

A WEB 2.0 COMO POSSIBILIDADE DE MUDANÇA DE PERSPECTIVA NA COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES

The Web 2.0 as a possibility of changing the perspective of communication in the context of organizations

La Web 2.0 como Posibilidad de Cambio de Perspectiva en la Comunicación en el Contexto de las Organizaciones

Ivone de Lourdes Oliveira

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da PUC-Minas. Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ.

E-mail: ivonedelourdeso@yahoo.com.br

Luíza Reis Campos

Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da PUC-Minas. Assessora de comunicação da Companhia Energética de Minas Gerais.

E-mail: luizareisc@yahoo.com.br

RESUMO

O artigo traz reflexões sobre as perspectivas e os desafios de se adotar a lógica da Web 2.0 nos processos de comunicação empreendidos no contexto interno das organizações. As ideias deste trabalho partem dos resultados da dissertação de mestrado concluída em 2012, que buscou compreender se há, por parte dos empregados das organizações estudadas, o reconhecimento do espaço relacional que essas empresas propõem ao transformarem suas intranets em ambientes desenvolvidos segundo a Web 2.0.

Palavras-chave: web 2.0; intranets; organizações; interação; empregados

ABSTRACT

The article brings up reflections about the perspectives and the challenges of adopting the Web 2.0 logics in the processes of communication undertaken in the internal context of the organizations. This work's ideas come from the results of the master's thesis concluded in 2012, that seek understanding if there is, on the employee's part in the studied organizations, the reconnaissance of the relational space that these companies propose when transforming their intranets into environments developed according to Web 2.0.

Keywords: Web 2.0; intranets; organizations; interaction; employees

RESUMEN

El artículo trae reflexiones sobre las perspectivas y los desafíos de adoptarse la lógica de la Web 2.0 en los procesos comunicacionales emprendidos en el contexto interno de las organizaciones. Las ideas de este trabajo parten de los resultados de la dissertação de máster concluída en 2012, que buscou comprender se hay, por parte de los empleados de las organizaciones estudiadas, el reconocimiento del espacio relacional que esas empresas proponen al transformen sus intranets en ambientes desarrollados según la Web 2.0.

Palabras clave: Web 2.0; intranets; organizaciones; interacción; empleados.

Introdução

O objetivo deste artigo é refletir sobre as perspectivas e os desafios de se adotar a lógica da Web 2.0 nos processos de comunicação empreendidos no contexto interno das organizações, considerando a abordagem relacional como ponto de partida teórico. As ideias que embasam este trabalho fazem parte da dissertação de mestrado concluída em 2012, que buscou compreender se há, por parte dos empregados das organizações, que aqui caracterizaremos como A e B, o reconhecimento do espaço relacional que essas empresas propõem ao transformarem suas intranets em ambientes desenvolvidos sob a lógica da Web 2.0, conforme a perspectiva conceitual adotada.

A empresa A, conforme informações de seu website, é um dos mais sólidos e importantes grupos do segmento de energia elétrica do Brasil. Possui mais de 8 mil empregados, sendo que todos têm acesso à intranet da empresa, e atua em 22 estados brasileiros e no Distrito Federal, além do Chile. É uma organização de capital aberto, controlada pelo governo estadual, com mais de 7 milhões de consumidores.

A empresa B é uma cooperativa de médicos que existe há 40 anos e possui cerca de 850 mil clientes, o que a faz líder do mercado de planos de saúde da cidade onde atua. De acordo com seu website, a empresa conta com mais de 5 mil médicos cooperados, em quase 50 especialidades, e 2,6 mil empregados, além de estar presente nas listas de melhores empresas para se trabalhar em todo o Brasil.

A escolha dessas organizações como objeto empírico justifica-se pelo fato de terem reformulado suas intranets, com o objetivo de transformá-las em ambientes regidos pelos princípios da Web 2.0, por meio da implementação de recursos que possibilitassem aos empregados espaços de colaboração e a descentralização da gestão do conteúdo. A intranet da empresa A foi criada em 1998 e reformulada pela primeira vez em 2005, sendo que sua versão 2.0 foi lançada em março de 2010. Já a primeira versão da intranet da empresa B foi implementada no ano de 2005 e sua versão 2.0, em abril de 2010.

