



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARCELLE BARBOSA DE LIMA OLIVEIRA

A APLICABILIDADE DAS TECNOLOGIAS NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO:
Um estudo de caso da ferramenta Unes e do Portal Sagres utilizados pelos
estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana.

FEIRA DE SANTANA
2020

MARCELLE BARBOSA DE LIMA OLIVEIRA

A APLICABILIDADE DAS TECNOLOGIAS NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO:
Um estudo de caso da ferramenta Unes e do Portal Sagres utilizados pelos
estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Administração pela Universidade Estadual de
Feira de Santana – BA.

Orientador: Prof. Dr, Saulo José dos Santos
Rocha

FEIRA DE SANTANA
2020

MARCELLE BARBOSA DE LIMA OLIVEIRA

A APLICABILIDADE DAS TECNOLOGIAS NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO:

Um estudo de caso da ferramenta Unes e do Portal Sagres utilizados pelos estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana.

Monografia apresentada a Universidade Estadual de Feira de Santana para a conclusão do curso de bacharelado em Administração.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Saulo José dos Santos Rocha
Orientador

BANCA

BANCA

Feira de Santana-BA, _____ de _____ de 2020

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar as tecnologias, ferramenta Unes e Portal Sagres, como importantes para o desenvolvimento dos processos acadêmicos pelos estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana. Para isso realizou-se um estudo de caso do Portal Sagres, que é o sistema acadêmico utilizado pela Universidade e a ferramenta Unes, que se trata de um aplicativo de dispositivo móvel *Android*, que comunica através de notificações as possíveis alterações realizadas no Sagres. O estudo foi realizado através de aplicação de questionários com os discentes do curso de Administração. A pesquisa considerou os conceitos de Tecnologia, portal corporativo e comunicação, encontrados na literatura de Administração. Através dos resultados dessa pesquisa, é possível concluir que tanto o Portal Sagres quanto a ferramenta Unes são importantes para o desenvolvimento de comunicação no âmbito acadêmico, mas que ainda precisam facilitar suas interfaces para aqueles que as utilizam.

Palavras-chave: Tecnologia. Portal comunicativo. Canal de comunicação.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the technologies, tool Unes and Portal Sagres, as important for the development of the academic processes by the students of administration of the State University of Feira de Santana. For this, a case study of the Sagres Portal was carried out, which is the academic system used by the University and the Unes tool, which is an Android mobile device application that communicates through notifications the possible changes made in Sagres. The study was carried out through the application of questionnaires with the administration students. The research considered the concepts of Technology, corporate portal and communication, found in the administration literature. Through the results of this research it is possible to conclude that both the Sagres Portal and the Unes tool are important for the development of communication in the academic scope, but that they still need to facilitate their interfaces for those who use them.

Keywords: Technology. Communicative portal. Communication channel.

LISTA DE ABREVIATURAS

CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão

CRM – *Customer Relationship Management*

ECM – *Enterprise Content Management*

EIP – Portal Corporativo

IOS – *iPhone operating system*

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

PDCA – *Plan, Do, Check e Act*

SAGRES – Sistema de Gestão Educacional

TIC – Tecnologia da informação e comunicação

UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana

LISTA DE FIGURAS

Figura 01	Os níveis do pensamento sistêmico ilustrados pela metáfora do iceberg	21
Figura 02	Tecnologia típicas da cadeia de valor de uma empresa	23
Figura 03	Componentes de um portal corporativo	39

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01	Curva S	27
Gráfico 02	Qual seu sexo?	76
Gráfico 03	Intervalo em que se encontra sua idade.	77
Gráfico 04	Semestre em que o aluno se encontra.	78
Gráfico 05	Ano de ingresso na UEFS.	79
Gráfico 06	Local de utilização da Internet.	79
Gráfico 07	Nível de conhecimento acerca da ferramenta UNES	80
Gráfico 08	Nível de conhecimento acerca do Portal Sagres.	81
Gráfico 09	A ferramenta Unes facilitou na rapidez na entrega da informação?	82
Gráfico 10	A ferramenta Unes é prática?	82
Gráfico 11	O Portal Sagres possui rapidez na entrega da informação?	83
Gráfico 12	O Portal Sagres é prático?	83
Gráfico 13	Qual é mais prático: Ferramenta Unes ou Portal Sagres?	84
Gráfico 14	Qual a maior vantagem que o aplicativo Unes proporcionou?	85
Gráfico 15	Qual a maior desvantagem da ferramenta Unes?	85
Gráfico 16	Maior vantagem que o Portal Sagres proporciona.	86
Gráfico 17	Maior desvantagem do Portal Sagres.	87
Gráfico 18	Sugestões para a ferramenta Unes.	87
Gráfico 19	Sugestões para o Portal Sagres.	88
Gráfico 20	Situações em que a ferramenta Unes é utilizada.	89
Gráfico 21	Funcionalidades que são mais utilizadas na ferramenta Unes.	90
Gráfico 22	Situações em que o Portal Sagres é utilizado.	90
Gráfico 23	Funcionalidades mais utilizadas no Portal Sagres.	91
Gráfico 24	A ferramenta Unes é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico?	92
Gráfico 25	O Portal Sagres é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico?	93
Gráfico 26	O Portal Sagres é mais veloz do que a ferramenta Unes?	93
Gráfico 27	A ferramenta Unes é mais fácil de manusear que o Portal Sagres?	94
Gráfico 28	O Portal Sagres trava mais do que a ferramenta Unes?	95

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Tecnologias essenciais para ECM	34
Tabela 2	Tecnologias correlatas para ECM	36
Tabela 3	Matriz de Amarração	74
Tabela 4	Bloco de perguntas dicotômicas.	95
Tabela 5	Bloco de perguntas múltipla escolha.	96
Tabela 6	Bloco de perguntas Escala Likert.	98

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA	12
1.2	OBJETIVOS	14
1.2.1	Geral	14
1.2.2	Específicos	14
1.3	JUSTIFICATIVA	14
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	FUNDAMENTOS DA TECNOLOGIA	17
2.1.1	Escolas da administração	17
2.1.2	Tecnologias no processo administrativo	21
2.1.3	Usabilidade das ferramentas tecnológicas	26
2.1.4	Tecnologias da comunicação e informação	30
2.2	PORTAL CORPORATIVO	31
2.2.1	Conceito de Portal corporativo	32
2.2.2	A importância de desenvolver um portal corporativo	37
2.2.3	Termo usabilidade, Norma ISO 9241-11, Internet e suas consequências	40
2.2.4	Diferenças entre diferentes tipos de portais, intranet e extranet	42
2.3	CANAIS DE COMUNICAÇÃO	44
2.3.1	Teorias e Canais da comunicação	45
2.3.2	A internet e a Comunicação	52
2.3.3	Comunicação Institucional	53
2.3.4	Canais tradicionais e não tradicionais	55
2.3.5	Comunicação Unilateral e Bilateral	61
3	ESTUDO DE CASO	64
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO PORTAL SAGRES E DA FERRAMENTA UNES	64
4	METODOLOGIA	66
4.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	66
4.1.1	Tipo de estudo	66
4.1.2	Amostra e População	72
4.1.3	Análise de dados	74
4.2	MATRIZ DE AMARRAÇÃO DA PESQUISA	74
5	TABULAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	76
5.1	TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	76
5.1.1	Perfil da População	76
5.1.2	Nível de Conhecimento do Portal Sagres e da Ferramenta Unes e o acesso à internet	79

5.1.3	Análise das variáveis rapidez e praticidade	81
5.1.4	Vantagens e desvantagens da Ferramenta Unes e o Portal Sagres	84
5.1.5	Sugestões para a Ferramenta Unes e o Portal Sagres	87
5.1.6	Sugestões para a Ferramenta Unes e o Portal Sagres	89
5.1.7	Análise da Problematização do estudo	92
5.1.8	Questões comparativas	93

CONCLUSÕES **99**

REFERÊNCIAS

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA

A comunicação no ambiente organizacional tem sido um método importante, pois através dela que o público alvo é atingido e também permite divulgação e acompanhamento pelo mesmo das atividades e avisos que possam estabelecer um maior grau de interatividade entre os indivíduos que a utilizam.

Com a necessidade de uma comunicação unidirecional, as organizações optam por informar aos usuários, através de meios que possam facilitar sua comunicação, assim como consolidar, gerenciar, analisar e distribuir da melhor forma possível os conteúdos para seu público interno. Por isso surgem os portais corporativos ou de informações para dar suporte à decisão e aos processos internos, conforme definido pelos autores abaixo:

Portais de informações empresariais são aplicativos que permitem às empresas libertar informações armazenadas interna e externamente, provendo aos usuários uma única via de acesso à informação personalizada necessária para tomada de decisão (SHILAKES; TYLMANN, p. 2, 1998).

Esses portais são vias disponíveis para informar um público específico. Muitas vezes, eles não mantêm todas as funcionalidades demandadas e necessárias para quem os utiliza, por esse motivo são criadas novas ferramentas que atendem essas necessidades e, conseqüentemente, agregam valor para quem utiliza, além de servir de suporte ao portal oficial.

Portais oficiais dão acesso à informação, eles podem fornecer ferramentas para o processamento de uma organização ou ainda conectar pessoas com base nos seus interesses e experiências. Esses portais têm como função, além de conter arquivos, base de dados, correspondências, páginas *web* e aplicativos, proporcionar todas as ferramentas de produtividade relevante aos usuários.

Já os portais auxiliares são ferramentas que difundem as informações que já estão disponibilizadas ao usuário, porém quando diferenciado pode ser mais fácil seu uso e rápido o acesso, como agente para a comunicação interna. Com a cotidianidade de redes digitais e facilidade que um aplicativo oferece como ferramenta de acesso, um estudante de Engenharia da Computação da Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS, desenvolveu um aplicativo para atender as demandas dos estudantes dos 28 cursos que a universidade detém.

A esse aplicativo é dado o nome Unes. Ele é manuseado pelos discentes da universidade diariamente para verificar avisos, lançamento de notas pelos docentes, entre outras atividades. Essa ferramenta funciona como um EIP para processamento cooperativo, ou seja, ele compartilha informações que já lhe são dadas no Portal Sagres, que é o oficial.

Por isso nessa pesquisa está presente “o paradigma dominante” (SANTOS, 1988), além do seu objeto de estudo exigir do sujeito uma análise na qual haja uma linearidade, esse modelo também está centrado na racionalidade e totalidade, que possui como base abarcar os conhecimentos com um rigor científico. Segundo Descartes,

Conhecer significa quantificar. O rigor científico afere-se pelo rigor das medições. As qualidades intrínsecas do objeto são, por assim dizer, desqualificadas e em seu lugar passam a imperar as quantidades em que eventualmente se podem traduzir. O que não é quantificável é cientificamente irrelevante. Em segundo lugar, o método científico assenta na redução da complexidade. Conhecer significa dividir e classificar para depois poder determinar relações sistemáticas entre o que se separou (DESCARTES, p. 17, 1984).

Esse paradigma é hegemônico e defende a fronteira entre o senso comum ou a humanidade, tudo aquilo que não é ciência e as pesquisas científicas. A ciência moderna desconfia do conhecimento sensível que segundo Aristóteles, essas sensações em relação ao objeto são verdadeiras. Galileu contradiz esse pensamento, que, assim como Einstein, vê a natureza de forma geométrica (SANTOS, 1988).

Logo, o método científico estabelece suas bases na redução da complexidade. A divisão das parcelas do objeto sugeridas por Descartes, parte dessa diminuição do que é complexo para que possa melhor resolver o questionamento ou problematização. Essa divisão é entre as condições iniciais que seriam deixadas de lado e também as leis da natureza (objetiva) que é possível observar e verificar com rigor científico. Essa divisão se faz presente em todas as ciências modernas e o resultado das condições iniciais da pesquisa científica será obtido não importa a localização em que ela for realizada (SANTOS, 1988).

Portanto, esse estudo visa responder o problema: o Portal oficial Sagres e a ferramenta Unes têm sido tecnologias fundamentais para o processo acadêmico entre os discentes do curso administração na Universidade Estadual de Feira de Santana? Segundo Pinheiro et al. (2007), o conhecimento científico prévio é a melhor ferramenta

para controlar as consequências de uma aplicação tecnológica, ou seja, ele não parte de erros primários, mas devem ser baseados em teorias e experimentações.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

O objetivo desse estudo é analisar as tecnologias, ferramenta Unes e Portal Sagres, como importantes para o desenvolvimento dos processos acadêmicos pelos estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana.

1.2.2 Específicos

- Identificar os motivos da utilização da ferramenta Unes e do Portal Sagres pelos estudantes de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana;
- Verificar as principais funcionalidades e as variáveis da ferramenta Unes e do Portal Sagres utilizados pelos estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana.;
- Apontar novas sugestões para o aprimoramento tanto da ferramenta Unes quanto do Portal Sagres.

1.3 JUSTIFICATIVA

O interesse ao estudar esse tema parte da relevância da ferramenta Unes e do portal Sagres como ferramentas eficazes e facilitadoras no meio acadêmico. O estudante de Engenharia da Computação da UEFS, João Paulo Sena, desenvolvedor do Unes, disponibilizou o código fonte para qualquer universidade, proporcionando sua utilização abrangente, além de encontrar possíveis sugestões e potencializá-lo como suporte, para verificar a facilidade na comunicação docente e discente, assim como ampliar a utilização pelos alunos que não o conhecem.

Já o Portal Sagres é o oficial e tem como objetivo fornecer informações pertinentes ao público acadêmico, como notas, avisos institucionais, um canal de comunicação para os docentes e discentes, entre outras funcionalidades. A Tecnotrends, que é a empresa responsável pelo mesmo, conta com um sistema de Gestão Educacional, que permite que instituições de ensino público e privado possam melhorar a comunicação institucional, assim como padronizar processos.

Como se perpetua a rapidez das informações, nortear a comunicação é fundamental para esse processo e também criar ferramentas que possam proporcionar essa transição é imprescindível para facilitar o acesso às mesmas. Por esse motivo, verifica-se a importância do Portal Sagres e da ferramenta Unes, como impulsionadores da tecnologia e da facilitação da comunicação dentro do ambiente universitário.

Ao perceber que muitos estudantes da UEFS se encontravam perdidos ao procurar uma sala nos módulos por não poder acessar o portal de suas casas ou o tempo que muitos discentes perdiam ao ir para o campus, quando não tinham visto o aviso dos professores referente ao cancelamento das aulas, o estudante de engenharia da computação da UEFS, decidiu desenvolver uma ferramenta chamada Unes.

As variáveis disponíveis do Portal Sagres e a projeção existente na ferramenta Unes disponibilizam em suas plataformas as alterações nos materiais disponibilizados pelos professores, os avisos, assim como o lançamento das notas, principalmente, no período das provas.

Dentre outras funcionalidades, são integradas outras características na ferramenta Unes, que não são compartilhadas no original, como informações do restaurante Universitário, avaliação dos docentes, entre outras aplicabilidades que proporcionam maior interação entre os discentes e as atividades que ocorrem em outros setores no Campus.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

A fim de responder o problema (o Portal oficial Sagres e a ferramenta Unes têm sido tecnologias fundamentais para o processo acadêmico entre os discentes do curso administração na Universidade Estadual de Feira de Santana?), foram estabelecidas perguntas que nortearam a pesquisa de campo na instituição:

- Quais as variáveis que influenciam diretamente no uso da ferramenta Unes e do Portal Sagres?
- Quais as vantagens e desvantagens que o Portal Sagres e a ferramenta Unes tem proporcionado entre os discentes?
- Como as tecnologias têm agregado valor e facilitado a comunicação organizacional?

Essa pesquisa é dividida em cinco capítulos: o primeiro capítulo contém a introdução e objetivos; o capítulo dois contém a fundamentação teórica, que dá embasamento ao estudo e foi utilizada para a análise dos resultados obtidos; o terceiro capítulo descreve sobre as especificações do estudo de caso, apresentando uma breve caracterização dos fenômenos estudados: Portal sagres e ferramenta Unes; o quarto capítulo descreve os métodos e as técnicas que foram usadas neste trabalho; e o capítulo cinco apresenta os resultados e a tabulação dos dados encontrados com base nos métodos utilizados e a discussão deles.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTOS DAS TECNOLOGIAS

A influência das escolas de Administração foi extremamente necessária para traçar o futuro da Administração. Taylor foi chamado como pai da Administração, por conta do seu trabalho e contribuição para a ciência social, que proporcionou o surgimento das ferramentas que são utilizadas até hoje, como o Ciclo PDCA (*Plan, Do, Check e Act*). Segundo Carrasco (1993),

Taylor (1856-1915) foi o iniciador da eficiência industrial, sendo chamado o Pai da Organização Científica do Trabalho. Contribuiu para a organização do desenvolvimento industrial no fim do século XIX e início do século XX na sociedade norte americana. Em 1911, publica "Princípios de Administração Científica", onde conclui que a racionalização do trabalho do operário deveria ser logicamente acompanhada de uma estruturação da empresa que tornasse coerente a aplicação dos seus princípios: planejamento, preparo, controle e execução (CARRASCO, p. 44, 1993).

Portanto, a grande colaboração de Taylor parte dos princípios e diretrizes que ele deu para racionalização do trabalho e também a divisão de autoridades, assim como a supervisão vertical, ou seja, no nível de linha. A divisão das diversas atividades nas quatro fases também foram um passo fundamental para que a Administração Científica fosse implementada. Entre as escolas clássicas, encontra-se as escolas comportamental, sistêmica e, por último, a contingencial com seus percussores, Taylor e Fayol (CARRASCO, 1993).

2.1.1 Escolas da Administração

Segundo o estudo de “tempos e movimentos” de Taylor, um “exército” industrial desqualificado significava baixa lucratividade e lucros decrescentes (ALFAYA, 2008), conseqüentemente, aumentando o número de empregados da organização. Além disso, o Taylorismo permitiu que houvesse eliminação das perdas e desperdícios industriais que proporcionariam um aumento da produtividade.

