

Comunicação instantânea: uma nova prática sociocultural no contexto organizacional¹

Vivian Beatriz Temp² e Karla Maria Müller³
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo:

O objetivo deste artigo é fazer algumas considerações sobre o processo de comunicação mediado pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC's) no contexto organizacional. Propõem-se refletir sobre a relação existente entre comunicação instantânea, organização e cultura, visto que a evolução tecnológica suscita o desenvolvimento de instrumentos que possibilitam a realização de práticas comunicacionais. Essas práticas produzem uma nova configuração no processo comunicação, podendo, assim, potencializar a participação dos indivíduos no processo comunicativo e interferir na cultura das organizações.

Palavras-chave: processo de comunicação; tecnologia; comunicação instantânea; organização; cultura.

“Las tecnologías son mucho más que meros instrumentos neutros. Al operar como mediación entre la acción de los hombres y su medio ambiente (en verdad, sobre su ambiente), no solamente transforman a éste último sino a los propios hombres. Operan en el espacio y el tiempo, transformando no solo al ambiente (físico e social), sino a la propia percepción que tenemos de él, posibilitando nuevas formas de ‘cultivo’ y/o de apropiación de la realidad, en tanto dominios humanos”
(Eduardo A. Vizer)

Introdução

A introdução de mudanças tecnológicas de grande alcance no cenário contemporâneo, através da integração das telecomunicações com a informática, proporcionou o surgimento de uma nova formatação social baseada nas redes telemáticas. Graças à rápida expansão das redes, as fronteiras do espaço e do tempo foram ultrapassadas, modificando o modo como nos relacionamos, interagimos e comunicamos.

Esse desenvolvimento tecnológico, por meio da crescente informatização e da emergência de diversas ferramentas eletrônicas, tem possibilitado a realização de distintas

¹ Artigo enviado para o I Congresso Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - GT3 – Comunicação Digital, inovações tecnológicas e o impacto nas organizações.

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

³ Relações Públicas, Dra. em Ciências da Comunicação, Prof^a. e Pesquisadora do PPGCOM/UFRGS; Editora da Revista Eletrônica INTEXTTO; Coord. do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas. E-mail: kmmuller@orion.ufrgs.br.

práticas comunicacionais que tornam possível a conexão entre pessoas localizadas em qualquer parte do mundo. O reflexo dessas transformações repercutiu no interior das organizações, impulsionando um redesenho nas estruturas, nos modelos de gestão, nas práticas administrativas e comunicacionais.

O surgimento dessas ferramentas proporcionou diferentes possibilidades de interação e de comunicação, e as práticas socioculturais exigem das organizações novas posturas frente ao processo comunicativo, caracterizado, cada vez mais, pela multidirecionalidade e informalidade. Pensar em questões relacionadas à evolução tecnológica e à inserção do meio eletrônico dentro das organizações, portanto, implica refletir no modo como esses aspectos podem interferir na cultura organizacional.

O propósito deste artigo é fazer uma reflexão sobre o processo de comunicação mediado pelas tecnologias de informação e comunicação no contexto organizacional. Acredita-se que a comunicação instantânea realizada através dos instrumentos de comunicação mediada, pode ser capaz de potencializar a participação dos funcionários no processo comunicativo, suscitando mudanças na cultura das organizações.

Comunicação, tecnologia e organizações

A necessidade do ser humano se comunicar não é nova e sempre existiu. Kreps (1995) concebe a comunicação como uma atividade simbólica, na qual os indivíduos recebem informações que são processadas, interpretadas e transformadas em significados que ajudam a compreender os diversos fenômenos do mundo social. Para esse autor, “la comunicación humana ocurre cuando una persona responde a un mensaje y le asigna significado [...] Los mensajes son cualquier símbolo al que la gente presta atención y para el que se crea un significado em el proceso de comunicación” (KREPS, 1995, p. 27).

Nas civilizações mais primitivas, as trocas comunicativas ocorriam por meio da repetição de relatos orais, e a palavra exercia uma função essencial na gestão da memória social. Nessa época, o armazenamento da informação e a propagação do conhecimento eram restritos em termos geográficos, pois dependiam da interação face a face e se limitavam ao compartilhamento do mesmo espaço físico pelos participantes.

Com o surgimento da escrita e da impressão, na Revolução Industrial, essa barreira física foi transposta, o que possibilitou o surgimento de uma nova situação prática de comunicação. As técnicas de impressão permitiram que a informação pudesse ser expressa e

registrada, possibilitando que os indivíduos interagissem com a palavra escrita e o conhecimento fosse disponibilizado em um tempo futuro.