A pesquisa é desenvolvida a partir do paradigma relacional, segundo o qual a comunicação é vista globalmente, como um processo em que interlocutores em interação produzem e compartilham sentidos, em um dado

contexto sócio-histórico. Nessa perspectiva, este estudo abandona a visão unilateral e parcial da comunicação, que considera apenas os resultados das estratégias mercadológicas e institucionais das empresas e não leva em conta as percepções dos demais interlocutores envolvidos.

Assim, encontrou-se na análise crítica de discurso, segundo a abordagem sugerida por Fairclough (2001), uma proposta teórico-metodológica coerente com o propósito desta investigação. Portanto, a partir de categorias que possibilitassem encontrar a relação dialética proposta pelo autor, analisaram-se os discursos dos empregados e também das organizações acerca das intranets. Os resultados da pesquisa evidenciaram as contradições existentes entre o que as empresas dizem e a apreensão desse discurso por parte dos empregados, tendo em vista o aparente conflito existente entre os princípios da segunda geração de serviços on-line e os processos hierárquicos e as relações de poder intrínsecos à realidade das empresas.

O contexto das transformações interacionais entre as organizações e seus interlocutores

O avanço das tecnologias da informação e a presença da convergência midiática vêm causando mudanças significativas na sociedade contemporânea, na medida em que os indivíduos vivem um momento inédito nos processos de interação e relacionamento sociais. Assistimos ao processo por meio do qual a sociedade percebe e se percebe a partir da lógica da mídia, que agora se expande para além dos dispositivos tecnológicos tradicionais. Esse movimento recebe de autores como Braga (2006), Fausto Neto (2010), Gomes (2006) e Sodré (2002) o nome de midiatização, caracterizado como um novo modo de ser no mundo, em que a sociedade não lida apenas com a existência dos meios, mas funciona tomando como elemento constituinte a própria existência deles, transcendendo os veículos em si e envolvendo a cultura, a lógica e as operações midiáticas dos meios (FAUSTO NETO, 2010).

A partir dessa contextualização, propomos uma reflexão sobre a influência desse processo em uma esfera específica, que é a das organizações (sejam elas públicas, privadas, do terceiro setor, etc.), atentando-se para o fato de que o contexto organizacional não pode ser entendido como

esfera independente da sociedade, pois se configura como privilegiado ângulo de análise dos fenômenos sociais mais amplos. As organizações transformam-se com as mudanças na sociedade, que também é transformada pelas organizações, a partir de suas ações (LIMA; OLIVEIRA, 2010).

Estamos falando, portanto, de uma midiatização das organizações sociais, conceito criado por Lima (2009), segundo o qual os processos interacionais no contexto organizacional acompanham o movimento de midiatização da sociedade e passam a ser influenciados também pela lógica da mídia (LIMA, 2008). Os indivíduos tornam-se multimidiáticos, convivendo, ao mesmo tempo, com televisão, rádio, meios impressos e internet, e as organizações, visando acompanhar cada vez mais ativamente e diretamente essa tendência, “[...] passam a não apenas utilizar-se de veículos midiáticos, mas a assumir a arena midiática como um de seus principais processos [...]” (LIMA; OLIVEIRA, 2010, p. 4).

Lima (2008) recorre a Santaella (2007) ao argumentar sobre a atuação das mídias e das tecnologias como elementos ordenadores da sociedade contemporânea, afirmando que as organizações, como sujeitos sociais em interações permanentemente mantidas com a sociedade, também se reconstituem e reconfiguram suas relações, linguagem, práticas discursivas e produção de sentido, a partir da lógica midiática, pautada pelas tecnologias da informação. Nesse contexto, as organizações se veem diante da necessidade de repensar as interações com seus interlocutores, dentro da perspectiva da comunicação, na medida em que passam a reconhecer o papel e a importância do *outro* na relação. Percebe-se uma mudança de postura por parte das organizações que começam a modificar seu discurso, em um sentido contrário ao da linearidade e da tecnicidade.

Tomando as práticas de comunicação empreendidas pelas empresas como exemplo, torna-se possível perceber como o contexto social de mediatização tem transformado o âmbito das organizações. Se, tradicionalmente, estas práticas se resumiam a ações de publicidade e propaganda ou relações públicas, materializadas em veículos de comunicação direcionados a públicos-alvo (jornais de empresa, folders, outdoors, vinhetas etc.), percebemos que, num cenário marcado pela convergência tecnológica, globalização e fragmentação, pautado pela lógica

do consumo, as interações tornam-se mais fluidas, o mesmo ocorrendo com a identidade dos próprios sujeitos em comunicação – a organização e seus interlocutores. (LIMA, 2008, p. 116-117).