Taylor também se preocupou com questões motivacionais. A teoria de Maslow é uma das mais importantes no campo motivacional. Essa motivação vem de cada necessidade na qual o indivíduo possa possuir. Para ele, as necessidades humanas consistem numa hierarquia na qual ele denominou como hierarquia dos motivos humanos (ALFAYA, 2008).

Para Heskett; Costa (1980), as necessidades estão classificadas em: fisiológicas, segurança, afiliação, autoestima e autorrealização. A necessidade de autorrealização é a mais fraca e a fisiológica, mais forte. Os níveis de fisiologia estão relacionados à vida, como quando há fadiga, fome, sede, más condições de moradia. A segunda mais forte é a segurança, nela estão relacionadas questões como estabilidade no trabalho e medo em ser despedido de forma arbitrária.

Na terceira categoria, segundo Maslow, em Heskett; Costa (1980), encontra-se o nível de afiliação. Nela contém reclamações pela falta de relacionamentos com seus colegas de trabalho ou até mesmo por não pertencer a algum grupo existente. A quarta é o nível de estima, as queixas, perda de dignidade, ameaça e prestígio estão disponíveis nele. E por último, as necessidades e os desejos estão relacionados à perfeição, aquilo que a pessoa deseja ser.

Já Frederic Herzberg na obra de Heskett; Costa (1980), realizou uma pesquisa na qual constava a satisfação e a insatisfação dos funcionários em trabalhar. Ele fez indicações que comprovaram que o que era sobre fatores relacionados ao cargo ou com tarefas desenvolvidas são fatores motivacionais, já os fatores higiênicos ou de manutenção, segundo Pilatti (2012), são os ligados com o meio ambiente e também às condições que desempenham seu trabalho.

Pilatti (2012) diz que os fatores higiênicos, na teoria das necessidades humanas de Maslow juntamente com a de Herzberg, estariam ligados às necessidades sociais de segurança e fisiológicas, já os demais seriam os motivadores. Logo, necessidades de autorrealização, de status e estima são aquelas que induz os trabalhadores a estarem com o grau maior de satisfação.

De acordo com estudos e pesquisas, Fayol também trouxe importantes conceitos para a administração. Para Dalmolin et al. (2007), a divisão do trabalho, proposta por Fayol, tem por finalidade produzir mais e com melhor esforço. Com isso, pode-se entender a importância das especializações nas empresas e como ela traz benefícios para a mesma.

Fayol considerava a empresa como sistema racional de regras e autoridades que justifica sua existência na medida em que atende ao objetivo primário de fornecer valor, na forma de bens e serviços, a seus consumidores. A utilização de um modelo específico para otimizar as atividades gerenciais foi espelhada em atividades desenvolvidas na empresa onde trabalhou por mais de 30 anos, conseguindo mudar o quadro de empresa sem lucro, para bem-sucedida, ao longo do seu trabalho e com a implantação do seu modelo. O modelo criado por Henri Fayol pode ser utilizado até os dias atuais em empresas de qualquer seguimento. Ao analisar a lista de deveres de gerentes

nos deparamos com vários itens que, seguidos corretamente, melhorariam e muito as organizações e suas gerências (SILVA JUNIOR, p.26, 2009).

Ou seja, Fayol contribuiu bastante para os avanços do planejamento, comando, coordenação e controle. Ele possibilitou que cada gerente tivesse as estratégias necessárias para execução de suas atividades, além de proporcionar que cada pessoa precisa ter uma função para o sucesso da empresa.

De acordo com Alfaya (2008), a Escola Clássica surgiu com base nos fundamentos de Henri Fayol, que estabeleceu a linha do processo administrativo de planejar, organizar, comandar, coordenar e controlar, além da Revolução Industrial, que também proporcionou às empresas a reflexão sobre eficiência e racionalização do trabalho, complementando as teorias de Fayol.

A segunda Escola foi a Escola do Comportamento. Ela veio para combater a Escola Clássica, trazendo um novo foco em questão, que era as relações humanas. Essa Escola era enfática nas pessoas, se preocupava com a organização e seus comportamentos e também os processos de trabalho. Para Figueiredo (2004), a teoria comportamental ou behaviorista teve início na Escola Clássica e com ela inicia também a Teoria das Decisões

De acordo com Balestrin (2002), o trabalho guia o curso da sociedade e suas organizações econômicas e governamentais. Ele é solução de problemas e tomadas das decisões. Com isso pode ser visto que o estabelecimento das metas, das ações e alternativas que serão geradas na empresa dependem do nível de conscientização do indivíduo, principalmente, para exercer a tomada de decisão.

Com o avanço das tecnologias existentes, ferramentas cada vez melhores são disponibilizadas no mercado para auxiliarem no processo decisório. Dias (2005), acredita que os sistemas computacionais são de extrema necessidade, responsáveis pela eficiente disseminação das informações que são disponibilizadas atualmente.

A terceira Escola foi a Sistêmica, nela encontra-se os estudos realizados pelo biólogo alemão Ludwing Von Bertalanffy, sobre o modelo dos sistemas abertos, que continha uma interação complexa entre as partes e trocas com o ambiente interno e externo da organização. De acordo com Motta (1971),

De acordo com a abordagem sistêmica, a organização é vista em termos de comportamentos inter-relacionados. Há uma tendência muito grande a enfatizar mais os papéis que as pessoas desempenham do que as próprias pessoas, entendendo-se papel como um conjunto de atividades associadas a um ponto específico do espaço organizacional, a que se pode chamar cargo. No interior de um conjunto de papéis, um indivíduo exerce

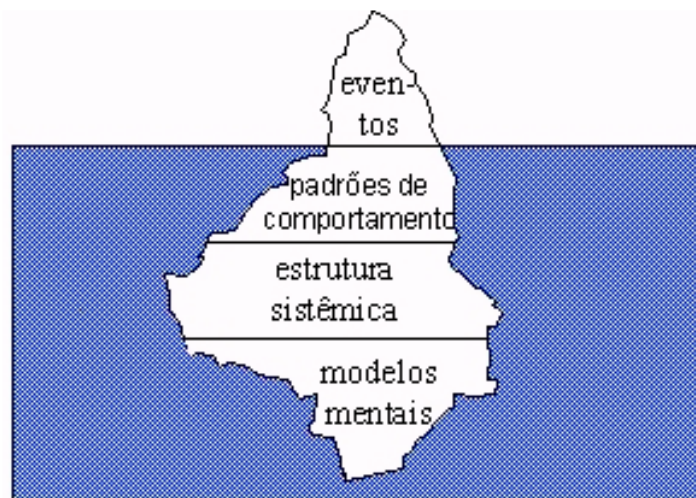
determinadas ações para relacionar-se com os demais; tais ações compõem o comportamento do papel. Além disso, cada participante de um conjunto de papéis mantém determinadas expectativas quanto ao papel dos demais e procura enviar àquelas essas expectativas (MOTTA, p.24, 1971).

Com isso, a posição que o indivíduo ocupa é de enorme importância para o processo administrativo. O contexto organizacional que o empregado está exposto, os conflitos de cargos, por conta das variáveis internas e externas, podem acontecer naturalmente. Para um sistema existir ele precisa de objetivos definidos, o que influencia todo o processo. Os objetivos atuam como:

- Ferramentas para exercer o funcionamento das empresas e de sua intrincada abrangência e complexidade;
- Instrumentos que possibilitam uma avaliação analítica e, quando necessário, sintética das empresas;
- Facilitadores dos processos internos e externos, com suas respectivas intensidades e relações;
- Meios para suportar a qualidade, produtividade e inovação tecnológica organizacional;
- Geradores de modelos de informações para auxiliar os processos decisórios empresariais;
- Produtores de informações oportunas e geradores de conhecimento;
- Valores agregados e complementares à modernidade, perenidade, lucratividade e competitividade empresarial (REZENDE; ABREU, p. 32, 2000)

Por isso, a importância de entender a liberdade que se dá a cada colaborador que possui metas definidas e, conseqüentemente, trará resultados satisfatórios para a organização. Os eventos que acontecem externamente são mais perceptíveis que os internos, porque são os primeiros a serem observados. O passado de um colaborador determina os possíveis comportamentos do futuro, por isso também deve ser estudado, porque aos poucos estabelecem a estrutura sistêmica que também deve ser analisada com cuidados e os modelos mentais, que influenciam diretamente em toda cadeia, conforme a figura 1.

Figura 1: Os níveis do pensamento sistêmico ilustrados pela metáfora do iceberg



Fonte: ANDRADE (1997).

A quarta Escola é a Contingencial. Nela o foco encontra-se nas empresas de dentro para fora, ou seja, sua maior preocupação encontra-se no ambiente, na sua estrutura e no seu comportamento. E como se sabe, o mesmo oferece oportunidade, mas também ameaças, como mostra a demonstra a Análise *SWOT*. Para Pereira et al. (2010),

A teoria da Contingência é, dentre as teorias de administração, provavelmente a mais divulgada e comentada atualmente e, surgiu quando a maioria das organizações utilizava os princípios da teoria clássica em sua gestão. O enfoque principal desta teoria vem da condição de que “tudo é relativo”, “tudo depende” e, neste contexto, diversos fatores contingenciais surgem e são levados em conta para a tomada de decisões e definição dos rumos das organizações, dentre os quais, pode-se citar como exemplo o ambiente, a tecnologia, o tamanho da organização, a estratégia e o ciclo de vida (PEREIRA et al., p.1, 2009).

Portanto, sabe-se que, segundo essa escola, quanto mais eficiente for a organização, mais ela deve possuir modelos para incrementá-la. Para Morgan (2007), quando ocorrem mudanças no ambiente, nas condições de mercado ou na tecnologia, são necessários estilos abertos e flexíveis de organizações, no sentido de melhor se adaptar a essas mudanças.

2.1.2 Tecnologias no processo administrativo

Muito se investe em tecnologia, quando as empresas desejam inovar. O administrador precisa adquirir, aprimorar e alocar a matéria prima durante todo

processo administrativo. Gerir trazendo vantagens competitivas para a empresa, exige que isso esteja alinhado à sua estratégia (BURGELMAN, 2012).

Segundo Burgelman (2012), a pesquisa aplicada é voltada para a solução de problemas técnicos particulares, enquanto a básica refere-se às atividades relacionadas na geração de novos conhecimentos sobre fenômenos físicos, biológicos e sociais. Ele diz que o conceito de tecnologia está associado a

conhecimento teórico e prático, as habilidades e instrumentos que serão usados para desenvolver produtos e serviços, bem como seus sistemas de produção e distribuição. Pode ser incorporada as pessoas, materiais, processos cognitivos e físicos, instalações, equipamentos e ferramentas. Seus elementos-chave podem estar implícitos, existindo apenas de uma forma arraigada, por exemplo, segredos de *know-how* (BURGELMAN, p. 22, 2012).

Por esse motivo, a tecnologia tem sido um importante instrumento para a criação de novos bens e serviços de qualidade, que se adequem a demanda da sociedade atual. Por conta das inovações, a mesma sempre muda, trazendo benefícios e satisfazendo desejos (BURGELMAN, 2012).

A tecnologia engloba o conjunto de tecnologias que fazem parte da sequência de atividade de uma empresa que constituem sua cadeia de valor, como mostra a figura 2. A logística de suprimentos utiliza a tecnologia de transportes, utiliza do manuseio de materiais, armazenagem e preservação, sistema de comunicação, testes e sistemas de informações. A logística de operações básicas utiliza o produto de materiais, máquina-ferramenta, manuseio de materiais, acondicionamento, métodos de manutenção, testes, operação do projeto de construção, sistema de informações (BURGELMAN, 2012).

Quando se trata da logística de distribuição, utiliza-se a tecnologia de transportes, manuseio de materiais, acondicionamento, sistema de comunicação, sistema de informações. A área de vendas e *marketing* utilizam da mídia, gravação de áudio e vídeo, sistema de comunicação e sistema de informações. Por último, os serviços que usam do diagnóstico e teste, utilizam sistema de comunicação e de informações (BURGELMAN, 2012).

Figura 2: Tecnologia típicas da cadeia de valor de uma empresa.

Tecnologia de transportes	Tecnologia básica do produto	Tecnologia de transportes	Tecnologia de mídia	Tecnologia de diagnóstico e teste
Tecnologia de manuseio de materiais	Tecnologia de materiais	Tecnologia do manuseio de materiais	Tecnologia de gravação de áudio e vídeo	Tecnologia do sistema de comunicação
Tecnologia de armazenagem e preservação	Tecnologia de máquina-ferramenta	Tecnologia de acondicionamento	Tecnologia do sistema de comunicação	Tecnologia do sistema de informações
Tecnologia de sistema de comunicação	Tecnologia de manuseio de materiais	Tecnologia do sistema de comunicação	Tecnologia do sistema de informações	
Tecnologia de testes	Tecnologia de acondicionamento	Tecnologia do sistema de informações		
Tecnologia de sistema de informações	Métodos de manutenção			
	Tecnologia de testes			
	Tecnologia de operação do projeto de construção			
	Tecnologia do sistema de informações			
Logística de suprimentos	Operações	Logística de distribuição	Vendas, <i>marketing</i>	Serviços

Fonte: BURGELMAN et al. (2012).

Geralmente para empreender em uma nova tecnologia, inicia-se a partir de uma nova. Conforme White (1999), as atividades incluem completar os projetos arquiteturais, desenvolver modelos funcionais e construir protótipos, além de se envolver com clientes e parceiros para comercializá-la.

Para Christensen et al. (2008), o que a organização pode e não pode administrar está no tripé RPP: recursos, processos e prioridade. O primeiro inclui pessoas, tecnologias, equipamentos, projetos de produto, marcas, informações, dinheiro e relacionamentos com fornecedores, distribuidores e clientes, é o mais tangível dos três.

Os padrões de interações, coordenação, tomada de decisão e comunicação que as empresas tomam, realizam as transformações e com isso surgem os processos administrativos. Por último, as prioridades, que são o que pode e não pode fazer, o que afeta uma organização, inseridas dentro do seu padrão de negócio (BURGELMAN, 2012).

Quando uma empresa entende esse processo e o faz sem esquecer dos passos necessários e priorizando as ferramentas corretas, logo terá sucesso nas suas operações. Existem quatro equipes para determinar a melhor forma de atuar, são elas as funcionais, peso-pesado, peso-leve e autônomas:

Equipes funcionais e peso-leves são projetadas para explorar as capacitações residentes nos processos, e modelos de negócios existentes. Uma equipe peso-pesado é estabelecida para criar um novo processo e uma

equipe autônoma para criar um modelo de negócio (CHRISTENSEN et al., p. 72, 2008).

Ou seja, as fronteiras funcionais são aquelas que agem de acordo com a especialidade de cada componente do produto. Já as de peso-leves, refere-se quando as atividades dependem uma da outra para que aconteça sua execução. As de peso-pesado são aquelas que devem interagir de maneiras diferentes das funcionais, são estabelecidas para criar novos processos ou novas maneiras de trabalhar juntas. As autônomas são as que enfrentam uma inovação, criando um novo modelo econômico, priorizando e atendendo de forma rentável.

Hayes (2002) pensa que pesquisa e desenvolvimento (P&D) são fundamentais para o domínio da tecnologia e quando os gestores investem bastante em P&D, as empresas conseguem se manter no topo do mercado e serem líderes em tecnologia de ponta. O dilema central de uma empresa é como ter sucesso no gerenciamento de duas tendências: continuidade e mudança.

A estratégia tecnológica depende da estratégia de desenvolvimento que apoia o posicionamento do produto através do custo, valor ou qualidade, o uso da tecnologia de forma mais ampla, aumenta sua cadeia de valor e a utilização da técnica de *design* para gerir funções (HAYES, 2002).

Quando se trata de liderança tecnológica, por exemplo, as capacitações e competências tecnológicas traçam uma estratégia ampla. Empresas inovadoras investem em líderes na sua organização para agregar valor à sua gestão e possuir um diferencial disruptivo (HAYES, 2002).

Segundo Serrana; Baldanzo (2017), o conceito de tecnologias disruptivas estaria mais associado a um processo de inovação revolucionária, pela introdução no mercado de novos produtos ou serviços com melhores características ou menor custo para o consumidor. Com isso, Barbosa Junior; Gonçalves afirmam (2018),

A inovação disruptiva (ID) tem origem em tecnologias que, na maioria das vezes, chegam com uma proposição de valor diferente e apresentam, no início, desempenho inferior àquele dos produtos estabelecidos, mas que, no geral, trazem menor custo para os consumidores, mais simplicidade, menor tamanho do produto e maior conveniência (BARBOSA JUNIOR; GONÇALVES; p. 2, 2018).

Essas inovações permitem que novos mercados sejam abertos e também valorizam o baixo mercado, além de aperfeiçoar os produtos e até mesmo controlar as formas antigas da administração da tecnologia. Para Christensen et al. (2008), a

taxonomia é ditada pelas tecnologias incrementais ou sustentadoras e disruptivas. A primeira desenvolve o desempenho de um produto que já existe. Já a segunda, demanda menor custo e tamanho.

Segundo Matias-Pereira; Kruglianskas (2005), a lei da inovação tecnológica, que permite a inserção dessas tecnologias incrementais e disruptivas nas empresas, possibilita o incentivo ao desenvolvimento científico. O que se sabe é que esse estímulo gera empregos, renda e crescimento para a sociedade.

As incubadoras da empresa possibilitam compartilhamento de infraestrutura, equipamentos, recursos humanos juntamente com a lei da inovação que permitem que produtos sejam transformados em novos processos e a demanda cresça, trazendo benefícios para quem produz (MATIAS-PEREIRA; KRUGLIANSKAS, 2005).

Sabe-se que o aumento da automatização dos processos é por conta da revolução das tecnologias da informação. Empresas do mundo inteiro tem inserido nas suas dependências tecnologias para o sucesso do seu negócio. Muitas acreditam em um progresso que possa facilitar todas as suas operações (MATIAS-PEREIRA; KRUGLIANSKAS, 2005).

