultura organizacional significa compreender que ela ocorre dentro de um contexto estruturado e é um processo dinâmico que está em constante modificação, o qual recebe a influência de fatores que estão em seu entorno. As formas simbólicas são produzidas por agentes situados dentro de um contexto sócio-histórico específico, e, portanto, também são recebidas e interpretadas por indivíduos que se encontram situados neste contexto.

Dentro do ambiente organizacional, a introdução do meio tecnológico e das novas práticas comunicacionais tem uma conotação para o agente produtor, neste caso, a organização. Mas isso não significa, necessariamente, que a interpretação do público interno irá ao encontro com a intenção pretendida pela organização. Este público é composto de pessoas com histórias, características distintas e experiências particulares, e essas serão acionadas no momento de interpretar e compreender os significados da implementação das novas práticas.

Thompson também dá destaque a outro aspecto que ele denomina de *processos de valorização* (1995, p. 193), definidos como os processos pelos quais cada indivíduo atribui determinado tipo de valor a um fenômeno social. Assim, a inserção de novas práticas comunicacionais na organização pode passar por um complexo processo de valorização, avaliação, conflito e até mesmo, de contestação pelo público interno. A mera inclusão de novos instrumentos não irá assegurar o seu reconhecimento, entendimento e a participação das pessoas, que deverão “[...] lidar com o impacto do fluxo acelerado de informações e, principalmente dar-lhes um significado, ou seja, interpretá-las, integrando-as com sua visão de mundo [...]”.(GUARESCHI, 2003, p.43).

Nesta perspectiva, deve-se considerar que, de um lado está a organização que assume as tecnologias de informação e comunicação como parte do processo de comunicação e dá início a uma ação de mudança; e de outro está o público interno, que nem sempre acolhe as intenções da organização da forma pretendida, pois, para isto, precisa ter a exata compreensão da necessidade da implantação do meio eletrônico no contexto organizacional.

Isso implica dizer que a existência de alterações que venham garantir a utilização dos instrumentos tecnológicos torna necessária uma mudança na concepção da cultura



da organização. Freitas entende que uma mudança cultural é “a definição de um novo rumo, uma nova maneira de fazer as coisas, alicerçada em novos valores, símbolos e rituais” (FREITAS, 1991, p. 115). A autora complementa, “para que a mudança de comportamento produza mudança cultural é necessário que as justificativas do comportamento também sejam mudadas” (FREITAS, 1991, p. 117). Desta forma, o público interno deverá compreender a razão, perceber a relevância, o significado e o que representam as mudanças que estão sendo colocadas em prática dentro da organização, assim como conhecer as características e particularidades de cada ferramenta, ter clareza sobre o modo, a forma e o momento em que elas deverão ser utilizadas.

As organizações são caracterizadas por determinados tipos de recursos, delimitadas por regras, convenções e entendimentos prévios que estabelecem o modo de utilização dos meios disponíveis e que servem para dirigir e orientar os indivíduos dentro da organização. Elas também são caracterizadas por estabelecer relações centralizadas, hierarquizadas entre os indivíduos e as posições que eles ocupam (THOMPSON, 1995).

Já as tecnologias de comunicação e informação têm um cunho descentralizador e pluralístico, e, por isso, podem provocar interferência na cultura organizacional caracterizada pelos aspectos descritos acima, visto que, instrumentos como chats, e-mails, fóruns, listas de discussão dão destaque à relação dialógica⁹, e permitem criar novas formas de interação e instaurar formas de relacionamento e de comportamento dentro das organizações.

Sob esta perspectiva, a organização também deverá ter consciência das particularidades das ferramentas tecnológicas e estar ciente de que essas poderão provocar interferência no modo como a cultura da organização está estabelecida. A multidirecionalidade e a informalidade, características da comunicação eletrônica, ocorrem numa dinâmica que, algumas vezes, pode escapar ao controle das convenções e regras institucionalizadas pela organização. Segundo Roman (2005), o modo e a rapidez com que as mensagens são transmitidas tornam mais fácil o enredamento comunicativo, possibilitam que as hierarquias sejam contornadas, podendo suscitar questionamentos em relação à linearidade unidirecional do fluxo informacional, modelo que interessa às estruturas rigidamente hierarquizadas.

⁹ Thompson (1998, p. 79 e 80) trata dos tipos situação interativa criada pelos meios de comunicação; a interação mediada é dialógica.



Hoje em dia, qualquer funcionário com acesso a e-mails e chats pode receber e repassar mensagens para outras pessoas, de dentro ou, até mesmo, para fora da empresa, independente do nível hierárquico em que se encontra. Os funcionários também podem ter um blog ou escrever no blog de outra pessoa, participar de listas de discussão (Workgroups) e manifestar seu ponto de vista em relação a qualquer coisa, inclusive sobre fatos ocorridos dentro da própria organização. A organização poderá bloquear o acesso a determinados sites, ou até mesmo a algum tipo de chat, mas não poderá impedir que o funcionário participe de algum blog ou workgroup e expresse a sua opinião fora do contexto organizacional.