A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, tornou-se possível estabelecer um tipo de relação espaço-temporal que não consiste somente no estabelecimento de novos meios de transmissão de informação, mas também no surgimento de novas formas de interação e relacionamento entre os indivíduos. A informação e as trocas simbólicas passaram a fluir em um sentido unilateral, pois eram produzidas em um contexto e recebidas por um número indefinido de receptores situados em outro contexto.

Já as mudanças trazidas pelas tecnologias de informação e comunicação, além de colocar em questão referenciais de tempo e espaço, trouxeram transformações 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. As redes digitais se constituem em 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 híbridos (TRIVINHO, 2003), permutando-se na troca de funções, de forma que o emissor se confunde com o receptor e vice-versa.

Assim, pode-se dizer que hoje se vive em uma cultura mediada⁴, 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 disseminada em todos os sentidos.

As possibilidades de interação, a instantaneidade na transmissão de informações e as diversas linguagens que podem ser utilizadas na sua estrutura multimidiática são alguns dos elementos provocados pelo surgimento do ambiente digital. A emergência das redes e da comunicação através de variados aplicativos tem um impacto direto nas mais diversas áreas, como o modo de fazer negócios, estabelecer relações e propagar informações. Por esta razão, cabe pensar que “a tecnologia não apenas penetra nos eventos, mas se tornou um evento que não deixa nada intocado. É um ingrediente sem o qual a cultura contemporânea – trabalho,

⁴ 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.

arte, ciência e educação – na verdade, toda a gama de interações sociais, é impensável” (ARONOWITZ⁵, apud SANTAELLA, 2003, p, 26).

Nesse sentido, as transformações geradas pela evolução tecnológica suscitam um redesenho nas estruturas e nos processos internos das organizações. Para (ROJASORDUÑA, 2005) vivemos em uma nova era e sentimos o impacto dessas transformações nos mais variados âmbitos da vida. E este cenário não poderia ser diferente no contexto organizacional. Segundo esse autor:

Se está 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).

Olhando através de uma perspectiva sistêmica, pode-se dizer que as organizações são sistemas que estão em constante interação com o ambiente externo, e dessa forma estão sensíveis às mudanças que ocorrem no seu entorno. As mudanças proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico geram transformações em diversos aspectos, e, com isso, as organizações têm, cada vez mais, inserido as tecnologias de informação e comunicação nas suas práticas administrativas.

Ao considerar-se a organização como um sistema aberto, pode-se entendê-la como um conjunto de dois sistemas interdependentes que se influenciam mutuamente: o social e o técnico. O primeiro engloba as normas, os valores, as políticas e a cultura que regem os indivíduos que se reúnem intencionalmente com o propósito de atingir um objetivo. O segundo refere-se à estrutura física, aos equipamentos e à tecnologia que compõem a organização. De acordo com Motta (1986), o sistema pode ser entendido como

[...] conjunto de elementos organicamente relacionados numa determinada configuração, de modo que o todo se revela como maior que a soma das partes. O sistema só é visto como em mudança contínua, na medida em que só sobrevive e eventualmente cresce pela sua adaptação a um ambiente altamente turbulento. (MOTTA, 1986, p. 84).

Dessa forma, compreende-se a organização como um subsistema que faz parte de um sistema maior, a sociedade. O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação

⁵ ARONOWITZ, Stanley et al. (eds.). Technoscience and cyberculture, New York, Routledge, 1996, referência completa encontra-se no livro da Santaella (2003).

não transforma somente o contexto social e os meios de comunicação. As organizações, ao interagirem com o ambiente externo, também recebem os reflexos e a influência dessas transformações, ajustando-se constantemente para se adequar a essas mudanças.

Neste sentido, a concepção de redes, representadas pela Internet, está expressa nos meios de comunicação e, também, dentro das organizações, que, em busca de maior flexibilidade, agilidade nos processos, adaptação em relação ao mercado, desempenho e facilidade no relacionamento com os públicos, têm demonstrado um esforço crescente no uso dos novos instrumentos tecnológicos. E o 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 de comunicação eletrônica ainda mais sofisticados. A criação de alguns destes instrumentos proporciona o surgimento de inúmeras práticas comunicacionais nas mais variadas esferas sociais, como na cultura organizacional.