A terceirização também costuma ser uma opção que empresas externas podem executar determinados serviços especializados no ambiente. O problema é quando a quebra de modelos tradicionais é impedida pelos colaboradores que residem no quadro. Por isso, muitas vezes a adoção de uma tecnologia tem como consequência o desemprego, além da má qualificação de mão de obra. A efetivação nas organizações da informatização, segundo Sales; Silva; Batista,

é importante salientar as diferenças no contexto de três palavras, a eficiência, a eficácia, e a efetividade, a fim de entender suas diferenças dentro no cenário empresarial. A eficácia está atrelada com os resultados, ou seja, alcançar um objetivo fim no tempo previsto. Já a eficiência está voltada aos processos da empresa, ou seja, não desperdiçar matérias primas, com uma logística bem elaborada, com produtos fins de qualidade, etc. Com essa base fica fácil delimitar o conceito de „efetividade “que é exatamente a junção da eficiência com a eficácia, buscar o resultado, com um produto de qualidade, sem desperdícios, analisando a logísticas e afins (SALES; SILVA; BATISTA, p. 4, 2016).

Os conceitos de eficiência e eficácia são necessários para que gestores insiram ferramentas importantes e que acelerem seus processos e seus custos também sendo reduzidos. Conseguir cumprir prazos determinados, administrar bens com excelência, além de estabelecer a junção de todas as tarefas é o sonho de todo e qualquer empresário que deseja ampliação nos possíveis negócios.

Conforme Sales; Silva; Batista (2016), a tecnologia da informação (TI) atua na competitividade e vantagem do mercado atual, além do impacto que ela causa na vida daqueles que a utilizam e recebem produtos ou serviços que vem dela. Além de enriquecer todo o cenário, a TI otimiza as atividades, facilita a comunicação e melhora o processo decisório.

Para Beal (2001), a informação é um patrimônio que agrega valor à organização. Por isso a utilização dos recursos provenientes dela, precisam ser feitas de maneira apropriada, utilizando ferramentas e sistemas que façam das informações dadas por ela um diferencial competitivo.

O fato é que as tecnologias no processo administrativo facilitaram muito os bancos de dados existentes, além de organizar e separar, auxiliar as tarefas, proporcionando eficiência e eficácia necessária. A busca de soluções que trouxesse menor custo para as empresas fez com que elas se atualizassem. Por isso, adquirir ferramentas tecnológicas e permitir seu uso foi uma das estratégias utilizadas pelas empresas para trazerem e implantar uma nova cultura e uma nova forma do fazer.

2.1.3 Usabilidade das Ferramentas tecnológicas

O conceito de ferramenta está relacionado com instrumentos que permitem realizar determinados trabalhos. A ferramenta tecnológica dá acesso rápido e fácil, muitas vezes exigindo apenas a internet como precursor, para que o usuário possa ter acesso ao seu banco de dados (BLATTMANN; SILVA, 2007).

Segundo Blattmann; Silva (p. 197, 2007), a Web 2.0, é um exemplo de uma ferramenta tecnológica, que contém recursos que não deixam que seu usuário fique refém de arquivos salvos em pasta do computador. Para eles,

“...a construção de espaços para colaboração, interação e participação comunitária tem sido chamada de Web 2.0”. A Web 2.0 pode ser considerada uma nova concepção, pois passa agora a ser descentralizada e na qual o sujeito torna-se um ser ativo e participante sobre a criação, seleção e troca de conteúdo postado em um determinado site por meio de plataformas abertas. Nesses ambientes, os arquivos ficam disponíveis online, e podem ser acessados em qualquer lugar e momento, ou seja, não existe a necessidade de gravar em um determinado computador os registros de uma produção ou alteração na estrutura de um texto. As alterações são realizadas automaticamente na própria web (BLATTMANN; SILVA, p. 198, 2007).

A web 2.0 possui componentes como blogs, *Wikis*, *groupware* que auxiliam ainda mais na divulgação das informações. Os blogs discutem informações através

do mundo virtual, que dentro das organizações podem trazer conhecimentos importantes para ela.

Para Schons (2008), os *Wikis* popularizaram-se através da Wikipédia. Eles são páginas web abertas que colaboradores gerenciam e criam conteúdos, tornando-se uma plataforma com ênfase para interação e colaboração. Ela permite que o usuário mesmo leigo possa alimentar uma base comum de dados vitais para as tarefas organizacionais. A tradução dela significa rapidez.

Os *groupware* podem ser baseados em 3C. São eles Comunicação, Coordenação e Cooperação. Através dele, a comunicação possui um suporte às interações entre os participantes. Conforme Fuks; Raposo; Gerosa; Lucena (2002), na coordenação ele auxilia na pré-articulação das tarefas e na cooperação para criar entendimento compartilhado por meio de elementos de expressão e percepção.

Outro exemplo de ferramenta tecnológica é a curva S, segundo Lima; Coutinho (2006), é uma ferramenta muito utilizada para o acompanhamento da evolução de uma variável (custo, produção, faturamento) no decorrer do tempo. Conforme o gráfico 1, retirado do artigo deles:

Gráfico 1: Curva S



Fonte: LIMA; COUTINHO (2006).

A curva S é formada pelo somatório das quantidades medidas na variável em cada unidade de tempo estipulada. Ao se perceber a falta de avanços tecnológicos, dá-se a entender que as empresas pouco se interessaram em progressos e não amadureceram ao ponto de transformar ferramentas tradicionais em impulsionadores para crescimento. A mesma é utilizada muitas vezes como melhoria nas organizações e desempenhos (LIMA; COUTINHO, 2006)

Segundo Christensen et al. (2008), as novas tecnologias de componentes foram as novas condutoras da melhoria do desempenho ao longo de suas dimensões mais valorizadas nos mercados estabelecidos. Com isso, a curva S faz com que exista diferenças entre os níveis de desempenho que uma tecnologia precisa para amadurecer, logo a maturidade é o resultado e não a causa que leva ao lançamento de um desenvolvimento alternativo.

O sistema ERP é um exemplo também de ferramenta tecnológica. Nele estão dispostas coletas de dados de cada um dos setores da empresa de maneira automática. Esses dados são transformados em gráficos e tabelas que auxiliam os processos de vendas, finanças, logística, entre outros.

Segundo Caiçara Junior (2008), o sistema ERP, *Enterprise Resource Planning*, que significa Planejamento de recursos empresariais, possui alguns benefícios como:

“...evita a ocorrência de dados duplicados e o retrabalho na sua inserção, sempre que um dado é alterado no sistema, este se reflete em todos os módulos, permitindo, assim, que a informação esteja sempre atualizada, aumenta a segurança sobre os processos de negócios, os controles de permissões de acesso, baseados em *login* e senha também favorecem o aumento de segurança, permite rastreabilidade de transações necessário para adquirir um sistema completo e concede a padronização de sistemas: é comum nas organizações a existência de mais de um sistema de informação funcionando paralelamente, de fabricantes diferentes, desenvolvidos com tecnologias distintas e que apresentam interfaces nada padronizadas. Esse fato acaba gerando um problema para a empresa.” (CAIÇARA JUNIOR, p.90, 2008).

Dentre os sistemas, tem também o CRM - *Customer Relationship Management* - o qual concede levantamento de dados essenciais, que leva como ponto crucial a tomada de decisões. Através dele, é gerenciado o relacionamento com o cliente (CAIÇARA JUNIOR, 2008).

Segundo Fernandes; Junior; Trindade; Moravia (2015), o CRM foi uma peça importante no crescimento das cadeias de clientes das empresas independente do seu porte, apresentando captação e retenção de clientes. Percebe-se que ele é importante para setores comerciais ou profissionais de marketing, pois o mesmo facilita a fidelização do consumidor, e, conseqüentemente, estabelece relações de prazos estendidos.

Nesse meio cada vez mais sistematizado, a assinatura eletrônica e o envio de documentos *online* possibilitaram o ajuste da burocracia existente, entre tantas operações. Hoje, é possível, realiza-los de qualquer dispositivo que possui internet. Segundo Araújo; Vieira (2012), as assinaturas manuscritas e os carimbos que validam

sua autoria, autenticidade e integridade foram substituídas pela eletrônica. A assinatura digital comprova que a pessoa é o autor e possui uma gama de seguranças e licenças para que confirme a autorização da mesma. Fraudes são comuns nesse aspecto e, por isso, a justiça amplia controle sobre elas.

Segundo Alves; Costa; Furtado; Moravia (2013), Armazenamento na Nuvem é a expressão utilizada para designar a permissão que usuários, desenvolvedores e empresas usem a internet para acessar programas e dados armazenados em centrais de processamento de dados.

O Dropbox e o Google Drive são exemplos dessa ferramenta, que permitem a transferência de arquivos para a nuvem por meio de celulares, tablets, computadores. E de acordo com a autorização, esses arquivos podem ser facilmente compartilhados. Cada informação é gravada por senha e criptografadas para aumento da segurança entre aqueles que a utilizam (FURUTANI, 2017).

O Trello também é uma ferramenta que se adequa entre as mesmas que vem sido discutidas nesse capítulo. Ele ajuda a organizar tarefas e também a interação e monitoramento entre os membros da equipe. Segundo o Portal Sebrae (2020) ele cria quadros para organizar qualquer coisa que o usuário esteja trabalhando, pode ser usado individualmente e em equipe, personaliza fluxo de trabalho, entre outras funções. Ele é um verdadeiro gerenciador de projetos.

O Validation Board é uma plataforma virtual, segundo o site Docusign (2018), que auxilia novos empreendedores a criar modelos de negócios, suas potencialidades e identificação de supostas fraquezas. Outras ferramentas são os aplicativos através do *mobile*, que podem estar dispostos pedidos de refeições, chamadas de táxi, verificação de extratos bancários, verificação de e-mails, entre tantas outras funções. De acordo com Lemos (2004), a seguir estão os possíveis benefícios trazidos para a área de saúde através dessas ferramentas:

Os smartphones tornaram o “controle remoto do cotidiano”, com diversas funcionalidades devido a convergência tecnológica. Um mesmo aparelho se conta com telefone, máquina fotográfica, cinema, receptor de informações, difusor de e-mails, etc. Nesse contexto, se torna um importante aliado para a educação em saúde por meio dos aplicativos de saúde para difundir informações e agilizar comunicação e difusão de informação entre população (usuários dos serviços de saúde) e profissionais; encurtando distâncias e levando informações mais seguras, favorecendo significativamente a qualidade do autocuidado e acompanhamento mais seguro dos processos de saúde-doença (LEMOS, p.1, 2004).

Ou seja, quando um aplicativo é bem desenvolvido, ele possibilita que os clientes acessem sua empresa de forma assertiva. Para o Ecommerce Brasil (2013) é primordial que durante o desenho do projeto, a usabilidade seja analisada, assim como o conteúdo divulgado e as funcionalidades a serem desenvolvidas.

Outro exemplo é a Realidade Aumentada e a Realidade Virtual. Na primeira estão dispostos elementos que se relacionam com o que já existe e na segunda é possível criar um ambiente totalmente novo e independente do mundo real. De acordo com Kirner; Kirner (2011), Realidade Virtual e Aumentada são tecnologias dependentes de processamento em tempo real e, por isso, são influenciadas pela evolução da computação, tanto do ponto de vista do *hardware* quanto do *software*.

Por último, tem-se a tecnologia em portais corporativos. Essa é uma tecnologia que é capaz de proporcionar aos usuários um único ponto de acesso a qualquer informação necessária aos negócios, esteja ela dentro ou fora da corporação. Conforme Rorato; Dias (2011), o conceito a respeito da tecnologia, conhecida como “Portal”, tem a proposta de facilitar o acesso às informações digitais e auxiliar a tomada de decisão, através da disponibilização de normas, procedimentos, entre outras funcionalidades. Com isso, tem-se a experiência de disponibilizar informações que contribuem para a missão da organização.

2.1.4 Tecnologias da comunicação e informação

O fato é que as tecnologias de comunicação e informação (TICs) tem dominado o século XXI e, com isso, vem trazendo importantes benefícios para a sociedade como um todo, além de facilitar a vida corrida de muitos colaboradores e gestores. Conforme Barra; Paim; Sasso; Colla (2018) na área de saúde,

No contexto atual, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) voltadas para a área da saúde possuem diversas ferramentas que apoiam a estruturação e a organização dos dados e informações, possibilitando o armazenamento, processamento, acesso em tempo real e/ou remoto e compartilhamento dos mesmos, seja pelos diversos profissionais envolvidos na assistência, bem como, pelo próprio paciente/usuário. Tais tecnologias são consideradas um recurso global, o qual conecta diversos computadores criando uma rede de informações e que permite colaborar com o desenvolvimento e aperfeiçoamento das profissões da saúde (BARRA; PAIM; SASSO; COLLA, p.1, 2018).

Sendo assim, as TICs são importantes meios de divulgação e atualização do conhecimento na área que a utiliza e também auxilia na tomada de decisão, assim

como promove solução de possíveis problemas e necessidades. Segundo Silva; Silva; Coelho (2016), o conceito de tecnologia da comunicação e informação é uma área da computação utilizada para produzir, transmitir, armazenar, aderir e usar diversas informações. Ou seja, ela utiliza de dados para armazenar, informar e trazer para outros a comunicação necessária. Durante anos, a tecnologia era o foco. Com o passar do tempo, foi percebido que a informação era a grande arma que faltava para que muitas organizações avançassem em seus processos.

Segundo Castilho (2015), a integração favorecida pela internet e os serviços que esta oferece, possibilita, através da queda das barreiras geográficas, o acesso às informações que circulam em todo planeta. Sendo assim, as tendências dos consumidores modificaram-se ao longo do tempo e o acesso à informação, passou a ser mais facilitado.

Sabe-se que mesmo a tecnologia tendo um papel já esperado nas empresas nas quais ela se adequou, muitas vezes ela é incluída de forma explícita nas análises de estratégia corporativa e muito menos nos insumos normais para o planejamento e desenvolvimento corporativo (CASTILHO, 2015).

Segundo Fusfeld (2018), a maioria dos gestores teve um treinamento limitado em ciência ou engenharia, que não foi suficiente para lhes dar confiança em lidar com as mudanças tecnológicas. Sabe-se muito pouco desse processo de transformação, a mudança ocorre no período de 5 a 10 anos e muitos gestores desejam resultados a curto prazo.

Por isso, torna-se muitas vezes um fator limitante, introdução de novas tecnologias no âmbito empresarial. Muitos gestores não possuem paciência para treinar funcionários ou não esperam o momento exato para que isso aconteça. A tecnologia da comunicação e informação foi peça fundamental no desenvolvimento e melhoria da estratégia, mas deixada de lado quando o assunto é planejamento (FUSFELD, 2018).

2.2 PORTAL CORPORATIVO

Para se melhorar o acesso à informação e gerar conhecimento para tomar importantes decisões, as organizações tem inserido os portais corporativos entre as ferramentas tecnológicas para facilitar processos administrativos. Segundo Choo et al. (2000), um dos grandes atrativos dessa tecnologia tem sido na sua capacidade de

integrar fontes heterogêneas de informação através de uma interface única para o usuário. Ou seja, todas as informações ficam disponibilizadas no portal corporativo. Para Schafer (2007),

Os portais permitem que os usuários colaborem entre si e acompanhem o andamento dos processos organizacionais através de recursos como o Workflow. Em função disso, os portais são considerados a infraestrutura tecnológica principal para as iniciativas de gestão do conhecimento (GC). O portal corporativo utiliza metadados e a linguagem XML (*Extensible Markup Language*), para integrar dados não estruturados aos dados estruturados dos bancos de dados institucionais, fornecendo acesso às informações, a partir de uma interface individualizada disponível na rede hipertextual corporativa – Intranets (SCHAFFER, p.11, 2007).

Segundo Pires (2018), Workflows — também chamados de fluxos de trabalho — são a maneira como as pessoas realizam o trabalho e podem ser ilustradas como uma série de etapas que precisam ser concluídas sequencialmente em um diagrama ou lista de verificação. Com ele, pode-se comparar dados observados ou previstos e, sendo assim, através dele pode inserir uma grande quantidade de informações. Tem sido uma ferramenta de controle muito importante para gestores.

2.2.1 Conceito de portal de corporativo

Portais corporativos facilitam os processos organizacionais, além de serem importante ferramenta para disseminar o conhecimento na empresa. Para Schafer (2007), eles são uma evolução do *data warehouse*, estende sua aplicação às *intranets* e se constitui em um único ponto de acesso a todos os recursos de informação e conhecimento em uma instituição.

Para Molina (2008), os portais corporativos facilitam o trabalho da informação com valor agregado, podendo auxiliar enormemente a organização, quanto o acesso e disseminação de informações. Além de tudo isso, os portais têm sido fundamentais para melhorar a comunicação entre colaboradores no ambiente empresarial. Segundo Terra; Bax (1999), o conceito de portais corporativos

são aplicações visualmente similares aos portais encontrados na Internet. Embora, em geral, sejam aplicações mais complexas que encontram justificativa no apoio à missão, às estratégias e aos objetivos da organização e colaboram para a criação e o gerenciamento de um modelo sustentável de negócios (TERRA; BAX, p.1, 1999).

O que torna um portal corporativo mais complexo é justamente o apoio que ele precisa dar de acordo com as diretrizes da empresa, além de ajudar a manter

estabilidade na mesma. Segundo Molina (2008), são estruturas que utilizam das tecnologias de informação e comunicação para disponibilizar a informação corporativa.

Os portais dão aos funcionários informações que são de extrema importância e que dão suporte ao avanço do conhecimento, como quanto um colaborador pode melhorar seu desempenho, as metas estabelecidas para ele, isso tudo diante do ambiente competitivo e concorrencial no qual ele se encontra (MOLINA, 2008).

De acordo com Santos; Zanatto (2009), Portlets são componentes principais de um portal, são *web* reutilizáveis que fornecem uma visão a um sistema de informação, através de fragmentos de marcação (geralmente HTML). Esses componentes podem ser utilizados em qualquer portal, só precisa ser compatível com o modelo no qual ele foi aplicado. As ferramentas de portais foram ignoradas ou até mesmo discriminadas por muitos programadores, que achavam que ele era uso exclusivo dos Web Designer. A arquitetura de portal que se tem hoje demonstrou que na verdade, ser orientada por serviços e reduzir o *time-to-marketing* seria uma facilidade na vida de muitos, tanto gestores como clientes.