No contexto da midiatização, conforme ressalta Fausto Neto (2010), há uma nova forma de produção de sentido que relativiza as outras dimensões determinísticas sobre as quais se fundava o trabalho de produção de sentidos realizado por âmbitos de produção de mensagens. O autor entende que a midiatização desencadeia outras enunciações, pois redesenha a plataforma de processos interacionais, transformando os receptores de mensagens em coprodutores de atividades discursivas midiáticas.

Essa discussão contribui para constataremos como todo esse processo vem ocorrendo no âmbito organizacional, a partir das intranets sociais, desenvolvidas sob a lógica da chamada Web 2.0 (O'REILLY, 2006). Em função de seu perfil marcadamente interacional, destacamos que as intranets sociais apresentam-se como possibilidade de mudança de perspectiva na comunicação no contexto das organizações.

A Web 2.0 no ambiente interno das organizações

O fenômeno denominado Web 2.0 pode ser entendido como uma evidência do processo de midiatização da sociedade – e, conseqüentemente, das organizações – sobre o qual falamos, uma vez que inaugura a potencialização dos processos interativos tendo a internet como plataforma. De acordo com Tim O'Reilly (2006), criador do termo, a segunda geração de serviços on-line define-se como um ambiente que valoriza o posicionamento do interagente (PRIMO, 2006)¹ de controlar seus próprios dados e que tem como competências centrais a arquitetura da participação, a confiança radical nas pessoas, a descentralização radical e o emprego da inteligência coletiva. Para O'Reilly (2006), da mesma forma que se formam sinapses no cérebro, com as

¹ O autor utiliza o termo “interagente” em vez de “usuário”, por considerar aquele termo mais adequado ao contexto, uma vez que destaca a participação ativa no processo interativo. Os interagentes a quem nos referimos neste artigo são aqueles alfabetizados digitalmente.

associações tornando-se mais fortes devido à repetição ou à intensidade, na lógica da Web 2.0 a rede de conexões cresce organicamente, em função da atividade coletiva de todos que interagem na rede. Assim, ressaltamos que essa lógica pode significar mudanças para a comunicação no contexto das organizações, especificamente no que tange às interações com os interlocutores inseridos no ambiente interno, foco deste artigo.

Nessa direção, percebemos que existe uma tendência das empresas em reformular suas intranets desenvolvidas de acordo com a Web 1.0, visando transformá-las em intranets sociais: ambientes web desenvolvidos sob a perspectiva da Web 2.0. O Prêmio Intranet Portal, realizado há seis anos pelo instituto de mesmo nome², é uma constatação desse movimento. Conforme informações de seu website, uma das categorias da premiação é “Melhor Intranet Social e 2.0”, que avalia o nível de colaboração dos portais, considerando, inclusive, o grau de utilização de redes sociais (INSTITUTO INTRANET PORTAL, 2012).

De acordo com Viberti (2011), as intranets sociais são caracterizadas por reunir plataformas de mídias sociais digitais, como fóruns³, blogs⁴, comunidades⁵, entre outras, objetivando a colaboração e o compartilhamento de conhecimento entre os funcionários de uma empresa, de forma não hierárquica. Na opinião do autor, esses ambientes aumentam as possibilidades de uma organização inovar em todos os seus processos, uma vez que dão

[...] voz ativa a quem está realmente na ponta do negócio e sabe o que fazer para buscar melhorias. [...] Ao dar voz a todos aqueles que tiverem acesso à Intranet, as ideias surgem, os laços pessoais e profissionais se estreitam, as comunidades se organizam dinamicamente em torno de interesses comuns e o conhecimento torna-se realmente evidente. (VIBERTI, 2011).

2 O Instituto Intranet Portal é uma associação sem fins lucrativos, que tem a missão de profissionalizar e fomentar o setor de intranets e portais corporativos do País.

3 Recursos utilizados na internet para promover discussões a respeito de um assunto, por meio da publicação de mensagens.

4 Sites sobre assuntos diversos que permitem a atualização rápida de conteúdos. Os blogs permitem a interação dos leitores com o autor e com os demais leitores.

5 Espaços virtuais que reúnem grupos de pessoas com interesses comuns.

Nessa perspectiva, portanto, é Primo (2008b) quem caracteriza a Web 2.0 como capaz de potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A nova plataforma tem repercussões sociais significativas, “[...] que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática.” (PRIMO, 2008b, p. 102).