A comunicação instantânea como instrumento da comunicação organizacional

O surgimento das tecnologias de informação e comunicação não se limita apenas ao estabelecimento de uma maior abertura informativa, mas também provoca uma mudança no modelo de comunicação, que rompe com o modelo um-todos até então estabelecido nos *media* tradicionais. Não se trata somente da emergência de novos suportes técnicos, mas de novas formas de produzir, difundir e receber a informação, em que qualquer pessoa pode alcançar a mesma ou maior influência que os meios de comunicação.

O desenvolvimento da Internet e de suas diversas ferramentas tecnológicas rompem com o modelo tradicional de comunicação – concebido como a troca de informações entre um emissor e um receptor – e favorece o aparecimento de outras formas de interação e novas práticas sociais. A análise dessas tecnologias, portanto, não pode se dar apenas sob o ponto de vista midiático, pois elas concretamente “construyen nuevos espacios-tiempo en donde se constituyen nuevas formas de relación social, nuevas formas institucionales, nuevas categorías de aprehensión de la experiencia personal y social y nuevas dimensiones de la

cultura” (VIZER, 2006, p. 324).

Dessa forma, entende-se que a comunicação organizacional deve ser pensada a partir de uma perspectiva que leva em conta a dinamicidade do processo comunicativo, considerando-se as trocas comunicativas em todos os aspectos. Embora muitos autores ainda concebiam o processo de comunicação de acordo com o modelo informacional⁶, entende-se que as tecnologias da informação e da comunicação rompem com o modelo clássico, pois esse se torna limitado para fazer uma análise do processo de comunicação organizacional.

Assim, acredita-se que o modelo de comunicação denominado interação comunicacional dialógica, proposto por Oliveira (2003), permite que se faça uma apreensão mais ampla e abrangente do processo de comunicação organizacional mediado pelas tecnologias de informação e comunicação. A concepção dessa autora fundamenta-se na idéia da existência de uma interação dialógica entre a organização e os grupos com os quais ela se relaciona. A comunicação é concebida através de uma perspectiva de interação negociada, em que as partes assumem o papel de interlocutores situados em um campo comum.

O modelo de interação dialógica, ao contrário do modelo informacional que focaliza o processo comunicativo de maneira lógica e mecânica, dá ênfase ao aspecto relacional do processo de comunicação, realçando uma relação mais horizontalizada entre os agentes participantes. Ao serem transformados em interlocutores e compartilharem um espaço comum, emissor e receptor passam a exercer um papel mais ativo e participativo no processo de comunicação, pressupondo-se uma predisposição para compartilhar informações e, através das trocas simbólicas e práticas, passam também a promover o processo comunicativo entre a organização e os agentes sociais com os quais ela se relaciona.

Pode-se dizer que a comunicação organizacional consiste em uma série de estratégias, políticas e instrumentos que visam facilitar o processo de comunicação entre a organização e os públicos. Diversos autores⁷ já vêm tratando sobre a inserção de vários instrumentos de comunicação eletrônica no contexto organizacional. Segundo Rojasorduña (2005), as páginas *web*, a *intranet*, o correio eletrônico, os *dark sites*⁸, as salas de imprensa na *Internet* e os

⁶ Essa concepção pressupunha o processo de comunicação como uma linha reta entre um ponto de partida e um de chegada. Volta-se para a lógica do mecanismo, que possui elementos encadeados de maneira contínua e hierárquica, em que o fluxo de informação segue uma mão única. Mattelart (2001), Araújo (2001) e Wolf (2003).

⁷ Alguns autores que abordam a utilização de algum tipo de instrumento eletrônico nas organizações são: Cesca (2006), Orosa (2006), Orihuela (2005), Roman (2005).

⁸ Dark sites são páginas web construídas previamente, para serem acionadas em caso de surgimento de uma crise que possa prejudicar a imagem e o funcionamento de uma organização. “El Dark Site és una plataforma en Internet que permite a los miembros de una organización gestionar todos sus recursos de comunicación de forma telemática y colaborativa durante una crisis” (ROJASORDUÑA, 2005, p. 250).

*weblogs*⁹ estão ganhando cada vez mais visibilidade no espaço de trabalho.

Embora esse autor não se refira aos softwares de comunicação instantânea como instrumentos oficiais do processo de comunicação organizacional, acredita-se que, quando esses se encontram inseridos no cotidiano organizacional, podem potencializar a participação dos indivíduos no processo de comunicação. Um dos pioneiros nesse tipo de aplicativo foi o ICQ. Atualmente existem outros, como MSN Messenger, Yahoo Messenger, AIM, etc. Esse tipo de ferramenta possibilita a realização de uma interação dialógica, através do envio e recebimento de mensagens de texto, voz e vídeo, entre dois ou mais participantes, aproximando-se de uma experiência de interação síncrona. Para que a comunicação ocorra através de áudio e vídeo, o computador deverá estar equipado com câmera e microfone.