Conforme IIMA (2009), a ECM (*Enterprise Content Management*), que significa gestão de conteúdo empresarial, contempla um conjunto de estratégias, métodos e ferramentas para capturar, gerenciar, armazenar, preservar e entregar conteúdos e documentos relacionados a organização. Com isso, dentro de uma estrutura como um portal, o ECM é um componente de interesse para auxílio dentro de um portal

Por isso, o ECM utiliza de tecnologias correlatas e essenciais. A primeira, segundo IIMA (2009); Baldam (2004) pode ser entendida como o conjunto de funcionalidades que são acessórias ao processo de gerir documentos, mas que possuem papel relevante na garantia de qualidade do produto e dos serviços decorrentes da sua utilização.

Para IIMA (2008), Ribeiro (2010), Baldam (2004) e Duhon (2006) tecnologias essenciais para ECM são as que estão descritas na Tabela 1 abaixo:

Tabela 1 - Tecnologias essenciais para ECM

TECNOLOGIA	DESCRIÇÃO
DM - Document Management	<p>Entendido como gerenciamento de documentos digitais. Tecnologia que controla o acesso seguro aos documentos (objetos de qualquer tipo), as suas versões e o histórico de sua vida. Garante a recuperação eficiente através de indexação e opera em conjunto com a tecnologia de RIM, para gerir e organizar os documentos por meio de hierarquia de pastas.</p>
DI - Document Imaging	<p>Entendido como gerenciamento de imagens de documentos. Tecnologia que trata da digitalização, indexação, captura, armazenamento e visualização da imagem de documentos originariamente analógicos (papel ou microfilme), o que pode ser feito em larga escala ou sob demanda, em estações previamente configuradas para este fim. Também pode abranger o controle de acesso seguro a essas imagens.</p>
RIM - Records and Information Management (também encontrado como Records Management – RM)	<p>Entendido como gerenciamento de arquivos e registros. Tecnologia que gerencia o ciclo de vida de documentos, independente da mídia em que eles se encontram, por meio da sua categorização e de uso de tabelas de temporalidade e estabelecendo um ciclo de vida rigoroso para o tratamento e a gestão de registros empresariais. A tecnologia de RIM encontra-se estruturada com o apoio da ISO 15.489:2001 e com normativas do Departamento de Defesa Americano (DoD 5015.2).</p>
Forms Processing (OCR/ICR)	<p>Entendido como processamento de Formulários. Tecnologia utilizada normalmente como recurso de automação da indexação em sistemas de DI para documentos em papel formatados como formulários. Utiliza reconhecimento de marcas de códigos de barras e de caracteres, através das tecnologias de OCR (Optical Character Recongnition) e ICR (Intelligent Character Recognition).</p>

COLD/ERM	<p>Entendido como gerenciamento corporativo de relatórios (Computer Output to Laser Disk/Enterprise Report Management). Tecnologia para armazenar relatórios gerados por sistemas informatizados (em meio ótico ou qualquer outro) e gerenciar informações a partir destes, possibilitando ainda a ligação com documentos eletrônicos e anotações.</p>
Workflow	<p>Entendido como gerenciamento de fluxo de trabalho. Tecnologia que controla os processos de negócio ao longo da sua execução, possibilitando uma análise proativa, compreensão e automação de atividades e tarefas baseadas em informação, além de facilitar a interação com os usuários por meio de formulários eletrônicos.</p>
WCM - Web Content Management	<p>Entendido como gerenciamento de conteúdo Web. Tecnologia que permite a criação de conjunto de páginas e sítio, a partir dos conteúdos de outros sítios, além de possibilitar a edição, revisão, aprovação e publicação de conteúdo. Gerencia listas de discussão e permite a integração com outras ferramentas de editoração para Web.</p>
DAM – Document Asset Management	<p>Entendido como gerenciamento de ativos digitais. Tecnologia que controla o acesso seguro e o gerenciamento de arquivos baseados em outras mídias (conhecidas com Rich Medias). São objetos de grande tamanho, imagens fotográficas, fotos de satélites, materiais de treinamento e de marketing, documentação em vídeo e som, entre outros.</p>
Email Management	<p>Entendido como gerenciamento e-mails. Tecnologia que viabiliza a gestão centralizada de e-mails, viabilizando a captura e guarda de e-mails ligados a assuntos e decisões empresariais em pastas da</p>

	instituição e não em pastas das caixas de correspondências pessoais.
--	--

Fonte: IIMA (2009), Baldam (2004), Duhon (2006) e Ribeiro (2010).

Ou seja, essas tecnologias podem ser gerenciamentos de documentos digitais, de imagens e documentos, arquivos e registros, processamento de formulários, gerenciamento corporativo de relatórios, gerenciamento de fluxo de trabalho, gerenciamento de conteúdo Web, gerenciamento de ativos digitais e de e-mails.

Conforme IIMA (2009) e Ribeiro (2010), as correlatas seriam as que estão descritas na Tabela 2 abaixo:

Tabela 2 - Tecnologias correlatas para ECM

Certificação Digital	Entendido como o conjunto de tecnologias que devem atuar em conjunto para garantir a integridade e autenticidade das ações, bem como a autenticação dos agentes envolvidos, conferindo eficácia probatória aos documentos e ao processo de trabalho.
HSM (Hierarchical Storage Management)	Entendido como o conjunto de tecnologias utilizadas para viabilizar o armazenamento e preservação de longo prazo. São definidas segundo a disponibilidade: discos rígidos (HD-Hard Drive e SSD - Solid State Drive), que representam a capacidade de armazenamento online; mídias óticas (CD – Compact Disc e DVD – Digital Video Disc) que representam a capacidade de armazenamento near-line; ou ainda outros dispositivos que necessitam de algum esforço de recuperação extra, como consultas a equipamentos de microfilmagem ou a dispositivos de fitas que levam um tempo maior para disponibilização da informação para o usuário, que representam a capacidade de armazenamento off-line (NAGY; SCHULTZ, 2006; SOMANI; CHOY; KLEEWELN, 2002). Cabe lembrar que quanto melhor for a integração entre as tecnologias de HSM e RIM, mais eficiente poderá ser a política de preservação, pois as mídias de armazenamento podem ser uma vantagem na aplicação da tabela de temporalidade.

Fonte: IIMA (2009) e Ribeiro (2010).

Conforme o conceito desses autores, é visto que as tecnologias correlatas de ECM seriam responsáveis por atuar para garantir integridade e conferir os documentos e o processo de trabalho, além de possibilitar preservação de longo prazo.

2.2.2 A importância de desenvolver um portal de corporativo

Os portais corporativos surgiram a partir da criação dos portais da internet, ou seja, Yahoo, UOL, Terra, entre outros. A ideia de se criar um portal corporativo parte da ideia que estabelece um único ponto de acesso com informações e aplicativos que o funcionário precisa para realizar seu trabalho diário (BATTISTI, 2003).

Segundo Battisti (2003), através do Portal, o usuário deve ter acesso a todas as informações necessárias, aos aplicativos disponíveis, a treinamentos online e às orientações gerais para o seu trabalho.

Para Terra; Bax (2003),

Os Portais Corporativos são instrumentos essenciais no esforço de compartilhar informação e conhecimento no seio das organizações. Além disso, representam mudança necessária no sentido de se estabelecer uma plataforma única para o e-Business (B2C, B2B, etc), podendo também prover a integração, em tempo real, de diversos sistemas de informação; o que representa mudança substancial no modo de como será apresentada a informação e em como os muitos sistemas de *back-end* precisarão comunicar entre si (TERRA; BAX, p. 2, 2003).

Com isso, pode-se perceber que portais corporativos são importantes ferramentas de gestão que permitem que as empresas possam competir no mercado, onde possuir um acesso eficiente as informações é requisito básico. Um portal corporativo, também pode ser chamado de EIP (Portal de Informações Empresariais).

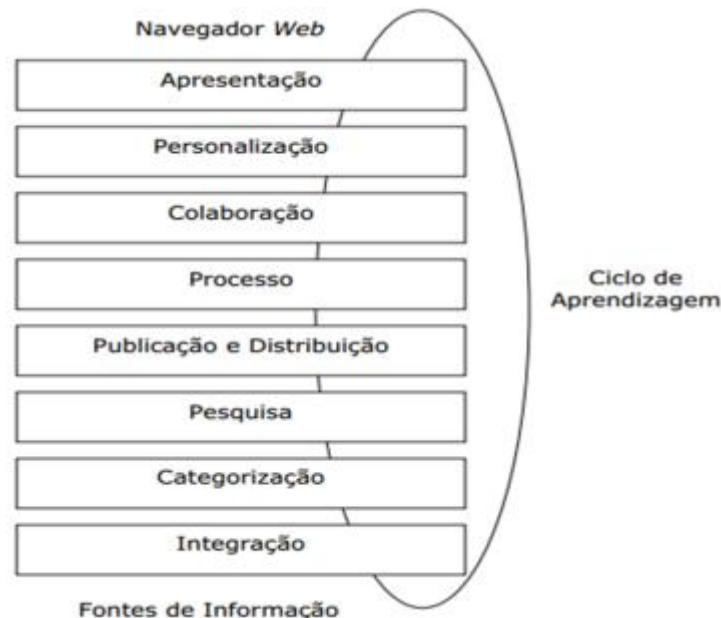
Conforme Dias (2001), o EIP alia as características do portal corporativo com os de suporte em decisão. Este último será tratado no item 2.2.3 deste capítulo. Segundo Shilakes; Tylman (1988), os EIPs utilizam da linguagem XTML, para integrar dados não estruturados mantidos em arquivos textuais, relatórios, correio eletrônico, aos dados estruturados.

Para Lapa; Rodríguez (2017), cada portal tem características próprias, estrutura diferenciada, componentes adicionais, apresentando como vantagem competitiva quando comparado a concorrência. Portanto, percebe-se que ele não é uma única tecnologia ou sistema, mas um conjunto delas que se pensadas de forma

inteligentes e agregadas da melhor forma, prover uma interface que disponibiliza o acesso à informação.

Segundo The Delphi Group (2001), o portal administra fontes de informações e categorização da informação, aplicações e conteúdo, para aumentar e melhorar os processos de trabalho. Os componentes básicos para o desenvolvimento de um portal são: integração, categorização, mecanismos de busca (pesquisa), publicação e distribuição, processos, colaboração, personalização e ciclo de aprendizagem, conforme figura 3 a seguir:

Figura 3 – Componentes de um portal corporativo



Fonte: The Delphi Group (2001).

A componente integração é a base para qualquer portal. Nele estão contidas as fontes internas e externas da organização. A categorização traz ao portal uma inter-relação com o contexto, não se pode trabalhar com perspectivas isoladas. De acordo com Lopes; Rodriguez (2017),

o componente de pesquisa provê facilidade centralizada para localizar informações específicas nas diversas fontes disponíveis no portal ou acessíveis a ele. Um dos desafios de integrar funcionalidade de busca aos portais corporativos é resolver a frustração e o ceticismo resultante das experiências dos usuários com inadequados mecanismos de busca na Internet pública que retornam grande volume de informações irrelevantes ao tema pesquisado (LOPES; RODRIGUEZ, p. 94, 2017).

A publicação e distribuição devem dar suporte à criação de conteúdo, conforme Lopes; Rodriguez (2017), autorização, inclusão e distribuição de conteúdo *online* em muitos formatos. Os processos vão de encontro com as necessidades do portal de estenderem suas funcionalidades e dá apoio ao acesso as informações e aos processos de administração de negócio eletrônico.

Para Hummingirb (2000), a capacidade que esses portais têm de colaborar permite interações de funcionários para funcionários, funcionário para cliente e outras trocas entre parceiros de negócios e acionistas. A personalização para Lin (2007), Kim (1998) e Ko (2010), são serviços de descobertas, ajudam a quem utiliza recuperar e procurar conhecimento no repositório do mesmo. Personalizá-lo é o mesmo que provocar entregas do mesmo.

E, por último, a apresentação, segundo a The Delphi Group (2001), é endereçar ao mesmo tempo as questões de *layout* de exibição, de forma integrada e em pequenos espaços, de uma variedade de informações. O ciclo de aprendizagem é o responsável por demonstrar esses componentes de funcionalidades que um portal pode comportar.

Segundo Lopes; Rodriguez (2017), um software de portal corporativo deve oferecer um *framework* de integração para que as organizações e seus colaboradores juntos integrem em uma única Interface. As aplicações dele podem ser: ERP, CRM ou SCM.

Para o Portal ERP (2020), o ERP são sistemas integrados adquiridos na forma de pacotes comerciais de *software* com a finalidade de dar suporte a maioria das operações da empresa. Segundo Souza (2005), sistemas integrados são capazes de tratar de forma desfragmentada todo um conjunto de processos, são a base mais sólida para projetos de reengenharia nas organizações.

Segundo Oliveira (2009), o conceito de CRM parte da premissa que é de cinco até dez vezes mais caro obter um novo cliente do que reter os existentes e que o importante é ter uma boa base de clientes rentáveis. Ou seja, não adianta quantidade se ela não te faz crescer, nem tem sido a base para sustentar e manter a empresa no mercado.

Já o ERP, de acordo com o Portal ERP (2020), é um sistema responsável por tratar de praticamente todas as operações da empresa, como as vendas, fluxo de caixa, contabilidade, folha de pagamento e demais operações. Portanto, percebe-se que todas as atividades da organização estão submetidas a esse sistema.

2.2.3 Termo usabilidade, Norma ISO 9241-11, Internet e suas consequências

A Usabilidade para a engenharia tem sido uma área que a investigação é necessária. Para Queiroz (2001), resulta de uma década e meia de amadurecimento e sistematização das suas pesquisas denominados de estudos de usabilidade, visando direcionar o processo de desenvolvimento de produtos. De acordo com Pressman (1995),

É um rebento de engenharia de sistemas e de hardware. Ela abrange um conjunto de três elementos fundamentais - métodos, ferramentas e procedimentos – que possibilita ao gerente o controle do processo de desenvolvimento do software e oferece ao profissional uma base para a construção de software de alta qualidade produtivamente (PRESSMAN, p. 31, 1995).

Com isso percebe-se que é necessário estabelecer os procedimentos, ferramentas e métodos que irão nortear os processos e dessa forma melhorar o controle e a qualidade do serviço ou produto que está sendo realizado. Para Keen (1996), hardware se refere a parte física do equipamento, ou seja, um conjunto de unidades que constituem um sistema de processamento de dados. Para Maranhão (1999), o software corresponde ao conjunto de instruções eletrônicas que dizem ao computador o que fazer.

A norma ISO 9241-11, que também discute questões referentes a usabilidade, de acordo com Costa; Ramalho (2010) diz que,

- Usuário - pessoa que interage com o produto;
- Contexto de uso – usuários, tarefas, equipamentos (hardware, software e materiais), ambiente físico e social em que o produto é usado;
- Eficácia - precisão e completeza com que os usuários atingem objetivos específicos, acessando a informação correta, ou gerando os resultados esperados. A precisão é uma característica associada à correspondência entre a qualidade do resultado e o critério especificado enquanto a completeza é a proporção da quantidade que foi atingida;
- Eficiência – precisão e completeza com que os usuários atingem seus objetivos, em relação quantidade de recursos gastos;
- Satisfação – conforto e aceitabilidade do produto, medidos por meio de métodos subjetivos e/ou objetivos. As medidas objetivas de satisfação podem se basear na observação do comportamento do usuário (postura e movimento corporal). Ou no monitoramento de suas respostas fisiológicas. As medidas subjetivas, por sua vez são produzidas pela quantificação das reações, atitudes e opiniões expressas subjetivamente pelos usuários. (COSTA; RAMALHO, p.108-109, 2010).

Com isso, pode-se perceber que o usuário, seu contexto de uso, a eficácia, a eficiência e a satisfação são fatores indispensáveis para que as ações sejam bem

executadas nos sistemas. Por isso, o Portal Corporativo precisa ter conhecimento destas causas para melhor atender aos usuários que utilizam de determinada interface.

Para Teixeira; Brandão (2003), a internet figura como um dos principais destaques das TICs, por possibilitar a cada usuário, entre outras funções, selecionar, receber, tratar e enviar qualquer tipo de informação, através de ambientes propícios. Ela é extremamente importante para a construção do conhecimento dentro da empresa, pois a mesma possibilita que haja disseminação de informações importantes na mesma, que trarão ganhos positivos.

Uma forma que condiciona essas informações é a comunicação na qual o terceiro capítulo desta monografia tratará de forma mais aprofundada. Porém, uma das formas de melhoria da mesma é através da interface seja de um aplicativo ou de um portal. Conforme Oliveira; Baranaukas (1999), a interface deve ser entendida como um conjunto de entidades que se comunicam e que podem emitir signos.

De acordo com a Microsoft (2020), o aplicativo Dynamics 365 permite o trabalho com dados sem necessariamente precisar acessar a internet. Isso demonstra que dentro de um mundo de possibilidades ainda consegue trazer ao consumidor experiências sem dependência.

O WI-FI, segundo a Alctel (2020), é uma rede sem fio, que contrária ao modo *offline*, dá acesso ao indivíduo para acessar a internet. A definição de senha de acesso tem sido uma das estratégias para coibir “gatos” na rede. Possuindo um sistema Android ou IOS se consegue facilmente a conexão com a mesma.

Segundo o Silva et al. (2015), o Android é um sistema operacional Móvel Open Source, desenvolvido inicialmente pela Google e possui uma arquitetura baseada na versão 2.6 do Kernel Linux para o controle das principais tarefas. Dessa forma, percebe-se que o sistema Android, inicialmente, não foi criado para ser usado como tem sido para os smartphones, porém com o fato de ter dado certo diante do cenário inovador e tecnológico, ele se tornou de importante interesse para empresas melhorarem os dispositivos móveis.