Se na Web 1.0⁶ os sites eram trabalhados como unidades isoladas, passamos agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo. Transitamos de um modelo que se limita à publicação de informações para outro que muda fundamentalmente a forma como as informações e as responsabilidades de colaboração são compartilhadas no ambiente. Na era 2.0, a web deixa de desempenhar o papel de mera provedora de informações em mão única, para atuar em um modelo de duplo sentido de direção, no qual as pessoas são incentivadas a participar e colaborar, opinando, escrevendo e organizando conteúdo (FREITAS, 2006).

Primo (2008b, p. 105) também ressalta a passagem da ênfase na publicação (ou emissão, segundo o autor, conforme o limitado modelo transmissionista) para a participação:

Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através de interações entre os envolvidos. Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no “entre” (interação = ação entre). Isto é, busca-se evitar uma visão polarizada da comunicação, que opõe emissão e recepção e foca-se em uma ou noutra instância. Uma rede social não pode ser explicada isolando-se suas partes ou por suas condições iniciais.

Do ponto de vista de Antoun (2008), podemos afirmar que a Web 2.0 materializa-se na multiplicação dos blogs e em seu crescimento em importância como fonte de informação, na disseminação das redes *peer-to-peer*⁷ e da troca incontrolável de arquivos e no aumento da prática de escrita coletiva. A segunda geração de serviços on-line é caracterizada pelas chamadas redes sociais, plataformas de comunicação que

6 Primeira geração da web.

7 Usuário a usuário.

as pessoas sem conhecimento especializado se habilitam a operar mais ativamente com seus equipamentos e em que passam a interagir colaborativamente umas com as outras, tais como o Facebook, o Twitter e o Youtube (RÜDIGER, 2011). Sua essência está presente em comentários, fóruns, lista de discussões, blogs e fotologs, comunidades, grupos e sites participativos, nos quais os atores utilizam todas as ferramentas disponíveis para divulgar suas experiências pessoais e opiniões (PATRIOTA; PIMENTA, 2008). Assim como aponta Platt (2007), essas também são as possibilidades trazidas pelas intranets sociais, por meio das quais “As pessoas estabelecem colaboração, listas de discussões e comunidades online; combinam dados, conteúdo e serviços de várias fontes para criar experiências [...]”.

Aqui, cabe destacar a perspectiva de Recuero (2012) sobre sites de rede social, ou seja, ferramentas que proporcionam a publicação e construção de redes sociais⁸, que são modificadas pela mediação das tecnologias e pela apropriação delas para processos de comunicação. Segundo a autora, as tecnologias “[...] passam a proporcionar espaços conversacionais, ou seja, espaços onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação, buscando estabelecer e/ou manter laços sociais.” (RECUERO, 2012, p. 16). Dessa forma, os sites de rede social geram uma nova forma conversacional, que ela conceitua como conversação em rede.

Outra característica preponderante da Web 2.0 é a descentralização da gestão do conteúdo e da informação. Na ambiência das intranets sociais, esse processo acontece para outras áreas de negócio da organização, o que comumente se restringia, até então, ao setor de comunicação das empresas. O novo cenário que se impõe agora dá poder a outras áreas organizacionais para que, institucionalmente ou oficialmente, também possam “fazer comunicação”, principalmente em relação ao negócio de cada uma delas. Isso porque, assim como lembra Aisenberg (2005), a complexidade de um portal exige um conjunto de competências possibilitado apenas pela colaboração, não sendo possível, portanto, centralizar a gestão de um canal que é multidisciplinar, por depender da interação de áreas

⁸ Para Recuero, as redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos sociais.

diversas de uma organização. Nesse contexto, a área de comunicação deixaria, então, de ser a única a deter a fala oficial, uma vez que, conforme destaca Di Felice (2012, p. 158),

[...] depois do advento da Web 2.0, a consolidação de redes sociais digitais (social network) está impondo a difusão de uma cultura do acesso que além de decretar tecnologicamente o fim dos pontos de vista centrais, dadas às qualidades colaborativas da rede, espalhou uma cultura da interação e da simultaneidade. Esta tem como efeito a produção de uma tomada coletiva da palavra, por setores, etnias e pessoas em geral, que de simples espectadores passam a produzir conteúdo e a disponibilizá-lo na rede, por meio de interfaces e tecnologias, cada vez mais eficientes e cada vez mais populares.