Uma das principais características deste tipo de comunicação é instantaneidade e a informalidade. A instantaneidade permite que a troca comunicativa possa ocorrer em tempo real e o aspecto informal possibilita o emprego de abreviações e a utilização da gramática em um formato mais coloquial com a presença de múltiplos pontos de exclamação e de interrogação. “Conversações podem ser mais interativas devido a rápida e envolvente natureza da comunicação instantânea que é o contexto imediato para uma integração corrente. Este contexto parece reduzir as incompreensões [...]” (NARDI; WHITTAKER; BRANDER¹⁰, 2006, p. 81, tradução nossa).

Neste sentido, a interação síncrona e o aspecto informal emprestam à comunicação instantânea um tipo de agilidade e intimidade que frequentemente não é tão expressiva em outros instrumentos de comunicação mediada. Além disso, pode contribuir para uma maior eficiência na realização de tarefas que requerem agilidade de resposta, ao contrário do e-mail, que pode tornar-se um canal de comunicação mais lento devido ao tempo de retardação.

Convém assinalar que nem todo o processo comunicacional de uma organização é eletrônico ou digitalizável, e nem toda a tecnologia de informação e comunicação é apropriada à proposta de comunicação de uma organização. A seleção das ferramentas eletrônicas dependerá das características de cada organização. Por isso, os responsáveis pela comunicação devem encarregar-se da definição dos instrumentos mais adequados, que devem estar de acordo com as necessidades administrativas e as características do público que a organização pretende atingir.

⁹ O autor refere-se aos *weblogs* pela denominação de *bitácoras*.

¹⁰ Nardi, Whittaker, Bradner (2006) desenvolveram um estudo sobre a utilização do *Instant Messaging* no espaço de trabalho. Os pesquisadores descrevem como as trocas instantâneas suportam uma variedade informal de tarefas comunicativas e discorrem sobre quatro funções da comunicação instantânea. Disponível em: http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outeraction_cscw2000.pdf#search=%22interaction%20andouteraction%22

Além disso, a implantação de instrumentos tecnológicos atravessa a compreensão de diversos aspectos, dentre eles, as motivações, pressões internas e externas¹¹, 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).

É necessário que exista o domínio das ferramentas tecnológicas para facilitar e dinamizar o processo de comunicação organizacional. Além disso, as organizações devem estar atentas às inovações tecnológicas e procurar aproveitá-las apropriadamente, de modo que estejam integradas com os outros instrumentos de comunicação, pois a sua utilização requer um repertório cognitivo que determine a compreensão dos funcionários e deve, portanto, estar alinhada à cultura organizacional.

Comunicação instantânea e mudança cultural

Anteriormente, a organização foi definida como um sistema aberto que mantém uma relação de interdependência com o meio ambiente. Pode-se dizer, também, que uma de suas principais características é a interação e a comunicação humana. No espaço organizacional, a cultura é o substrato que resulta das interações sociais e influencia todas as ações, procedimentos e práticas que são compartilhadas pelos indivíduos pertencentes a esse contexto. Compreender a cultura de uma organização, portanto, é uma das maneiras de se apreender a complexidade desse ambiente.

Morgan (2000) desenvolveu um estudo sobre as organizações e nele apresenta a metáfora¹² da cultura como um recurso para se fazer uma leitura desse universo. De acordo com essa metáfora, as organizações são como minissociedades que têm padrões próprios de cultura e subcultura, são realidades construídas socialmente na mente dos indivíduos, nas estruturas, nas regras e nas relações. Essa cultura se desenvolve no decorrer da interação social, através da linguagem utilizada, das crenças, dos símbolos e códigos compartilhados,

¹¹ 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.

¹² Para Morgan (2000, p. 21), metáfora “é uma força primária através da qual seres humanos criam significados usando um elemento de sua experiência para entender o outro”, capaz de ampliar o pensamento, aprofundar o entendimento e possibilitar fazer uma leitura da organização através de outras lentes, vendo novas maneiras de agir e pensar.

dos rituais e da rotina organizacional, não podendo ser imposta no contexto social.