Entre suas características estão:

- Applications: A primeira camada e a mais perto do usuário é a dos aplicativos. Ela é composta pelos aplicativos nativos do Sistema Operacional Android como cliente de e-mail, programa de SMS, calendário, mapas, navegador etc.;

- Applications Frameworks: Nesta camada encontramos os componentes pelo gerenciamento das Activitys, gerenciamento das Views, gerenciamento de Janelas, Provedores de Conteúdo e etc. Estes componentes são manipulados pelos desenvolvedores durante o desenvolvimento;
- Runtime: A camada responsável pela execução dos aplicativos. Os aplicativos são escritos na linguagem Java, quando compiladas eles geram bytescodes Dalvik ao contrário de bytescodes JVM porque o sistema não possui máquina Virtual Java (JVM). No Android está presente a Máquina Virtual Dalvik (DVM) desenvolvida para dispositivos móveis, ela é uma versão otimizada da JVM por possuir menos instruções;
- Libraries: Nesta camada encontramos diversas bibliotecas como a biblioteca C padrão, SQLite (Banco de Dados), OpenGL (Renderização 3D) etc;
- Kernel: A última camada e a de mais baixo nível e do kernel. O kernel atua como uma camada de abstração entre hardware e as camadas superiores, permitindo acesso a recursos como áudio, vídeo e protocolos de rede (MENDONÇA; BITTAR; DIAS, p. 2-3, 2011).

O sistema IOS, para Mendonça; Bittar; Dias (2011), é a abreviatura para *Iphone Operations System* sendo desenvolvido pela Apple para atender necessidades dos aplicativos móveis da Apple. Porém, o IOS possui algumas limitações para determinados usuários. Seu sistema não permite transferência de arquivos para Android, delimitando seu público.

A patente para inserção de um aplicativo nessa plataforma no ano de 2020, segundo a Neonexus Tecnologia (2019), é de 99 dólares anuais, transformado em reais R\$ 420,05, enquanto o Android, através da Playstore, loja do mesmo, não há custo nenhum, apenas colocam como requisito ter uma assinatura anual. O que impossibilita muitos criadores de apps (aplicativos) inserirem seus produtos na loja IOS.

2.2.4 Diferenças entre diferentes tipos de portais, intranet e extranet

Os portais podem ser classificados de acordo com sua utilização, se é público ou privado; em relação as suas funções, se é para processos corporativos ou auxiliar na tomada de decisões na organização. Para Dias (2001), o portal público, web ou de consumidores, prove ao consumidor uma única interface à imensa rede de servidores que compõe a internet. Para ele, ainda

sua função é atrair, para o seu site, o público em geral que navega na internet. Quanto maior o número de visitantes, maior a probabilidade do estabelecimento de comunidades virtuais que potencialmente comprarão o que os anunciantes daquele site têm para vender. Assim como a televisão, o rádio e a mídia impressa, o portal público estabelece um relacionamento unidirecional com seus visitantes e constitui-se em uma mídia adicional para o marketing de produtos (DIAS, p. 53, 2001).

Portanto, os portais públicos têm entre seus objetivos atrair um público específico e, conseqüentemente, ele é usado para venda de produtos. Além da comercialização, ele possui uma linguagem unidirecional. O outro tipo de portal é o corporativo.

Para Fernandes; Rudimar; Dazzi; Vendrami (2010), a principal proposta do portal corporativo é facilitar o acesso as informações na organização, além de tornar possível um planejamento otimizado das relações com os clientes. Por isso, ele tem sido uma importante ferramenta, para construção de uma comunicação transparente e aberta para os colaboradores e usuários.

Conforme Koulopoulos; Reynolds (1999), o Portal Corporativo é uma evolução do uso das intranets, incorporando a essa tecnologia novas ferramentas que possibilitam identificação, captura, armazenamento, recuperação e distribuição de informações. Isso demonstra que eles têm uma capacidade de expansão muito maior quando comparado a um Portal Público. Em relação às funções, o Portal Corporativo tem suporte à decisão, de informação, de negócios, de ênfase em suporte de decisão, os cooperativos, os com ênfase em processamento cooperativo, o especialista, o de suporte a decisão e processamento cooperativo, o do conhecimento e o EIP.

Para White (2000), o de suporte à decisão permite que os usuários organizem e encontrem informações corporativas em um conjunto de sistemas que constituem a cadeia produtiva de informações de negócios. Isso mostra que este tipo de portal captura informações extremamente importantes no meio empresarial.

Um Portal de Informações, segundo Murray (1999), é capaz de organizar grandes acervos de conteúdo a partir dos temas ou assuntos neles contidos, conectando as pessoas às informações. Ele realiza esse trabalho apenas e isso o torna insuficiente no ambiente empresarial.

Um Portal de Negócios, segundo Dias (2001), tem como função tornar disponíveis aos usuários corporativos, informações necessárias para a tomada de decisões de negócios da instituição. Ou seja, relatórios, planilhas, documentos textuais, páginas web entre outros.

Um portal com ênfase em suporte de decisão, para Dias (2001), auxilia executivos, gerentes e analistas de negócios a acessar as informações corporativas para tomada de decisões de negócio. Lembrando que essa é a principal função de um administrador, sendo indispensável essa ferramenta para o gestor. Os Portais Cooperativos, segundo a classificação de Dias (2001),

utiliza ferramentas cooperativas de trabalhos e grupos (*groupware*) e de fluxo de tarefas documentos (*workflow*) para prover acesso a informações geradas por indivíduos ou grupos. As informações manipuladas por esse tipo de portal são geralmente não estruturadas, personalizadas e encontram-se sob a forma de textos, memorandos, gráficos... (DIAS, p.55, 2001).

Já os portais com ênfase em processamento cooperativo, de acordo com Dias (2001), assim como os sistemas de *groupware* e de automação de escritórios, lidam com informações da cadeia produtiva tradicional. É importante lembrar também que esse tipo de portal lida com informações que não são geradas dentro da cadeia.

Dentro ainda das atribuições em termo de portais, Murray (1999) afirma que o portal especialista para ser completo deve ter a capacidade de relacionar e unir pessoas com base em suas habilidades e experiências. Ou seja, nesse tipo de portal, é necessário permitir que pessoas especializadas possam trocar experiências.

O portal de suporte à decisão e processamento cooperativo conecta usuários não só a todas às informações, mas também a todas as pessoas necessárias para a realização dos negócios da empresa. Como o próprio nome diz, ele exige uma maior interação entre as partes envolvidas para que seu funcionamento ocorra da melhor forma (DIAS, 2001).

O portal do conhecimento é um ponto de convergência dos portais de informações, cooperativos e especialistas, sendo capaz de implementar tudo que os outros tipos de portais implementam (MURRAY, 1999). Esse portal é completo, diferentemente dos demais, sendo uma excelente alternativa para o gestor que pretende estar à frente da concorrência acirrada, com o conhecimento preciso para ultrapassar possíveis barreiras.

Por último, tem-se o portal EIP de informações empresariais, que é justamente o alinhamento do portal cooperativo e do de suporte à decisão. Ele utiliza a linguagem XML para integrar dados não estruturados (DIAS, 2001). O XML não é uma linguagem de marcação predefinida - como o HTML - e possibilita ao autor do documento projetar sua própria marcação (ALMEIDA, 2002).

A intranet é uma das ferramentas mais apropriadas que sistematiza a informação. Segundo Terra (2006), elas não são novas. O termo tem muita bagagem, repleta dos sonhos desfeitos de colaboração e comunicação. Superar essa bagagem é essencial. O grupo de comunicações corporativas é o ideal para descobrir como comunicar a intranet que eles colaboraram efetivamente para lançar.

A extranet, de acordo com os Administradores.com (2015), utiliza dos recursos e funções da intranet, mas seu diferencial está em permitir que as pessoas que tenham acesso à rede, possa acessá-la em qualquer local do mundo, trazendo um dos fatores de desempenho otimizado, que é a flexibilidade dentro do corpo de funcionários.

Por isso, conclui-se que portais públicos, privados e funcionais, a extranet e a internet têm sido importantes ferramentas para auxílio do processo administrativo dentro de uma organização. A comunicação é um fator indispensável na mesma e fazê-la exige instrumentos e expertises dos gestores que tomam decisão dentro dela.

2.3 CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Os canais de comunicação são meios que podem ser representados por veículos, instrumentos ou ferramentas que servem para que a informação seja entregue a um determinado destinatário. Conforme Oliveira; Moura (2015), que diante da constatação de que as mídias, envolvem e estão envolvidas com um complexo sistema de comunicação que incorpora organizações de setores diferentes.

Os canais partem de teorias da comunicação que estudam o seu crescimento e aplicação na área social em todos os aspectos sejam eles políticos, sociológicos, econômicos ou até mesmo tecnológicos. Esses estudos partem do início da Comunicação de massa pelas políticas totalitárias europeias (BUYSENS, 1972).

Qualquer ato de comunicação constitui uma relação social. Isto se observa melhor num caráter que será chamado aqui de modalidade. Este se desenvolve ao máximo nas línguas: qualquer frase é afirmativa, interrogativa, imperativa ou optativa: marca-se isto na entoação, escolha e ordem das palavras. Falamos para informar nosso ouvinte, interrogá-lo, dar-lhe uma ordem ou tomá-lo por testemunha de um desejo (BUYSENS, p. 29, 1972).

Segundo Buyssens (1972), o social está intimamente ligado ao fato de comunicar-se ou transmitir uma mensagem a determinado indivíduo e quando o código de comunicação utiliza apenas uma modalidade, não o indica, pois ela é quem demonstra qual gênero está existindo na relação social entre o falante com o ouvinte.

2.3.1 Teorias e Canais da Comunicação

Códigos de comunicação estão cercados por signos que circulam entre quem fala e quem ouve. Signos ligam um conceito a uma imagem acústica, relacionada a

um consenso social. A realidade extralinguística pode ser conhecida através dele. Por isso na obra o Enigma de Kaspar Hauser, os signos linguísticos eram importantes para a compreensão do ambiente em que se encontrava, como pode-se ver abaixo:

Conhecer o mundo pela linguagem, por signos linguísticos, parece não bastar para dissolver o permanente mistério e a perplexidade do olhar de Kaspar Hauser. Talvez porque a significação do mundo deve irromper antes mesmo da codificação linguística com que o recortamos: os significados já vão desenhados na própria percepção/ cognição da realidade (BLIKSTEIN, p. 21, 1938).

Entre as teorias primordiais das teorias comunicacionais até mesmo a teoria hipodérmica, que consistia em acreditar que toda massa de indivíduos, a informação era idêntica e chegava a todos da mesma forma e sem empecilhos. Nessa teoria, todo o desenvolvimento da teoria comunicacional primitivo foi baseado em mensagens enviadas pela mídia e seu efeito na sociedade (BLIKSTEIN, 1938).

A teoria hipodérmica ou da bala mágica, para Porto (2020), tem como principal característica um receptor passivo. Seus fundamentos estão elencados no behaviorismo, que significa uma análise dos aspectos psicológicos que definem como principal objeto de estudo o comportamento. Segundo Buysens (1972), o comportamento pode alterar a consciência, conforme trecho a seguir.

Quando constatamos, com efeito que nosso comportamento está traindo involuntariamente nossos estados de consciência e que os indivíduos tiram partido disso contra nós, procuramos não somente reprimir essas manifestações, mas ainda produzir outras que sejam interpretadas a nosso favor (BUYSENS, p. 31, 1972).

No entanto, a teoria acima foi vista como limitada, por possuir uma estrutura analítica simples, além de verificar e perceber indivíduos apenas de forma homogênea, desconsiderando qualquer outra variável particular de cada ser humano, seja ela política, social, histórica ou religiosa.

A Teoria Bala Mágica surgiu no período da Segunda Guerra Mundial, sendo de extrema importância na época por mobilizar o papel fundamental da comunicação de massa interferindo diretamente no pensamento da sociedade. Adolf Hitler foi um exemplo, pois utilizava do rádio para transmissão das suas mensagens.

O modelo estímulo-resposta é bastante presente no Nazismo, pois os alemães estavam vivendo em uma situação degradante após a Primeira Guerra Mundial, necessitando da preparação de algo (CORREIA; SOUZA, 2014). A

dominação é outro aspecto importante dessa teoria, a mesma conecta-se com todas as formas sociais, econômicas e políticas.

O modelo adotado pela teoria hipodérmica não satisfazia os reais efeitos da comunicação, pois a mesma os tratava de forma superficial. Ela foi o passo inicial para o estudo da comunicação em massa, porém deixou que as informações importantes e específicas socioculturais fossem deixadas de lado, comprometendo outras possíveis modificações (PORTO, 2020).

Por esse motivo, passa a surgir formas de selecionar as informações transmitidas pela mídia, sua geração e divulgação, permitindo maior confiabilidade no conteúdo e meio difusor. A qualidade passa a ser um fator essencial por ter uma ligação direta com os efeitos que emitiam ao receptor.

Informações falsas quando de mãos dadas com a desinformação, se percebe o crescimento de uma bolha enorme chamada Fake News, conceito que está no centro das fogueiras de qualquer assunto, desde o futebol até as campanhas políticas, principalmente nos meios digitais (CARVALHO; MATEUS, 2018). O conteúdo é atraente ou fabricado para aumentar o número de leitores e compartilhamento. A internet tem sido uma das ferramentas utilizadas para propagação do mesmo até porque com um “clique” é dissipado toda forma de conhecimento.

Com o passar do tempo, surge o modelo de Lasswell, baseado na teoria hipodérmica, porém apresentava falhas que levou a sua queda. Foi criado pelo político Haroldo Lasswell e se baseava em cinco questões fundamentais para a percepção midiática. São elas: Quem? Diz o que? Através de que canal? A quem? Com que efeito? Após a resposta, a mensagem era tida como confiável e clara (CORREIA; SOUZA, 2014).

O primeiro, “Quem?”, do modelo de Lasswell diz sobre quem controla a mensagem; “Diz o que?” seria a mensagem a ser passada; “Através de que canal?” seria a parte analítica de quem conduz; “A quem?” refere-se ao receptor; e “Com que efeito?” é como o receptor agia com a chegada da informação (CORREIA; SOUZA, 2014).

Em 1927, Lasswell desenvolveu o conceito de propaganda que ele acreditava ser uma forma de manipular a população. Estudos sobre comunicação baseados na fórmula de Lasswell constitui-se na razão de ser chamado de paradigma dominante nas teorias da comunicação. Além de aspectos sociológicos, para consolidação desse paradigma, foi estabelecido a Teoria Matemática da Comunicação de Claude

Shannon e Warren Weaver, que será discutido mais à frente. Esse paradigma é caracterizado no âmbito político, sociológico, metodológico ou ainda de acordo com a teoria dos media, como pode-se ver abaixo:

Em termos globais, o “paradigma dominante” pode ser caracterizado sumariamente da seguinte forma: do ponto de vista político – “ideal de sociedade liberal e pluralista”; do ponto de vista sociológico – “perspectiva funcionalista”; do ponto de vista da teoria da comunicação – “modelo de transmissão linear de efeitos”; do ponto de vista da teoria dos media – “media poderosos modificados pelas relações de grupo”; do ponto de vista metodológico – “investigação quantitativa e análise das variáveis” (SERRA, p. 15, 2007).

Esse modelo foi derrubado pela Teoria da Persuasão ou Teoria Empírica-experimental que, de acordo com Wolf (1994), se diferencia da hipodérmica por ser fundamentada na Psicologia. Como paradigma da Comunicação, essa teoria, destaca que fatores psicológicos interferem no modo de recebimento das mensagens e que variam de acordo com o contexto em que tais mensagens são emitidas, observando que a persuasão em campanhas publicitárias (especialmente) pode ser eficaz ou não.

A Teoria Persuasiva é uma revisão no processo comunicativo visto como mecanicista, ou seja, um processo imediato de estímulo e resposta. Se adequa ao conceito que é possível as mensagens serem bem estruturadas e ter efeitos significativos. Para alguém ser comunicado e essa mensagem produzir o que é esperado, ela precisa estar dentre os ativos pessoais do receptor. O neuromarketing, por exemplo, estuda aspectos comportamentais para estabelecer conexões essenciais para a venda de um produto (LINDSTRON, 2017).

A maioria das nossas decisões de compra não são nem remotamente conscientes. O cérebro toma a decisão e, na maioria das vezes, nem temos consciência disso (LINDSTROM, 2017). Conforme esse autor, a forma utilizada de comunicação pelas empresas pode persuadir um público específico.

Quando a mensagem é direcionada para um alvo específico, o estímulo resultará em efeitos diferentes, levando em conta as particularidades. A comunicação integrada dessa teoria permite que haja um estudo do impacto no real efeito estabelecido em cada indivíduo. Entretanto, surge uma nova teoria que é baseada nesse princípio, porém fundamentada em aspectos sociológicos, Teoria Empírica de Campo ou de Efeitos Limitados (MARTINO, 2009).

A Teoria Empírica de Campo acredita que a mídia possui um poder limitado na sociedade, pois além de fazer parte da vida social, ela é um instrumento de

persuasão. Ela acredita que a mensagem midiática passa por diversos filtros individuais antes do mesmo receber qualquer informação. Propõe-se que a mídia exerce influência social limitada, como qualquer outro braço de poder seja ela uma igreja, uma escola ou a política (WOLF, 1985),

Nos estudos experimentais, algumas das variáveis ligadas a essas diferenças individuais permanecem constantes, ao passo que se manipulam as variáveis cuja incidência direta sobre o efeito persuasivo se pretende verificar. Por exemplo, se se pretende investigar o peso que a credibilidade da fonte tem na aceitação da mensagem, pode atribuir-se uma comunicação a um emissor altamente credível para um grupo de indivíduos e a uma fonte pouco credível para um outro grupo de indivíduos. Os outros fatores mantêm-se constantes para ambos os grupos experimentais. Procedendo assim, se os resultados forem significativos, revelam a incidência da variável averiguada na aceitação da mensagem (WOLF, p. 12 1985).