Pressupomos, a partir dessa contextualização, que a Web 2.0 inserida no ambiente interno das organizações, por meio das intranets sociais, pode ser um caminho para uma mudança de perspectiva dos estudos sobre comunicação organizacional, marcados por um viés predominantemente linear, tecnicista, gerencial e prescritivo, assim como acontece muitas vezes nas próprias práticas profissionais. Os estudos parecem não mais se referir aos complexos fenômenos da sociedade contemporânea, demandando um intenso esforço de revisão conceitual da área de comunicação organizacional e colocando em questão a própria identidade do campo (LIMA, 2008).

E então, seguindo a perspectiva de Pinto (2008), torna-se necessário questionar se o papel da área de comunicação das organizações é o de gestão controladora, “[...] radar captador de algo lá para poder devolver a coisa comunicada em forma de uma certa instrumentalidade inteligível, utilitária, iluminada [...]” (PINTO, 2008, p. 87). E, se não for o papel da gestão, talvez o ambiente requeira uma mudança de atitude por parte dos comunicadores, pois, segundo o autor, há gente interessada em algo que vai além do gerenciável e dos resultados previsíveis, em que o chamado real é só mais uma das muitas possibilidades.

A possibilidade relacional das intranets sociais

No momento em que as organizações adotam as intranets sociais em seus processos, elas inauguram uma

possível mudança da lógica da Web 1.0 para a lógica da Web 2.0, conforme observamos na abordagem conceitual deste trabalho. Podemos afirmar que esse movimento parece acompanhar a mesma transformação da perspectiva do entendimento da comunicação: de uma visão prescritiva e instrumental, própria de um modelo transmissional, a comunicação passa a ser compreendida por um viés relacional.

Diferentemente do modelo informacional, a Web 2.0 se torna a arena da circulação de sentidos e a comunicação entre organização e sujeitos assume, por natureza, um caráter processual, assim como na perspectiva relacional.

[...] um fator relevante para a adoção das tecnologias da Web 2.0 pelas organizações, na interação com os seus públicos, é a superação do paradigma clássico da comunicação, cuja ênfase estava na transmissão de informações e no controle, para o modelo relacional, cujo foco está na interação. (NEIVA; BASTOS; LIMA, 2012, p. 194-195).

Em uma abordagem relacional, a comunicação é vista globalmente, como um processo no qual interlocutores em interação produzem e compartilham sentidos, em um dado contexto sócio-histórico. Por esse ângulo, portanto, o processo comunicativo trata-se “de algo vivo, dinâmico, instituidor – instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura.” (FRANÇA, 2001). Visto dessa forma, podemos considerar que o paradigma relacional traz ricas contribuições para o campo da comunicação como um todo e pode ser utilizado como aporte teórico e metodológico, visando um outro entendimento da comunicação no contexto organizacional, que ainda não conseguiu superar a hegemonia do modelo transmissional em suas práticas e até mesmo em estudos que a contemplam.

É possível perceber que as organizações adotam uma lógica transmissional, ao acreditar que “[...] a intencionalidade impressa em suas estratégias irá produzir os sentidos almejados.” (LIMA; OLIVEIRA, 2010, p. 3), menosprezando os papéis que assumem seus interlocutores. Sendo assim, se antes as organizações acreditavam ser possível controlar os diferentes processos a partir de estratégias de comunicação, hoje, a complexidade própria da

sociedade se reflete nos processos que marcam a relação com seus interlocutores. E nesse novo contexto, as organizações precisam lidar com situações inesperadas e imprevistas, advindas de uma crescente movimentação dos sujeitos relacionada à produção de sua comunicação e à influência no cotidiano das organizações, inaugurando uma outra forma de diálogo (OLIVEIRA; LIMA; MONTEIRO, 2011).

A partir deste ponto, cabe retomarmos a perspectiva de Primo (2008a), que se apropria dos princípios do paradigma relacional para propor o conceito de interação mútua mediada por computador. Segundo o autor, trata-se de algo que ocorre através do choque dos comportamentos comunicativos dos interagentes, ou seja, o processo de negociação de diferenças que faz parte da comunicação interpessoal. Torna-se relevante destacar a diferenciação que Primo (2008a) estabelece entre interações mútuas e reativas, observando-se que as primeiras desenvolvem-se pela negociação relacional, possibilitando o embate de ideias e oferecendo abertura para o contestar e discordar. Isso não acontece nas interações reativas mediadas por computador, em que o debate não tem lugar, por se caracterizarem pela repetição das mesmas reações programadas. “Se um ato foge daquilo que era esperado previamente, ele pode ser ignorado e recusado no processo ou até mesmo acabar com a situação interativa, por se constituir em um erro incontornável.” (PRIMO, 2008a, p. 149). A partir dessas conceituações parece-nos que as interações mútuas integram a lógica da Web 2.0 e, conseqüentemente, das intranets sociais.