Assim, muitas organizações que são caracterizadas por relações hierarquizadas entre os indivíduos e sustentadas pelo fluxo de informação descendente, terão que aprender a adotar uma nova postura, na qual a utilização da comunicação eletrônica, que possibilita novas modalidades de expressão através de uma escrita mais livre e de maior informalidade no processo de comunicação, que esteja de acordo com a cultura organizacional.

5. Considerações finais

O advento das redes telemáticas, representadas pela Internet, e das diversas tecnologias de comunicação e informação ocorridas nas últimas décadas proporcionou o surgimento de uma conexão generalizada e a possibilidade de ultrapassar as barreiras do tempo e do espaço. À medida que aumenta o esforço capaz de produzir uma efetiva conexão social, cresce, também, o desenvolvimento de instrumentos capazes de instaurar novas práticas comunicacionais, assim como novas formas de interação, relacionamento e comportamento social.

Esses instrumentos têm um traço descentralizador e pluralístico. São caracterizados pelo intenso uso da escrita numa linguagem que se aproxima da oralidade, possibilitando a realização de uma dinâmica comunicacional mais livre e informal, evidenciada pela agilidade e multidirecionalidade. A inserção do meio eletrônico e a adoção dessas práticas no contexto organizacional produzem transformações na cultura, na maneira como se estabelecem às relações e no modo como se realiza a comunicação.

Neste sentido, organizações caracterizadas por relações lineares e hierárquicas, e



que adotam o uso das tecnologias de informação e comunicação como parte do processo de comunicação, têm que assumir uma nova postura para se ajustar às peculiaridades desses instrumentos. Também é importante que a organização deixe claro qual é a necessidade e a importância dessa mudança para o público interno. Esta postura irá ajudar esse público a compreender as razões e perceber o significado das transformações que estão sendo colocadas em prática. Desta forma, a organização terá maiores condições de valorizar o processo, assegurando o reconhecimento da implantação do meio eletrônico e o comprometimento na utilização das novas práticas comunicacionais dentro do contexto organizacional.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999, 617p.

CASTELLS, Manuel. **Internet e sociedade em rede**. In MORAES, Denis de. (org). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro, Record, 2003, 414 p.

CESCA, Cleusa Gertrudes Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 1995, 165p.

CORREA, Elizabeth Saad. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com o público. **Organicon: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: Gestcorp/Eca/Usp, Ano 2, nº 3. p. 94-111, 2º semestre 2005.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura Organizacional: formação, tipologias e impactos**. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991, 140 p.



GUARESCHI, PEDRINHO. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, 380 p.

KUNSCH, Margarida M. Kroling. Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas. **Unirevista**. Vol. 1, nº 3 (julho 2006). Disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Kunsch.PDF.

LEMOS, André. **Cibercultura alguns pontos para compreender a nossa época. In: Olhares sobre a cibercultura**. Lemos, André, Cunha, Paulo (orgs.). Porto Alegre: Sulina, 2003, 231 p.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002. 328 p.

LEMOS, André e PALÁCIOS. **As janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001, 279 p.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. 260 p.

MARCUSCHI, Luis Antônio. **Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital**. In: Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido. Luis Antônio Marcuschi, Antônio Carlos Xavier (orgs.), 2ª ed., Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

ORIHUELA, José Luis. Weblogs na empresa: um guia para começar. **Organicon: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: Gestcorp/Eca/Usp, Ano 2, nº 3. p 84-93, 2º semestre 2005.

ROJASORDUÑA, Octavio Isaa. **Relaciones Publicas: la eficacia de la influencia**. Madrid: Esic Edictorial, 2005.

ROMAN, Artur. O e-mail nas organizações: reconstrução da sociabilidade perdida. **Organicon: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: Gestcorp/Eca/Usp, Ano 2, nº 3. p. 68-83, 2º semestre 2005.

SANDI, André Quiroga. Dispositivos tecnológicos e cultura organizacional: motivações e pressões para mudanças. **Unirevista**. Vol. 1, nº 3, julho 2006. Disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Sandi.PDF. Acesso em: 10/07/2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, 261 p.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, 427 p.

TRIVINHO, Eugênio. **Epistemologia em ruínas: a implosão da teoria da comunicação na experiência do Ciberespaço**. In: Para navegar no século XXI. Martins, Francisco Menezes, Silva, Juremir Machado. Porto Alegre: Edipucrs, 2003, 280 p.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003, 232 p.