Berger e Luckmann (1985) também concebem a cultura como uma construção social. Para eles, a cultura é constituída de múltiplas realidades, que são estruturadas espacial e temporalmente, compartilhadas com outros indivíduos através da interação e da comunicação. Esses autores buscam explorar o processo de elaboração do universo simbólico, o qual engloba um conjunto de significados que possibilita aos membros pertencentes a um grupo apreender a realidade de uma forma consensual, integrando os conhecimentos e viabilizando a comunicação através dos processos de institucionalização¹³ e legitimação¹⁴. Portanto, para que a realidade da vida cotidiana possa ser compreendida e compartilhada, faz-se necessário conhecer a linguagem e partilhar os mesmos códigos, pois é dessa forma que se constroem as representações simbólicas, necessárias para a apreensão e transmissão da informação e do conhecimento.

De acordo com essa perspectiva, é possível considerar as organizações como uma construção social que é caracterizada por determinados tipos de recursos, delimitada por regras e convenções que servem para dirigir e orientar os indivíduos. Grande parte delas também é caracterizada por estabelecer relações centralizadas e hierarquizadas. Cada organização requer e determina um conjunto de papéis a serem desempenhados pelos indivíduos, e esses papéis credenciam esses indivíduos a terem um determinado tipo de comportamento e a exercerem um determinado tipo de postura no momento em que representam a organização. Assim, pode-se dizer que a organização institucionaliza a realidade cotidiana, na medida em que prediz de que modo deve ser a conduta dos indivíduos buscando ter maior controle sobre os mesmos.

Já as tecnologias de comunicação e informação são caracterizadas por terem um cunho descentralizador e pluralístico. A multidirecionalidade e a informalidade, presentes na comunicação eletrônica, ocorrem em uma dinâmica que, muitas vezes, pode escapar ao controle das convenções e regras institucionalizadas pela organização. Segundo Roman (2005, p. 80), com a comunicação eletrônica, as organizações passam a ter um menor controle sobre o processo comunicativo, porque

¹³ A institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais. As tipificações funcionam como “modelos internos” e permitem que se apreenda as ações do outro. Nas organizações as tipificações das ações habituais são sempre partilhadas, pois elas não são construídas instantaneamente, mas no decorrer da história da organização. Quando uma ação ou atividade humana é institucionalizada significa dizer que a organização já previu padrões de conduta que devem ser seguidos e que esses já foram submetidos ao controle social. (BEGER e LUCKMANN, 1985).

¹⁴ A legitimação “explica” as ações institucionalizadas conferindo validade às normas, regras e significados práticos da conduta organizacional. (BEGER e LUCKMANN, 1985).

[...] a forma e a velocidade com que as mensagens são transmitidas facilitam o enredamento comunicativo, permitem que se contornem as hierarquias, e tornem obsoletos os domínios repassadores de informação, suscitando o questionamento à linearidade unidirecional do fluxo informacional, modelo que interessa às estruturas rigidamente hierarquizadas. (ROMAN, 2005, p. 80).

Para esse autor, a troca comunicativa mediada pelos instrumentos de comunicação eletrônica ocorre em uma dinâmica que, muitas vezes, ultrapassa o controle da organização¹⁵, tornando mais sutis os efeitos da estrutura formal da comunicação em que, muitas vezes, a fala dos funcionários não é ouvida. Atualmente, por exemplo, qualquer funcionário com acesso a um *Chat* pode receber e repassar mensagens para qualquer pessoa com acesso à *Internet*, independente do nível hierárquico em que se encontra, dentro ou, até mesmo, fora da empresa.

A inclusão de novos aplicativos tecnológicos, portanto, não leva à criação de novas relações sociais, mas suscita transformações na maneira como se estabelecem as relações e na forma como se realizam as trocas comunicativas. A inserção e utilização de instrumentos de comunicação instantânea na organização permitem que novos formatos de interação estejam presentes no cotidiano organizacional, criam novas práticas comunicativas e modificam as relações internas. Nesse sentido, contribuem para o desenvolvimento de formas de inter-relação mais participativa, potencializam a intervenção dos indivíduos no processo comunicativo e possibilitam estabelecer uma relação multilateral e mais horizontalizada entre a organização e os funcionários.