Torna-se relevante destacar também que, a partir do momento em que, por meio das intranets sociais, os empregados passam a integrar a instância da produção e a “fazer comunicação” de forma oficial, é fundamental considerarmos a visão de Baldissera (2008). O autor defende que, seja da qualidade do oficial ou do não-oficial, quando os sentidos em circulação nos processos de comunicação disserem respeito à organização, eles serão considerados comunicação organizacional.

Sendo assim, a noção de comunicação organizacional precisa ser ampliada e ultrapassar a fala autorizada, que é apenas “[...] o lugar da autoridade que quer informar/formar, persuadir, seduzir, controlar/acompanhar/avaliar, coordenar/dominar e, mesmo manipular. É o lugar da reprodução, da obediência, da

normatização e da normalização.” (BALDISSERA, 2008, p. 47). A comunicação organizacional não pode ser reduzida a planos, programas, projetos, pois, para além dessas práticas, que se referem apenas ao organizado, ao gerenciável, há fluxos de comunicação de qualidades e intencionalidades variadas, observáveis apenas no acontecer, quando os sentidos são produzidos. Dessa forma, é na tensão existente na relação entre a organização e seus interlocutores, em um contexto específico, que a comunicação revela-se como um “[...] processo de construção e disputa de sentidos.”⁹ (BALDISSERA, 2008, p. 33).

Concordando com esse posicionamento, Pinto (2008, p. 86) sugere que um modelo de pensamento comunicacional baseado nas linearidades de um modelo transmissivo verticalizador deveria assegurar que “[...] ‘posso dizer aqui com certeza de que serei totalmente entendido lá’ se conseguir eliminar os ruídos que podem interferir na mediação”. Porém, o autor destaca que os ruídos fazem parte do processo comunicativo, de maneira que não existe nada sem ruído. Segundo Pinto (2008, p. 86), “Não há garantias na produção da mensagem, não há garantias na mensagem, não há garantias na sua recepção”, pois a opacidade, a intransparência e o potencial mal-entendimento são iminentes ao signo.

Depois das perspectivas, os desafios

Apesar das intranets sociais, a partir da lógica da Web 2.0, representarem possibilidades de mudança de perspectiva na comunicação no contexto interno das organizações, os resultados da pesquisa que embasa este artigo evidenciaram alguns desafios desse movimento, tendo em vista o aparente conflito existente entre os princípios da segunda geração de serviços on-line e os processos hierárquicos e as relações de poder intrínsecos à realidade das empresas.

Percebemos, por meio da análise crítica dos discursos dos gestores das duas organizações estudadas e dos discursos de seus empregados, que a empiria refuta os princípios teórico-conceituais acerca da Web 2.0 aqui apontados, ao considerarmos os processos de comunicação empreendidos

no ambiente interno das empresas. Ressaltamos que os discursos dos empregados são coincidentes na maioria dos pontos abordados nas categorias especificadas, levando-nos a concluir que eles não reconhecem o espaço relacional que as duas empresas propõem ao transformarem suas intranets em ambientes desenvolvidos sob a lógica da Web 2.0. Assim, as falas dos empregados revelam posicionamentos que, em grande parte, refutam significados, apontando para novas possibilidades de sentidos que podem emergir na relação.

Observamos que as organizações, no momento de reformulação de suas intranets, exploram a interação e a colaboração como características dos novos ambientes. Destacamos, no entanto, que essa não é a percepção dos empregados, que embora considerem a intranet muito importante para o seu trabalho, afirmam que o ambiente não se tangibiliza como espaço de interação, de relacionamento. Nesse contexto, os discursos demonstram que essa não é a realidade das organizações, tendo em vista a percepção dos empregados segundo a qual a intranet ainda não cumpre a promessa de seguir a lógica da Web 2.0¹⁰. Ressaltamos que é consenso o fato de que gostariam de participar mais, criando e publicando conteúdo, postar comentários, interagir uns com os outros, compartilhar ideias por meio do portal. Para eles, a lógica de cooperação, colaboração e livre expressão (ANTOUN, 2008) não existe no contexto organizacional em que se inserem.