Conforme Wolf (1985), a persuasão verifica as possíveis diferenças em cada indivíduo. Essa abordagem procura estudar as medidas entre os indivíduos e os meios de comunicação em massa. O objeto de estudo dessa teoria são o “*mass media*”, que são os meios de comunicação de massa: jornais, televisão, entre outros. Houve uma contribuição dela no “*two step flow*”, ou seja, líderes de opinião que interpretam as mensagens e a contextualizam (MARTINO, 2009).

Logo após, surge a Teoria Funcionalista. Esse modelo iniciado pelos estudos de Harold aborda hipóteses sobre as relações entre indivíduos, a sociedade, e os meios de comunicação de massa, agindo em partes como um organismo vivo (ARROYO; MARQUES, 2013). Dessa forma segue os avanços do percurso, que inicia com os problemas de manipulação, depois pelos de persuasão, chega na influência, até finalmente começar as pesquisas nas funções (WOLF, 1985).

A teoria funcionalista ocupa uma posição muito precisa que consiste na definição da problemática dos mass media a partir do ponto de vista da sociedade e do seu equilíbrio, da perspectiva do funcionamento do sistema social no seu conjunto e do contributo que as suas componentes (mass media incluídos) dão a esse funcionamento. Já não é a dinâmica interna dos processos comunicativos (como é típico, sobretudo, da teoria psicológico experimental) que define o campo de interesse de uma teoria dos mass media, é a dinâmica do sistema social e o papel que nela desempenham as comunicações de massa (WOLF, p. 25, 1985).

Wolf (1985) defende o fato do social e suas funcionalidades interferirem na forma de comunicação. Esse modelo assemelha-se aos anteriores ao tentar desvendar os conflitos sociais e o equilíbrio. Este modelo e a estabilidade são

advindos das relações funcionais que os indivíduos estabelecem e dos subsistemas ativados no conjunto.

O que antes era de acordo com os meios passa a ser analisado para o fim. A sociedade ao exercer determinada função é a responsável em procurar os meios para atingir deliberado fim. Destarte, garantindo sua sobrevivência. Existem quatro imperativos funcionais que toda sociedade enfrenta, são eles: a manutenção do modelo e controle das tensões, a adaptação do meio ambiente, perseguição do objetivo e a integração das partes (FIGUEIREDO,2004).

Segundo Giddens (1983), os seres humanos aparecem como "drogados culturais" impelidos a agir segundo o estímulo de valores culturais interiorizados que comandam a sua atividade. Ou seja, quando se refere à estrutura social para resolução dos imperativos significa que uma ação social que se encontra em conformidade com as normas e regras da sociedade, ela contribui para satisfazer as necessidades do sistema e também a executar conforme o que é acionado.

Em seguida, inicia-se a Teoria Culturológica. Esta teoria partiu de uma análise da Teoria Crítica (década de 1930), segundo a qual os meios de comunicação seriam o veículo para a alienação das massas. Porém, após estudos, pode se observar que na verdade é fornecido às massas aquilo que elas desejam e que a cultura é formada através de um sincretismo, ou seja, uma junção de realidade e imaginação. (NOBRE, 2012).

A cultura de massa forma-se um sistema que é composto de símbolos, valores, mitos e imagens que referenciam a praticidade e que transacionam do real para o imaginário. A criação é submetida a técnica e a burocracia, o receptor é consumidor e também produtos, além de existir uma padronização dos gostos. As mensagens eram renovadas, porém tinha o mesmo conteúdo (MORIN, 2003).

Por último, surgem as Teorias do Agendamento, "GateKeeper", "Newsmaking" e da Matemática. A primeira estuda a forma que a comunicação tem em enfatizar determinado tema, além da aproximação do indivíduo a uma realidade. A de "Gatekeeper" estuda o porquê de uma mensagem ser ou não levada à mídia, dependendo do veículo e particularidades como relevância, confiabilidade, influência, contexto político-social e empresarial. A Teoria de "Newsmaking" é uma melhoria da Gatekeeper, ela foca com maior minúcia o trabalho dos profissionais de mídia, na industrialização das informações que é entregue através da realidade, as informações que são transformadas em notícia. A Teoria da Matemática ou da Informação foi

elaborada por dois engenheiros, Claude Shannon e Warren Weaver, no ano de 1949 (SÁ, 2018).

A Teoria da Informação conforme Shannon é dado o direito de ser considerado como o “pai do bit” por ter mostrado como medir a quantidade de informação e ter dado a preferência ao sistema de numeração binário. Essas pesquisas favoreceram o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação que foram fundamentais para avanços na área da informática (SÁ, 2018).

A Teoria da Matemática, segundo a Social Media (2014), influencia um modelo de fenômeno comunicativo, que atende a “*Mass Communication Research*”, pesquisas na área e não a inserção social da comunicação. Nela evidencia-se os fatores que criam o processo para se comunicar, mas não há ênfase, nem evidencia dos efeitos da dinâmica. Ela basicamente produz informações, segundo Wolf (1985),

Quanto a este aspecto, revela-se uma série de profundas limitações, explícitas e programáticas, da teoria da informação, limitações removidas pela communication research ou cuja consciência se perdeu de vista pelo caminho, de modo a contribuir para a difusão e o sucesso do modelo comunicativo informacional. Nos textos dos teóricos da informação, existe uma distinção nítida entre informação, como medida estatística da equiprobabilidade dos acontecimentos na fonte, e significado (WOLF, p.50, 1985).

Na Teoria da Informação surge o conceito ou possíveis diferenças sobre canal e meio. Canal é o meio físico no qual há a propagação dos sinais, ele pode ser através de rádios, televisão ou algum outro instrumento que permita ser usado para transmissão da mensagem. O meio são os recursos técnicos que transformarão a mensagem em um canal que será passado ao longo do canal (WOLF, 1985).

A natureza do canal que o meio utilizará será de acordo com as propriedades tecnológicas e físicas disponíveis. Estes informarão quais os tipos de códigos que serão transmitidos. Existem três tipos de meios de comunicação, são eles: os representativos, apresentativos e mecânicos (WOLF, 1985).

Os representativos são caracterizados por não possuírem comunicador e são permanentes. Por causa deles que surgem os problemas de recepção. Livros, pinturas e escrita, são exemplos desse tipo. Os apresentativos são voz, corpo, rosto. Ao contrário do primeiro, eles exigem a presença do comunicador. Os mecânicos, por último, são a televisão, rádios, transmite através do meio apresentativo e representativo, pois usam do rosto, voz, corpo, assim como pinturas, livros e escrita (WOLF, 1985).

Nobert Wiener, aluno de Shannon precursor da Teoria da Matemática, contesta o modelo linear existente nas pesquisas do seu professor e passa a discutir ideias de um modelo interativo, dotado da ideia de que a forma na qual a informação circula é um mecanismo de organização que permeia os sistemas, sejam eles sociedades, organismos ou máquinas, que repetidas vezes e de forma entrópica caminham para o caos e a desorganização (SÁ, 2018).

Aos poucos, o mundo foi se transformando, desmaterializando e ingressou para a virtualização que estabeleceu um poder mundial, até mesmo maior que o material ou físico. A sociologia da informação foi crescendo e passou a dar importância aos símbolos comunicativos. Então, abandona-se o domínio dos efeitos intencionais e passa para aqueles que estão implícitos nas possíveis alterações na produção das mensagens e que refletem na cognição do destinatário (SÁ, 2018). Segundo Serra (2010), a sociedade é composta de comunicação e o que não está nela, faz parte do ambiente que a mesma está inserida.

2.3.2 A Internet e a Comunicação

Segundo a Neilpatel (2020), é importante observar que as teorias de comunicação se relacionam com seus meios, seja ele a oralidade ou até os meios mais tecnológicos possíveis atuais. Portanto, sendo um meio mais recente, a internet iniciou sendo um instrumento político-militar na Guerra Fria e hoje serve como serviço do compartilhamento de informações e da comunicação interpessoal.

A internet não é apenas um meio de comunicação, mas ela estabelece um novo paradigma. Ela é um meio que converge para todos os outros, a difusão massiva da informação e unidirecional, a comunicação interpessoal e bidirecional, a comunicação em que o receptor e o emissor estejam em sincronia antes de iniciar ou não e também a escrita, visual e audiovisual (NEILPATEL, 2020).

A internet também pode ser interativa, ou seja, se há mudança no receptor e emissor, o indivíduo e o sistema computacional, isso refletirá na interação. Ou ainda, ela pode não intermediar que detém de programas de organização, pesquisa e seleção de informação. Ela consegue atingir diversos públicos por poder estar em diversos locais ao mesmo tempo, possui documentos ou informações interativas e ainda comunicação assíncrona e recíproca entre grupos (NEILPATEL, 2020).

2.3.3 Comunicação Institucional

Para Teixeira (2016), o ponto chave é entender que a comunicação institucional é uma ferramenta que tem como objetivo cuidar da imagem da organização. Ou seja, para que a organização consiga ser reconhecida lá fora e também para que consiga alcançar uma posição que faça com que ela permaneça no mercado, é necessário entender que a comunicação institucional precisa ser fortalecida.

Identidade é a soma das maneiras que uma organização escolhe para constatar suas ações perante o público, o que ela é de fato. Já a imagem refere-se à percepção que o público tem da instituição. Por isso, a comunicação institucional está ligada aos aspectos institucionais que a conectam com seu ambiente externo e também com as influências da política e sociedade na comunidade que ela se encontra (KUNSCH, 2003).

A comunicação Institucional pode ser definida como “conjunto que é de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações, de modo a tornar compreensíveis essas propostas” (KUNSCH, p. 164, 2003).

Segundo Kunsch (2003), por meio da comunicação institucional é que existe a transmissão do que é de interesse público. Através dela, a organização pretende mostrar quais são suas crenças em relação ao seu trabalho, como ela se comporta no ambiente interno e externo, sua missão, valores, visão, políticas e práticas profissionais e quais são seus reais objetivos enquanto entidade.

A comunicação institucional existe de dentro para fora da organização e de dentro para dentro. Portanto, se ela é propagada e compartilhada por todos os colaboradores, o público de interesse precisa conhecer e reconhecer as mensagens que são enviadas pela mesma (KUNSCH, 2003).

Segundo Casaril (2019), uma organização precisa seguir sua missão e visão e não as tornar enfeites em um quadro de avisos ou cartões de visita da instituição. Quando adotadas como filosofias, o público de interesse é atingido. A missão dos responsáveis que emitem as informações é transforma-la em mensagens e utilizar o meio ou canal utilizado que desperte a atenção e que não seja esquecida, trazendo facilidades na comunicação institucional da entidade.

Alguns aspectos fundamentais para proporcionar que a comunicação não entre em defasagem são: imagem e identidade da corporação, relações públicas, jornalismo empresarial, marketing social, assessoria de imprensa, publicidade e propaganda, multimídia editada, entre outros que possam contribuir com a perenidade da organização (CASARIL, 2019).

A imagem institucional é o que está na representação mental do público, um conjunto de valores e atribuições que interferem na opinião do mesmo. As organizações precisam desenvolver e proteger essa imagem para que seja percebida pelo consumidor e a mesma tenha valor para quem demanda (CASARIL, 2019).

As habilidades da comunicação podem promover e administrar a relação entre organização e público, através de programas que propiciem segundo a realidade e o ambiente interno e externo. Segundo Kunsch (2003), relações públicas são definidas como uma disciplina acadêmica e atividade profissional que tem como objeto as organizações e seus públicos, instâncias distintas que, no entanto, se relacionam dialeticamente.

Para Bafini (2014), o tripé - Jornalismo empresarial juntamente com as relações públicas e publicidade e propaganda - são responsáveis em administrar o fluxo de informações na empresa. As mídias trabalhadas pelo jornalismo empresarial são cartas pessoais, folders, revistas, boletins de empresa, jornais, folhetos e apostilas.

O Marketing Social tem como propósito influenciar pessoas à mudança de comportamento, destaque no ganho coletivo e na redução de custo, assim como centralizar o cidadão ou consumidor. Ele promove uma ideia ou causa que pode estar ligado a qualquer área e dessa forma aplicar na promoção social (BAFINI, 2014).

A assessoria de imprensa ganhou espaço com a rádio, revistas, televisão e jornais. Esse profissional conduz a relação entre fontes de informação e imprensas, além de ter um papel fundamental na listagem entre sociedade de mídias impressas e digitais, empresas e relações públicas (BAFINI, 2014).

A publicidade e propaganda deriva da palavra público. O conceito de publicidade é uma forma de passar a imagem de modo não pessoal e propagar ideias que se refiram ao serviço, mercadoria, que necessita de um emissor e um receptor para transmitir determinada mensagem. Conforme Candido; Brambilla; Gusatti (2016), a palavra propaganda

vem do verbo latino *propagare* (propagar), e representa a propagação, a reprodução de ideias, conceitos, princípios. Apesar dos significados distintos, na prática da comunicação, os termos publicidade e propaganda se equivalem. Os conceitos também podem ser entendidos e, portanto, praticados de formas distintas (CANDIDO; BRAMBILLA; GUSATTI, p. 8, 2016).

A propaganda visa alterar a percepção do público de acordo com uma ideia antecipada. Elas podem ser ideológicas, culturais, políticas, eleitorais, institucionais, governamentais, corporativas, legais, religiosas ou ainda sociais. Quando uma publicidade é institucional, seu objetivo é preencher o que a empresa necessita para sua sobrevivência (CANDIDO; BRAMBILLA; GUSATTI, 2016).

Por isso, a comunicação institucional precisa ser vista como uma ferramenta essencial para atravessar as ações de uma organização e configurar a construção da sua identidade e também cultura. Não existe uma entidade sem uma prática de expansão ou transferência de informações. O problema é que muitas ainda não descobriram o seu potencial. (CANDIDO; BRAMBILLA; GUSATTI, 2016).

No cenário brasileiro muitas empresas focam geralmente em três formas de estabelecer a comunicação. As veem de forma estratégica, improvisada, com completa desvalorização da mesma ou ainda de forma tática, sem clareza quando norteada suas diretrizes, por meio de uma assessoria de imprensa (CANDIDO; BRAMBILLA; GUSATTI, 2016).

Sendo assim, muitas não possuem nem mesmo um setor especializado na área de comunicação, o que evidencia a falta de renovação do ambiente, dificuldade nas relações e falta de colaboração para tornar o ambiente mais eficaz. E esse grande problema precisa ser resolvido tornando-a integrada, abrangente e permitindo que haja planejamento para sua atuação.

Para Simões (2010), a evolução da comunicação institucional é pouca vista mesmo em meio às mudanças produzidas de uma sociedade politicamente fechada para uma aberta, complexa e desafiadora, em termos comportamentais, ecológicos, econômicos e sociais. O que supera uma transferência de mensagens ou informações tradicionais é a estratégia na qual ela está fundamentada.

2.3.4 Canais tradicionais e não tradicionais

A partir do século XX, com a evolução tecnológica e o desenvolvimento da técnica, o aprimoramento dos canais de comunicação foram aumentando à medida

que o indivíduo foi se adaptando as mudanças e as novas funcionalidades. O cidadão passa a ter sua forma de pensar e agir pautadas nos meios eletrônicos ou canais de comunicação (SANTOS, 2011).

De acordo com Santos (2011), os últimos anos do referido século, foram marcados pela emergência de uma dupla tirania: a tirania do dinheiro e a tirania da informação, intimamente relacionadas. Dessa forma, a informação passa a ser o centro da atenção de quem gerencia a comunicação e conseqüentemente a transitoriedade no ambiente interno e externo à organização.

As tecnologias de comunicação juntamente com a comunicação são instrumentos de conhecimento e informações. Sanches (2003) diz sobre essas questões que

As Tecnologias da Informação e Comunicação podem ser definidas como um conjunto de recursos tecnológicos usados para produzir e disseminar informações, dentre os quais estão o telefone (fixo e celular), o fax, a televisão, as redes (a cabo ou fibra óptica), e o computador, sendo que a conexão de dois ou mais computadores cria uma rede, e a principal rede existente atualmente é a Internet (SANCHES, p. 7, 2003).

A introdução da tecnologia da informação fez com que houvesse uma disputa entre as mídias tradicionais, os meios de comunicação em massa, TV, rádios, jornais, revistas, periódicos com as plataformas digitais e instrumentos virtuais para a construção e acesso às notícias e possíveis acontecimentos (SANCHES, 2003).

Aqueles que assistem televisão são menos propensos a ativação do que aqueles que estão utilizando a internet. Esta possui mais recursos que permitem a edição de materiais, pausas, seleções que justificam a preferência de muitos indivíduos. O fato de poder ser móvel no tempo e espaço propicia a atenção e interesse dos usuários (SANCHES, 2003).

Os antigos meios de comunicação estão sendo forçados a conviver e concorrer com os novos meios e para se manter nesse ambiente competitivo novas estratégias precisam ser adequadas aos seus canais, visto que a comunicação que era horizontal e se tornou vertical a partir da internet (SANCHES, 2003).

Segundo o site Caros Ouvintes (2018), na comunicação horizontal não existe fluxo de baixo pra cima ou vice-versa. Apenas o emissor da informação que auxilia na compreensão das partes, coordena as atividades, apresenta o todo de forma geral ao receptor e soluciona problemas. Portais que possuem uma comunicação unilateral, são exemplos. Eles trazem uma gama de notícias ou avisos para um determinado público, mas esse meio não pode ser utilizado da mesma forma pelo receptor.

Na comunicação vertical, Marques (2017) diz que a padronização e integração são chaves para seu bom funcionamento no ambiente acadêmico e profissional. Ela pode ser ascendente, quando o receptor transfere uma mensagem ao emissor, reclamações, dúvidas, sugestões ou ainda descende, quando o emissor envia de maneira holística para que o público destinatário tenha acesso as regras, normas, instruções, desempenhos. Portais bidirecionais permitem essa facilidade e interação entre os utilizadores do mesmo.