Sob esta ótica, deve-se ter clareza de que a cultura organizacional não é algo instituído, pois está em constante recriação e transformação, e a utilização de ferramentas de comunicação instantânea pode provocar interferência e alterações nessa cultura. Organizações que são fundamentadas por relações lineares, hierárquicas, balizadas pelo modelo informacional clássico, em que a comunicação é vista de modo instrumental e unidirecional, como um processo mecânico que prioriza a linearidade na transmissão das mensagens na relação da organização com os seus públicos, terão de adaptar a sua cultura a uma nova configuração comunicacional, como a que é suscitada pelo ambiente digital.

¹⁵ A organização pode bloquear o acesso a determinados sites, e-mails ou até mesmo algum tipo de *chat*, mas não tem como impedir que o funcionário participe de algum *blog* ou *workgroup* e manifeste sua opinião fora do contexto organizacional. Qualquer funcionário também pode 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, exercendo um papel mais ativo e participativo no processo de comunicação.

Considerações finais

O surgimento das redes telemáticas, representadas pela Internet, e das diversas tecnologias de comunicação e informação ocorridas nas últimas décadas proporcionou a realização de uma conexão generalizada e a possibilidade de ultrapassar os referenciais do tempo e do espaço, questionando aspectos que dizem respeito à linearidade e não linearidade dos fluxos da informação e da comunicação, assim como o papel do emissor e do receptor no processo comunicativo.

Na medida em que aumenta o esforço capaz de produzir uma efetiva conexão social, cresce, também, o desenvolvimento de ferramentas capazes de instaurar novas práticas comunicacionais. Essas ferramentas têm um traço descentralizador e pluralístico e algumas já são uma presença constante no contexto organizacional. Entretanto, busca-se chamar atenção para a utilização dos instrumentos de comunicação instantânea, pois esses, além de possibilitar que as trocas comunicativas ocorram em uma dinâmica caracterizada pela agilidade e multidirecionalidade, permitem aos participantes maior poder de intervenção no processo de comunicação.

Neste sentido, organizações que são fundamentadas por relações lineares e hierárquicas, que se sustentam pelo fluxo de informação descendente e que adotam a utilização da comunicação instantânea, terão que assumir uma nova postura para se ajustar a essas peculiaridades, ao mesmo tempo em que se adaptam a um novo tipo de relação social com novas formas de interação, compartilhamento e participação. Ao contrário do sistema de comunicação proposto pela teoria informacional, com a utilização da comunicação instantânea, as organizações terão menor controle e domínio sobre a direção do fluxo informacional do processo comunicativo.

Também é necessário 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 mais condições de valorizar o processo de comunicação, assegurando o reconhecimento da implantação do meio eletrônico e o comprometimento na utilização das novas práticas comunicacionais dentro do contexto organizacional.

Referências

- ARAÚJO, Carlos Alberto. **A Pesquisa Norte-Americana**. In: Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. Hohlfeldt, Antonio; Martino, Luiz C.; França, Vera Veiga. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. 309 p.
- BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis, Vozes, 1985, 248 p.
- CESCA, Cleusa G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2006, 288p.
- 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.
- KREPS, Gary L. **La comunicación em las organizaciones**. Segunda edición. Wilmington, Delaware, USA: Addison-Wesley IBEROAMERICANA, S.A, 1995, p. 13-61.
- LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002. 328 p.
- MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001. 220 p.
- MORGAN, Gareth. **Imagens da organização: edição executiva**. Tradução: Geni S. Goldschmidt. São Paulo: Atlas, 2000, 380 p.
- MOTTA, Fernando C. Prestes. **Teoria das organizações: evolução e crítica**. São Paulo: Pioneira, 1986. 112 p.
- NARDI, A. Bonnie, WHITTAKER, Steve, BRANDER, Erin. **Interaction and outeraction: instant messaging in action**. Disponível em: http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outeraction_cscw2000.pdf#search=%22interaction%20andouteraction%22. Acesso em: 21 out. 2006.
- OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Novo sentido da comunicação organizacional: construção de um espaço estratégico**. Trabalho apresentado no INTERCOM. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação BH/MG – 02 a 06 de set de 2003. Disponível: http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4576/1/NP5OLIVEIRA_IVONE.pdf. Acesso em: 26/02/2007.
- 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.
- OROSA, Berta García. **Os gabinetes de comunicação na era da Internet**. In: Relações Públicas e suas interfaces. Cleusa G. Gimenes Cesca (org). São Paulo: Summus, 2006, 232p.
- 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.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003, 357 p.

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

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, p. 167-180.

VIZER, Eduardo A. **La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad.** 2ª ed., Buenos Aires: La Crujía, 2006, 368p.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editora Presença, 2003, 8ªed. 271p.