Acrescentamos a isso o fato de que, apesar das organizações divulgarem suas intranets como espaços relacionais, os empregados utilizam-nas como ambientes informacionais. Para eles, os portais são locais para publicação/divulgação, acesso/leitura de informações, em que a web ainda desempenha o papel de mera provedora de informações em mão única (conteúdo → usuário) e não como um modelo de duplo sentido de direção, como um espaço no qual as pessoas são incentivadas a participar e colaborar, opinando, escrevendo e organizando conteúdo.

Outra justificativa para que as intranets não se configurem como “sociais” é a opinião de que a cultura de participação proposta pela Web 2.0 não é bem aceita nas organizações. Os empregados afirmam que aqueles que

⁹ Destacamos que essa ideia, primeiramente abordada por Eliseo Verón, é também explorada por Antonio Fausto Neto.

¹⁰ Conforme a perspectiva predominante da revisão bibliográfica apresentada acerca do conceito de Web 2.0.

assistem a um vídeo ou leem uma matéria na intranet, por exemplo, são mal vistos pelo gerente ou até mesmo pelos próprios colegas. Dessa maneira, como participar de blogs, fóruns ou postar conteúdo em um site, sendo que essas atitudes são relacionadas a “quem não tem nada para fazer”?

Nesses discursos fica evidente a questão do poder e do controle que impera no contexto das organizações, constatação que nos leva à abordagem de discurso de Fairclough (2001) que concebe o poder como hegemonia. Aqui, as falas dos empregados revelam que o comportamento dos gestores reproduz as relações de poder e a hegemonia existentes no ambiente interno das empresas, revelando as marcas de assimetria. Considerando aqui a empresa A, em particular, os entrevistados afirmam que há blogs e fóruns na intranet, porém destacam que esses espaços de colaboração aparecem “de vez em quando” e, quando aparecem, vêm “de cima pra baixo”, apenas quando é do interesse da organização obter informações do empregado.

Nesse contexto, observamos que a questão da hierarquia e do controle na realidade das organizações é tão presente que os empregados da empresa B consideram impossível a lógica da Web 2.0 dar certo no ambiente interno das empresas. Para eles, o espaço organizacional não combina com a ideia de confiança radical sugerida pela segunda geração de serviços on-line e não é o local para que a conversação em rede aconteça. Os empregados da empresa A, por sua vez, demandam por espaços de relacionamento na intranet e acreditam em sua possibilidade, embora também não concordem com a ideia de liberdade total, requerendo um certo controle ou, nas palavras deles, uma “liberdade vigiada” e “com limites”. Entendemos que esses posicionamentos revelam a eficácia ideológica das estruturas sociais, normas e convenções efetivamente interiorizadas.

Sugerimos que os processos hierárquicos das organizações contribuem para que intranets 2.0 sejam ainda uma tendência embrionária entre as empresas, realidade observada, principalmente, na ocasião da procura pelo objeto empírico. Os próprios gestores das empresas A e B reconhecem que suas intranets ainda não cumprem a promessa de atuar como ambientes que seguem a perspectiva da Web 2.0, fato que, na nossa percepção, é consequência da racionalidade da gestão das organizações, que, de tão forte, impera em todos os processos, de forma vertical e não com

relações de horizontalidade, como solicita a Web 2.0. Os gestores confirmam essa constatação, quando afirmam que a quebra do nível hierárquico é uma necessidade, para que a intranet possa realmente assumir o papel de ferramenta de participação e de integração.

Referências bibliográficas

- AISENBERG, Daniel. **Nos bastidores do portal**. 2005. Disponível em: <<http://intranetportal.org.br/wp/2005/01/nos-bastidores-do-portal/>>. Acesso em: 19 abr. 2012.
- ANTOUN, Henrique (Org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa M. A. (Org). **O Diálogo Possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 31-50.
- BRAGA, José Luiz. **Mediatização como processo interacional de referência**. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro Nacional da Compós, realizado em junho de 2006, em Bauru.
- DI FELICE, Massimo. Auréola digital: a crise dos pontos de vista centrais e o fim do direito exclusivo da edição de informações. In: OLIVEIRA, Ivone de L.; MARCHIORI, Marlene (Orgs.). **Redes sociais, comunicação, organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012. p. 147-166.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FAUSTO NETO, Antonio. Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. In: OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana Thereza N. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 39-63.
- FAUSTO NETO, Antonio. Epistemologia do Zigue-Zague. In: FERREIRA, Jairo; PAOLIELLO, Francisco J.; SIGNATES, Luiz. **Estudos de comunicação: transversalidades epistemológicas**. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2010.
- FRANÇA, Vera. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?**. Trabalho apresentado no X Encontro Nacional da Compós, realizado em maio e junho de 2001, em Brasília. 2001. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_I266.pdf>. Acesso em 19 jun. 2012.