As organizações passaram a se preocupar mais com o modo que se relacionavam com seus clientes ou fornecedores e até mesmo com a concorrência. Para melhorar a conexão da empresa ao seu público alvo, ela precisaria atentar-se para o canal de comunicação que está sendo usado. Como visto anteriormente, canais de comunicação são meios utilizados para emitir uma determinada informação a um receptor e no caso de uma instituição se comunicar por telefone, internet, mídia física, portais, para atender, prospectar, divulgar, negociar, dar suporte (MARQUES, 2017).

Durante décadas, o meio mais utilizado era o telefone através das centrais de atendimento. Com a revolução digital, a internet é o preferido pelos consumidores pela sua praticidade através do e-mail, chats, site, mídias sociais, portais ou até mesmo o aplicativo WhatsApp (MARQUES, 2017).

Através dos canais de comunicação, as pessoas podem tirar dúvidas, transmitir informações, atender demandas, oferecer suporte e apoio ao receptor, apresentação de produtos ou serviços, realizações de pesquisas e enquetes, agendamentos de visitas, reuniões entre tantas outras atividades que podem ser direcionadas (EVANGELISTA, 2008).

Diante de um cenário onde os canais de comunicação têm sido alterados, segundo Evangelista (2008), o fato das informações serem as mesmas é por conta da demissão, quase que diária, de milhares de profissionais da área de comunicação, a captação de informações da mesma fonte e a globalização, que cobra investimentos em tecnologia para gerar mais competitividade.

As novas formas de comunicação como redes sociais, blogs, sites, fóruns de discussão só permitem ser usadas por aqueles que detém de computadores e possui internet ativa. Um dado do IBGE (2020) referente ao acesso à internet, diz respeito aos fatores como renda, nível de instrução e idade, ou seja, um público específico que

detém da ferramenta. Porém hoje com o crescimento da geração *alpha*, a virtualização tornou-se um dos principais meios para atrair a massa populacional.

As mudanças têm sido significativas, as informações têm deixado de ter quem intermedia e tem sido recebida de forma simples e direta. Os meios tradicionais têm sido deixados de lado e a rede tem sido uma importante fonte de conhecimento e pesquisa. A promoção de debates, criação de fóruns e blogs têm beneficiado e facilitado para denúncia de fatos, exposição de ideais, entre outras atividades que os canais tradicionais não permitem (START OF GLOBAL CUSTOMER SERVICE, 2018).

A expansão da internet tem obrigado que os profissionais da comunicação ou até mesmo as organizações administrem seu quadro de pessoal para se adaptarem a nova estrutura do mercado. A combinação ideal de canais depende de vários fatores como modelo de negócio, tendência, perfil do público alvo e área de atuação (START OF GLOBAL CUSTOMER SERVICE, 2018).

Segundo uma pesquisa da Start of Global Customer Service (2018), que foi feita pela Microsoft, os canais preferidos dos clientes brasileiros são: 33% telefone e outros meios que podem usufruir da voz, 21% *live chat*, 18% e-mail, 15% autoatendimento *online*, 10% mídias sociais e a porcentagem restante SMS ou mensagem de texto.

O telefone foi um dos sobreviventes à era digital, pois conseguiu se manter estável e ainda ter auxílio de algumas funcionalidades que agregaram valor ao seu produto como o Skype, WhatsApp, Facebook Messenger e Google Hangouts. As redes sociais se tornaram preferência entre consumidores. Página no Facebook, direct no Instagram, mensagens no LinkedIn e mensagens diretas no Twitter, facilitaram bastante a comunicação nas instituições (START OF GLOBAL CUSTOMER SERVICE, 2018).

Para a gestão de micro e pequena empresa, o chat *online* cresceu muito nos últimos tempos. Uma das vantagens obtidas por esse canal é a automatização das conversas mediante um *chatbot*. A inteligência artificial permite até mesmo a interpretação da causa da procura pelo cliente, buscando soluções imediatas para resolução das questões proferidas, quando incluídas no sistema (ROCHA, 2020).

O e-mail possibilita que o consumidor possa responder quando conveniente e também que possa ser enviado a qualquer momento, além de permitir que tudo fique

documentado e registrado, facilitando assim a transparência e favorecendo a imagem do emissor (ROCHA, 2020).

Os canais de comunicação muitas vezes podem ser utilizados como canal de divulgação. A diferença entre eles é que a mensagem e a abordagem são ativas. Os sites, por exemplo, como um canal não tradicional, têm como funcionalidade divulgar as informações da empresa e também se comunicar com o cliente no caso empresarial durante a usabilidade (ROCHA, 2020).

O chat online oferece o que o consumidor procura em tempo real e as redes sociais que tem sido uma das grandes ferramentas mais do que qualquer outro meio que consegue atingir seu público alvo. Facebook Ads e o Instagram Ads são meios que conseguem alcançar ainda um maior número de pessoas, além de estar entre as mais utilizadas como canais não tradicionais, assim como o LinkedIn e o Youtube (ROCHA, 2020).

O Webinars é muito eficiente tanto quanto os seminários presenciais. Ele permite a comunicação através de uma transmissão. É uma excelente escolha quando se deseja reforçar sua posição no mercado e também conquistar novos públicos. O e-mail marketing diferente do normal, possui como diferencial o fato de poder automatizar suas mensagens (ROCHA, 2020).

Segundo dados do Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP (2019), no Brasil, 58,3% foi a porcentagem investida em publicidade no ano de 2018 para alcançar os usuários de TV aberta, 17,1 % foram aqueles que utilizavam da internet como meio para informação e 8,4% dos 16,5 bilhões com mídias exteriores, que são os outdoors, fachadas, telas digitais, abrigos de ônibus.

Um canal de comunicação também muito utilizado atualmente é o de reclamação. Esse tipo de canal serve para atender a demanda dos consumidores quando estão insatisfeitos com determinado serviço nos setores públicos ou privados ou com algum problema que possa ter acontecido com o produto (ROCHA, 2020).

Sites externos de reclamação, como Reclame Aqui, é uma das estratégias utilizadas pelos clientes quando não se agradam de algo que lhe foi oferecido pela entidade. Outra forma é o acompanhamento do Procom na região ou até mesmo portais oficiais, como o Consumidor.gov, entre outras ferramentas não tradicionais que são exclusivamente canais para a defesa do usuário (CONSUMIDOR.GOV, 2020).

A FAQ é outro meio de comunicação muito utilizado para tirar dúvidas, resolver problemas e facilitar o atendimento no âmbito empresarial. Seu termo

significa “perguntas frequentes”, que auxiliam o comprador nas suas escolhas e permitem que a equipe possa se deslocar para outras funções. Muitas organizações utilizam da integralização do serviço de autoatendimento que fazem a inclusão das perguntas em comuns e dúvidas mais frequentes, facilitando o trabalho e o retrabalho, poupando custo e tempo para as empresas (DELALANA, 2018).

A Ouvidoria é um canal não tradicional. Nela estão dispostos casos mais complexos. Geralmente, é utilizada quando nenhum setor conseguiu resolver o problema ou para verificar a qualidade de determinada organização. É um apoio ao atendimento e que é responsável em atender a clientela, assim como monitorar o desempenho dos demais canais de comunicação no ambiente institucional (VISMONA, 2017).

Os portais são canais de comunicação não tradicional. Eles podem ser classificados em público ou corporativo e como suporte à decisão e ao processo organizacional. No âmbito institucional, o portal público, portal internet ou portal Web atrai para o seu site o público que está navegando. O Portal Corporativo tem como fundamento fornecer informações específicas, auxiliando os receptores a encontrar as informações que precisam. Os portais com ênfase em suporte à decisão auxiliam a gestão, CEO, gerencia o acesso às informações de extrema importância para a tomada de decisão (DIAS, 2001).

Os novos canais de comunicação permitem quebra do controle da informação, que muitas vezes eram utilizadas através da horizontalidade e centralidade do poder. A monopolização ou concentração da informação demonstram a manipulação e controle sobre a população. A internet uniformiza, distribui e verticaliza o conhecimento trazendo maior segurança aos navegadores (MOLINA, 2013).

O uso das novas tecnologias está remodelando as formas de comunicação no mundo atual. A indução dos meios eletrônicos aumenta a participação e interatividade do usuário, assim como interlocutores que produzem e disseminam informações. Porém existe uma parcela da população que mantém ainda no Brasil relacionamento com os canais tradicionais por causa da confiabilidade. Segundo o IBOPE (2019), 56% confiam no que é passado pela TV, 67% em vídeos vinculados por veículos tradicionais e 78% no rádio, no ano de 2018. Mas mesmo assim estes também utilizam dos canais não tradicionais para se manterem atualizados.

Destarte, Goulart; Barros (2015), com a evolução da comunicação, acreditam que os receptores se tornaram cada vez mais digitais, pois os clientes que utilizam

meios de comunicação tradicionais ainda estão migrando para os não tradicionais e aprimorando sua aprendizagem por possuírem uma didática de fácil compreensão.

2.3.5 Comunicação Unilateral e Bilateral

A comunicação unilateral é quando um emissor envia uma mensagem ao receptor sem reciprocidade. Dentro desse tipo, estão os “*mass media*”, portais unilaterais, rádio, televisão, cartaz de parede com propagandas e avisos, palestrantes ou quando alguém discursa. Quando mantida à distância, um emissor emite a informação para diversos receptores, denominando de difusão. A rádio, televisão, imprensa escrita e o cinema são exemplos dessa modalidade (ARAÚJO, 2007).

A comunicação bilateral acontece quando o emissor e o receptor alternam seus papéis. Situações de entrevistas, conversas e diálogos demonstram bastante esse comportamento. Os locutores nesse tipo alteram e criam a mensagem de acordo com os dados que determinam a situação. A essa troca de informações dá-se o nome de intercâmbio (ARAÚJO, 2007).

O memorando é um tipo de comunicação tradicional e unilateral escrita. Nele está contido a objetividade que é caracterizada por uma linguagem breve, precisa e direta. Sua característica principal é a agilidade. Para evitar o excesso de número de comunicações que podem ser feitas, a entrega é feita no mesmo documento. Como é endereçado aos funcionários, não às autoridades, ele é composto de: timbre da instituição, número do memorando, remetente, destinatário, assunto, local e data, texto, despedida, assinatura e cargo (ARAÚJO, 2007).

Para o Palpite Digital (2019), o Fax é um canal tradicional e bilateral, ele funciona para emitir e receber documentos, contanto que tenha uma peça de envio e outra de recebimento. A parte de envio funcionava como o scanner de computador com um componente que digitalizava apenas uma linha por vez e não saía colorido. A linha telefônica transmitia a mensagem a outro aparelho de fax no mesmo instante. Quando o fax que recebia fazia a leitura das cores, quando preto ele colocava um círculo na folha, quando branca, ele deixava um espaço na folha. As impressoras foram substitutas desse meio, pois elas digitalizam, imprimem colorido, tiram cópias e possuem múltiplas funcionalidades.

De acordo com Araújo (2007), a apostila é um canal tradicional unilateral. Nela são feitas anotações ou registros administrativos no verso da última página de

contrato. Ainda são utilizadas por estudantes ou profissionais em treinamentos e aprendizagem. Outro meio é a ata. Segundo, Oliveira (2009), nela contém nela o relato do que foi conversado em uma reunião, sessão, assembleia, redigido por um funcionário no momento do acontecimento. Esse meio de comunicação é tradicional e unilateral. Quando impressa, todos que estiveram presentes a assinam e após isso é colocada em um livro próprio, que os agentes possam ter acesso.

Segundo Vilarinho (2019), o parecer é um meio de comunicação tradicional e unilateral. Nele contém uma redação ou pronunciamento técnico que descreve o ato que ocorreu e a conclusão do processo. Pode ser um final de um processo jurídico ou ainda particular. Não foi escasso mesmo com a inserção de outros instrumentos para facilitar a comunicação.

Conforme Schultz (2018), a ordem de serviço, também conhecida como OS, é outro meio de comunicação tradicional, porém bilateral. Ela é um documento que formaliza o serviço que está sendo prestado. Muitas vezes, é utilizada pelas indústrias em serviços de manutenção por técnicos em mecânicas e técnicos em elétrica e também concessionárias para liberação de veículos. Ela é caracterizada pela demanda do cliente e norteia as atividades que serão executadas para conclusão do serviço que está sendo prestado.

Para Diana (2014), o relatório é um canal geralmente usado por professores e tem como função informar sobre uma visita a algum local, um percurso para um estágio ou uma pesquisa. Ele é um texto organizado e detalhado que é desenvolvido em determinado período. Esse meio é unilateral e também tradicional e não perdeu sua usabilidade. Há a obrigatoriedade de bibliografia, metodologia e resultados obtidos na sua elaboração. Sua linguagem é formal e é composto por título, introdução, desenvolvimento, conclusão e bibliografia.

Para Araújo (2007), o protocolo é quando cópias ou originais de documentos são organizados de maneira formal ou alguns papéis que possuem registros de tomada de decisão e informações. Ele é um canal bilateral e tradicional que permite que o emissor tenha um controle de entradas e saídas e o receptor confira e assine o que foi protocolado. Entre suas funções, estão atender o público, receber documentos em geral, classificação e expedição de documentos, pesquisa de processos, distribuição, entre outros.

De acordo com o Araújo (2007), o requerimento é classificado como tradicional e unilateral. Nele estão dispostas solicitações formais que são dirigidas a

uma entidade, órgão ou empresa, com o fundamento de se comunicar. São impressos em duas vias para que o receptor fique com a garantia do que foi pedido e possa comprovar, trazendo segurança e confiabilidade no processo. Ainda utilizado nas organizações como um todo.

Entre os diversos meios não tradicionais estão a internet, o e-mail, as redes sociais, mural de avisos, chats online, tv corporativa e WhatsApp. A internet, por exemplo, ao permitir uma forma sistêmica em que diversos eventos interferem em outros através do estímulo, é bilateral, além de fazer uma comunicação de todos para um. Por isto os canais anteriores a ela, foram chamados de massivos (ARAÚJO, 2007).

As redes sociais também são meios bilaterais, onde existem compartilhamento e distribuição de ambas as partes, emissor e receptor. Diante dessa gama de informações, Lemos; Levy (2010) compreende que quem frequenta as comunidades virtuais encaminham entre si, reciclam e torna visível, o que antes era considerado lixo pela indústria em massa.

Os murais de avisos são unilaterais. Neles estão disponíveis a reunião de informações importantes a todos em um determinado local físico. Muitas entidades têm utilizado o virtual, pois demanda menor tempo na conferência das informações e polui menos a visão a depender da quantidade de mensagens e inferências, o que como consequência não atinge seu objetivo e eficiência (LEMOS; LEVY, 2010).

Os chats online são um canal bilateral, que tem como objetivo atender demandar tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo. Ele propicia redução do tempo quando comparado ao e-mail, reduz ligações telefônicas e conseqüentemente custos, permite o acesso no externo quando incorporado apenas aos colaboradores, funciona com o uso de internet, sem auxílio de terceiros. Para Corrêa (2014), esse tem sido um meio usado e que permite agilidade na transferência das informações.

Segundo Lemos; Levy (2010), a TV corporativa foi criada para estabelecer uma relação com fornecedores, clientes, colaboradores. Ela é um canal de comunicação unilateral. Em suas atribuições estão presentes com a integração da internet ao seu sistema, permite que os colaboradores tenham acesso as suas mensagens nos seus smartphones, além de reduzir custos com treinamentos, a comunicação passa a ser clara e atende a segmentação de conteúdo, podendo trabalhar diferentes pontos com a equipe.

Segundo o Lemos e Levy (2010), o WhatsApp é um meio bilateral no qual tem sido adotado pelas empresas ou entidades como ferramenta eficaz para desenvolvimento dos seus objetivos sejam eles financeiros, de marketing, entre outros. Antes uma ferramenta de comunicação entre amigos, hoje eles criaram um apenas para atender demandas empresariais, o qual é chamado de business. Assim como o outro, eles detêm da utilização do WhatsApp web também que não deixa apenas conectado a um celular, mas também aos computadores. Nele está disposto as mensagens rápidas ou automatizadas e permite que o cliente conheça mais do perfil da empresa.

Destarte, esses e tantos outros canais são de fundamental importância para facilitar o envio de mensagens e como suporte para a comunicação. Nem todos os canais tradicionais foram substituídos pelos não tradicionais, mas foram adaptados para sobreviver no ambiente. A comunicação é um processo que envolve signos, regras semióticas para construção de uma linguagem que seja acessível e entendida. A grande chave do processo social é criar possibilidades de criação e interpretação de mensagens que obtenham respostas ou soluções.

3. ESTUDO DE CASO

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO PORTAL SAGRES E DA FERRAMENTA UNES

A RMO Consultores Associados ou ainda conhecida como Tecnodrens é a empresa responsável pela implantação do Portal Sagres na Universidade Estadual de Feira de Santana. Esse portal acadêmico possibilita a comunicação entre os 28 cursos disponíveis na Universidade pelos seus professores com os discentes. Nele pode ter acessos aos avisos dos professores, materiais disponibilizados pelos mesmos, comprovante de matrícula, fluxograma, planos de curso, médias, faltas, entre outras funcionalidades.

O Portal Sagres integra todos os módulos Sagres, a partir de acesso seguro e individualizado, pois cada aluno tem acesso através do seu login e senha, disponibilizados no ato da matrícula. Ele é personalizado de acordo com a logo e as cores da UEFS e possibilita que os usuários personalizem seu acesso de acordo com os itens mais acessados, inserindo melhorias na experiência.

A ferramenta Unes é um aplicativo criado por um estudante de Engenharia da Computação, João Paulo Sena, da UEFS. Após perceber que muitos estudantes não estavam acessando o Portal e por isso encontravam-se perdidos acerca de suas aulas, ele decidiu desenvolver o aplicativo que fornecesse as informações quando os professores alterassem através de notificações.

Hoje, a ferramenta Unes tem sido utilizada por muitos dos estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana, que possuem dispositivo móvel Android. Ela é basicamente um programa que fornece informações que já lhe são dadas, só que de maneira mais facilitada e além das funcionalidades que possuem no Sagres, nela estão dispostas informações do restaurante universitário da UEFS e avaliação dos professores pelos discentes. O desenvolvedor permitiu que o código fonte fosse publicado e qualquer universidade tenha acesso. A ferramenta Unes não possui nenhuma conexão com a empresa Tecnodrens.