FREITAS, Rogério. **Web 2.0 fortalece conceitos de Gestão do Conhecimento e apresenta novos desafios**. 2006. Disponível em: <<http://intranetportal.org.br/wp/2006/08/web-2-0-fortalece-conceitos-de-gestao-do-conhecimento-e-apresenta-novos-desafios>>. Acesso em: 19 abr. 2012.

GOMES, Pedro Gilberto. **Filosofia e ética da comunicação na mediação da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006. INSTITUTO INTRANET PORTAL. **Prêmio Intranet Portal**. Disponível em: <<http://intranetportal.org.br/wp/premio-intranet-portal/>>. Acesso em: 15/11/2012.

LIMA, Fábila. **Mediação empresarial: estratégias de legitimação e interlocução a partir de um canal televisivo de marca**. 2009. 200f. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte.

LIMA, Fábila. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de L.; Soares, Ana Thereza N. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 109-127.

NEIVA, Rodrigo César S.; BASTOS, Fernanda de Oliveira S.; LIMA, Fábila Pereira. A perspectiva relacional das redes sociais no contexto da comunicação organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de L.; MARCHIORI, Marlene (Org.). **Redes sociais, comunicação, organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012. p. 185-200.

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. Tradução Miriam Medeiros. 2006. Disponível em: <<http://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2012.

OLIVEIRA, Ivone de L. Constituição do campo da comunicação das organizações: interfaces e construção de sentido. In: JESUS, Eduardo de.; SALOMÃO, Mozahir (Org.). **Interações Plurais: a comunicação e o contemporâneo**. São Paulo: Annablume, 2008. p. 85-108.

OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fábila Pereira. O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional mediado. In: MARCHIORI, M. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. v.2, p. 151-165.

OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fábila Pereira; MONTEIRO, Luisa da Silva. **Mediação do comunicador organizacional com**

comunidades: um olhar ampliado sobre o exercício profissional. Trabalho apresentado no V Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, realizado em maio de 2011, em São Paulo.

PATRIOTA, Karla Regina Macena P.; PIMENTA, Rodrigo Duguay da Hora. **Da mídia 2.0 para a mídia 3.0: perspectivas da próxima onda na Web**. Trabalho apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom, realizado em setembro de 2008, em Natal.

PINTO, Júlio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana Thereza N. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 81-98.

PLATT, Michael. **Web 2.0 na empresa**. 2007. Disponível em: <<http://msdn.microsoft.com/pt-br/library/bb735306.aspx>>. Acesso em: 21 abr. 2012.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008a. 240 p.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: ANTOUN, Henrique (Org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008b. p. 101-122.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VIBERTI, Fernando. **A intranet social: o que é e como começar**. 2011. Disponível em: <<http://intranetportal.org.br/wp/2011/05/a-intranet-social-o-que-e-e-como-comecar>>. Acesso em: 19 abr. 2012.

Outras publicações do autor

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes ; HENRIQUES, Márcio Simeone ; PAULA, M. A. . A Sociedade enfrenta suas Organizações? interação entre organizações e sociedade nas mídias sociais articulada pelo discurso da sustentabilidade. Esferas - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste, v. il, p. 169-178, 2012.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes ; LIMA, F. P. ; MONTEIRO, L. S. . Movimentos comunicacionais na relação entre organização e

comunidades: Perspectivas teórico-metodológicas para apreensão do fenômeno. Revista FAMECOS (Online), v. 18, p. 557-575, 2011.

PAULA, M. A. ; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes . Interações na contemporaneidade e mudanças paradigmáticas: organização, comunicação e estratégias. Fisec - Estratégias, v. 18, p. 31-51, 2010.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes ; Marchiori, M. . Perspectives, Challenges, and Future Directions for Organizational Communication Research in Brazil. Management Communication Quarterly, v. 22, p. 671-676, 2009.

Citações:1|1

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes . Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual. Organicom (USP), v. Ed.Esp, p. 57-63, 2009.