4. METODOLOGIA

Neste capítulo são apresentadas as técnicas de pesquisa que foram utilizadas no presente trabalho e a metodologia, quanto para a pesquisa bibliográfica, quanto para a pesquisa de campo

4.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

4.1.1 Tipo de estudo

Para se entender o que é pesquisa e a aplicação dos seus métodos, é necessário estudar o que é a ciência. A mesma parte do pressuposto do que é aprender e conhecer. Conhecimento científico não parte do senso comum, assim como Santos (1988) externaliza na sua obra “Um discurso sobre as ciências”,

As leis da ciência moderna são um tipo de causa formal que privilegia o como funciona das coisas em detrimento formal que privilegia o como funciona das coisas em detrimento de qual o agente ou qual o fim das coisas. É por esta via que o conhecimento científico rompe com o conhecimento do senso comum. É que enquanto no senso comum, e, portanto, no conhecimento prático em que ele se traduz, a causa e a intenção convivem sem problemas, na ciência, a determinação da causa formal obtém-se com a expulsão da intenção (SANTOS, p.16, 1988).

Ou seja, quando se trata desse tipo de causa, a formal, é possível entender o rigor e as formulações das leis científicas. Por isso, essa pesquisa é pautada no paradigma dominante defendido por Santos (1988), pois nele está um modelo global totalitário que vai de oposição a todas as formas de conhecimento que não se adequem nos seus princípios metodológicos ou que são validados cientificamente.

Assim como Santos (1988), Fachin (2005) diz que o conhecimento científico se caracteriza pela presença do acolhimento metódico e sistemático dos fatos da realidade sensível. Este fato é possibilitado através da classificação, ação, aplicação dos métodos, comparação e da análise e síntese, o pesquisador pode extrair do contexto social, do universo, princípios e leis que proporcionam um conhecimento com um rigor válido e que seja universal.

Santos (1988), ainda diz que a ciência não é uma sabedoria ou ideologia, pois seu discurso não é baseado em justificação, mas sim na captação da realidade. Também não é um paradigma específico, pois seu processo produtivo é histórico. Por isso, esse estudo sobre a aplicabilidade da ferramenta Unes e do Portal Sagres na universidade foi realizado.

Os mesmos estão integrados, pois são realidade na rotina dos alunos, assim como a necessidade de verificar o histórico dos alunos, e o que proporcionou os resultados alcançados. O positivismo enquadra-se também tanto ao Portal Sagres como ao Unes, por partir da cautela de se evitar erros previstos.

Dentro desse processo de conhecimento científico, o positivismo, segundo Lowy (1985), consiste no fato em que a objetividade científica deve imperar nas ciências sociais. Sendo assim, essa ciência precisa está totalmente desligada de qualquer classe social, seja ela política, ideológica, moral, utópica, ou as visões do mundo.

Enquanto o positivismo possui essa crença, segundo Battisti (1990), Descartes acreditava que a homogeneidade entre os diversos objetos possibilita a operação metodológica de “comparação”, que se enquadra com o que foi realizado nessa pesquisa, ao estabelecer a análise das respectivas tecnologias, a ferramenta Unes e o Portal sagres.

Tanto o avanço das tecnologias quanto da ciência, possibilitou que a metodologia estudasse, compreendesse e avaliasse os possíveis métodos para a construção de uma pesquisa acadêmica. Ou seja, ela aplica métodos e técnicas que possibilitam a elaboração do conhecimento, com o objetivo de comprovar a validade da pesquisa, assim como sua utilidade na sociedade. Para Fabiola Praça (2015),

A metodologia científica é capaz de proporcionar uma compreensão e análise do mundo através da construção do conhecimento. O conhecimento só acontece quando o estudante transita pelos caminhos do saber, tendo como protagonismo deste processo o conjunto ensino/aprendizagem. Pode-se relacionar então metodologia com o “caminho de estudo a ser percorrido” e ciência com “o saber alcançado” (PRAÇA, p. 2, 2015).

Ou seja, ela permite uma maior visão do que precisa ser construído e compreendido em relação ao conhecimento, adquirido através do caminho do saber, e existe uma conexão entre o que é ensinado e aprendido para quem está realizando a pesquisa, pois ao propor possíveis sugestões que os discentes trarão, apresentará um ganho para a comunidade acadêmica.

Segundo Prodanov; Freitas (2013), a metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação. Por isso, ela auxilia nas decisões e solução de perguntadoras norteadoras da pesquisa, que são elas: “quais os motivos que

levaram os discentes a utilizar a ferramenta Unes e o Portal Sagres?”, “Quais as principais funcionalidades e variáveis utilizadas pelos estudantes?” e “Quais seriam as possíveis sugestões para ambas tecnologias?”.

Portanto, o conhecimento científico tem como característica ser acumulativo, por ter novos processos que somam aos já existentes ou substitui os antigos; ser útil, por ser analítico, através da compreensão do todo; comunicativo, pois a divulgação é o meio de fazê-la progredir.

Essa pesquisa tem como objetivo a análise das tecnologias Ferramenta Unes e Portal Sagres, para que as mesmas sejam estudadas como um todo. Por isso, o instrumento de conhecimento que é utilizado pelos pesquisadores, para orientar a pesquisa, é o método.

O método que é utilizado para analisar as tecnologias supracitadas e o caminho pelo qual se segue para chegar-se à conclusão, segundo Prodanov; Freitas (2013), é o método científico, que se conceitua como sendo

o conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa. Os métodos que fornecem as bases lógicas à investigação são: dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo, dialético e fenomenológico (PRODANOV; FREITAS, p. 24, 2013).

Sendo assim, o método científico utilizado nessa pesquisa tem como base o método indutivo, que é o responsável pela totalidade. Este método parte da observação e investigação, para comparação e investigação de dois fenômenos, o Portal Sagres e a ferramenta Unes.

Para Lakatos; Marconi (2007), é um processo mental, por intermédio do qual parte de dados particulares, suficientes constatados, infere-se uma verdade geral ou universal. Ou seja, leva a resultados cujo o conteúdo vai muito além do que os dados que antecederam e que o estudo foi baseado. As verdades encontradas em cada particularidade do Portal Sagres e da ferramenta Unes trarão verdades ou até mesmo respostas que vão além do que foi pesquisado.

Para as abordagens técnicas dessa pesquisa é utilizado o procedimento estatístico. Segundo Prodanov; Freitas (2013), esse método tem como base quantificar a sociedade, que é estabelecida como um todo. Por isso, existe um percentual que garante a possibilidade das informações que são coletadas serem verdadeiras, quando se verifica uma parcela essencial para atender aos objetivos do estudo, que se refere a amostra selecionada, segmentada mais adiante.

Visando responder ao objetivo geral, o tipo de pesquisa será exploratória, pois ela permite aprofundar e conhecer de fato como a ferramenta Unes tem sido usada pelos estudantes. Essa categoria tem como característica levantamento bibliográfico, além de buscar uma familiarização com os fenômenos que podem surgir no decorrer da pesquisa e também explorar cada passo com profundidade e precisão.

De acordo com Gil (1999), a pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Nesse tipo de pesquisa, o grau do planejamento possui uma rigidez reduzida, pois são planejadas para dar uma aproximação no evento que está sendo analisado. Por isso, o Portal Sagres e a ferramenta Unes foram exploradas e colocadas em um ângulo mais próximo, permitindo o desenvolvimento do estudo.

Portanto, a técnica que será utilizada para classificação dos dados será exploratória, pois implica na descrição de determinado comportamento social, o qual não possui grande atenção da comunidade científica. Isto é, além de envolver levantamento bibliográfico, será feita uma pesquisa de campo para satisfazer a finalidade do estudo.

As técnicas que serão utilizadas nesse estudo exploratório serão: estudo de caso, pesquisa de campo e bibliográfica. A coleta de dados será realizada através de questionário com alternativas de múltipla escolha, perguntas dicotômicas, ou seja, que possuem duas opções de escolha apenas e a escala likert que será descrita mais adiante. Por esse motivo, essa pesquisa utilizará a técnica de questionário auto aplicado enviado online através do método Survey, para os discentes que cursam Administração na Universidade Estadual de Feira de Santana, sendo estes os sujeitos do estudo.

O método Survey ocorre quando são feitas perguntas de forma direta para saber determinado tipo de comportamentos de quem está sendo entrevistado através de um questionário. Ele é realizado com um grupo de pessoas consideráveis e seus dados são tabulados através dos métodos quantitativos. Por isso Paranhos; Rocha; Junior (2014) definem que,

A pesquisa de Survey tem múltiplas finalidades. Sempre que o pesquisador estiver interessado em identificar opiniões, atitudes, valores, percepções, etc., ele pode empregar o Survey como técnica de coleta de dados. Comparativamente, é durante o período eleitoral que esse tipo de pesquisa ganha maior visibilidade (PARANHOS; ROCHA; JUNIOR, p. 10, 2014).

Sendo assim, o método Survey é um tipo de investigação quantitativa que consiste numa forma de coletar dados e informações a partir de características e grupos de indivíduos. O resultado, quando alcançado, pode ser para todo o universo de estudo, caso o grupo tenha uma parcela significativa da população.

Como mapeado acima, o estudo de caso é uma das técnicas que partirá do estudo de dois objetos, o Portal sagres e o Portal unes, permitindo um estudo aprofundado e detalhado. Segundo Prodanov; Freitas (2013), é um tipo de pesquisa quantitativa entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada. Por isso, para a realização da mesma, é necessário coerência, originalidade e objetividade.

Conforme citado acima, a técnica bibliográfica também é utilizada nesse estudo, pois ela é feita baseada em trabalhos já publicados, sejam livros ou revistas, artigos, monografias e teses, proporcionando ao pesquisador um contato direto com o material publicado. Esta pesquisa teve o cuidado de verificar se há informações verídicas, tendo como alicerce, materiais com fontes confiáveis.

Será feita também uma pesquisa de campo, que segundo Piana (2009), é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Com isso, pode-se perceber que exige do pesquisador um encontro mais direto.

A natureza da pesquisa será quantitativa, pois utilizará de métodos estatísticos para quantificar as informações para no estudo. Segundo Malhotra (2001), a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados e aplica alguma forma da análise estatística. Para mensurar os dados, será usada a frequência simples e absoluta, que analisará quais serão as alternativas mais selecionadas pelos estudantes.

Através dos dados estatísticos, existe um certo grau de precisão, que é aceito por pesquisadores em pesquisas do tipo quantitativa. Nesse tipo de pesquisa, se trabalha com dados coletados no campo de investigação, assim como dados que são processados por outras fontes de pesquisa para quantificar a informação.

O questionário que atenderá as respostas dos objetivos, utilizará da escala likert, que permite fazer medições e saber o grau de conformidade do entrevistado, em relação a uma alternativa, seja ela positiva ou negativa. É um método de soma de avaliações de até 5 pontos que pode variar de “concordo plenamente” a “discordo plenamente”. De acordo com Las Casas; Guevara (2010),

Para o respondente, é dada uma colocação positiva ou negativa e, solicitando-se que anote se concorda ou não com o texto. Esta escala foi proposta por Rensis Likert em 1932 e tem sido muito utilizada em marketing. A grande vantagem desta escala é que permite testar o nível de concordância ou discordância do entrevistado com a resposta solicitada (LAS CASAS; GUEVARA, p. 76, 2010).

Com isso, as respostas são elaboradas de acordo com o nível de interesse e conforme os objetivos da pesquisa. Por isso sua organização é feita de forma coesa, facilitando a resposta do entrevistado, até porque lista de perguntas que excede a quantidade habitual para os usuários pode tornar a pesquisa cansativa e impedir de ter um resultado satisfatório, pois as pessoas que forem responder ficarão cansadas durante os questionamentos.

Trata-se de um questionário semiestruturado, ou seja, terá perguntas fechadas e abertas, estruturadas e não estruturadas. Para Gil (2011), as entrevistas podem ser estruturadas em: informais, focalizadas, por pautas e formalizadas. O tipo de entrevista utilizada nesse estudo é informal e semiestruturada e não estruturada, que são perguntas mais específica, pois é o mais utilizado na pesquisa exploratória.

De acordo com o modelo de coleta de dados, o questionário utilizou a plataforma "Google formulário" para atingir sua amostra e o mesmo concede a tabulação dos dados com o método Survey, através do link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdr3miNn8mzb5OpQbYR_9bch181XcJ3gSnxVqopEEzaRXV6Bw/viewform?usp=sf_link.

No questionário contém 27 perguntas, nas quais 11 questões utilizam da escala likert, 14 questões múltiplas escolha, 2 dicotômicas e está estruturado da seguinte forma:

No primeiro bloco do questionário é verificado o perfil da amostra, consta o sexo que o aluno se encontra, o intervalo que está sua idade, o semestre atual que ele está alocado, o ano do ingresso dele na Universidade, pois essas questões acessórias foram importantes para verificar características da amostra que determinaram o grau de conhecimento em relação a tecnologia Unes e Portal Sagres.

Ainda no primeiro bloco, encontra-se questões acerca da facilidade que o uso da ferramenta Unes trouxe, a rapidez, suas vantagens, a maior delas e se havia nele desvantagem, possíveis sugestões, a praticidade da ferramenta, os momentos nos quais mais é utilizada e suas funcionalidades, garantindo o cumprimento do objetivo específico que consta a identificação dos motivos em relação a aplicabilidade da ferramenta.

No segundo ao sexto bloco, pesquisa-se não apenas sobre a ferramenta Unes, mas também sobre o Portal Sagres, através das indagações a seguir:

- Se existe rapidez na entrega das informações que são demandadas pelos estudantes;
- Busca saber a maior vantagem em utilizar o Portal Sagres como um importante meio de comunicação
- Encontra-se a maior desvantagem em relação ao Portal, de acordo com os usuários;
- As possíveis sugestões para aprimoramento do Portal;
- Investigação da praticidade, ou seja, simplicidade no uso em relação ao Portal Sagres;
- Os momentos nos quais, ele é mais utilizado pelos estudantes;
- As funcionalidades e variáveis que são mais utilizadas pelos estudantes no Portal Sagres;
- Se o Portal Sagres em sido importante para o desenvolvimento dos processos acadêmicos.

No sétimo e oitavo bloco, respondendo ao problema da pesquisa - analisar as tecnologias ferramenta Unes e Portal Sagres como fundamentais para o desenvolvimento dos processos acadêmicos entre discentes - são realizadas perguntas, que se compara os dois, de acordo com a mesma e também:

- Se o Portal Sagres é mais veloz do que a ferramenta Unes;
- Entre as duas, se busca saber qual das variáveis são mais fáceis de serem utilizadas;
- Se o Portal Sagres trava mais do que a ferramenta Unes.

4.1.2 Amostra e População

Para a captação dos dados, é necessário a definição de um público específico. Nesta pesquisa, o universo é composto pelos estudantes do primeiro ao décimo semestre de Administração da Universidade Estadual de Feira de Santana. Para se obter um resultado de boa qualidade, será identificado as características dessa população, um valor representativo dela e de sua heterogeneidade.

A partir do estudo de campo, será possível também verificar a seleção da amostra. A amostra é um subconjunto dos dados do universo. A escolhida para essa

pesquisa será não probabilística por ser conveniente, ou seja, os alunos matriculados e que estão frequentando o curso de Administração, do primeiro ao décimo semestre.

O questionário será preenchido individualmente para que a amostra não seja tendenciosa, ou seja, não represente uma parte da população ou ainda seja insuficiente para a pesquisa de campo. Segundo Marconi; Lakatos (2003), uma das vantagens que a pesquisa de campo proporciona é a facilidade em obter a amostragem.

A amostragem aleatória simples consiste no fato de que cada elemento da população tem a mesma probabilidade de estar na amostra. Por isso, determinada a população de estudantes de Administração da UEFS, que são em média, 467 alunos. Considerou-se a fórmula citada por Rocha (p. 146, 2014) em seu estudo, onde o cálculo pode ser feito mesmo sem conhecer o tamanho da população, através da seguinte forma:

$$n_0 = 1/E^2_0 \quad (1)$$

Caso se conheça o tamanho da amostra, a expressão que ficará a fórmula, será:

$$n = (N * n_0) / (N + n_0) \quad (2)$$

Onde:

N: número de elementos da população;

n: número de elementos da amostra;

n₀: primeira aproximação para o tamanho da amostra;

E₀: erro da amostra tolerável (que para essa pesquisa foi 5%, ou seja 0,05).

Como essa pesquisa já possui um tamanho de população dos estudantes matriculados no curso de Administração da UEFS (467 alunos), logo o cálculo apresenta o seguinte resultado:

$$n = 1 / (0,05)^2 \Rightarrow n = 400 \text{ estudantes}$$

$$n = (467 * 400) / (467 + 400)$$

$$n = 186800 / 867$$

$$n = 215,45 \text{ alunos}$$

Para que o estudo tenha um grau de precisão maior, a amostra foi de 215 alunos da população. Sendo assim, permitiu o aumento do intervalo de confiança dos resultados e diminuiu a margem de erro de maneira significativa.

4.1.3 Análise de dados

Os dados obtidos através da entrevista semiestruturada foram investigados através da avaliação discursiva, que segundo Gregolin (1995), entender a análise do discurso significa tentar entender e explicar como se constrói o sentido de um texto e como esse texto se articula com a história e como a sociedade que o produziu. Portanto, é necessário entender tanto a parte histórica como linguística para realizá-lo.

Já os dados obtidos através do questionário foram analisados com base na técnica de estatística descritiva, que requer descrever os dados. O objetivo básico é de sintetizar uma série de valores de mesma natureza, permitindo uma variação global desses valores (MARTINS; JANEIRO; GUEDES; ACORSI, p.1, 2010). Os dados foram transferidos e tabulados da própria plataforma “Google Formulário”.

4.2 MATRIZ DE AMARRAÇÃO DA PESQUISA

Para uma análise mais profunda dos dados e auxiliar na interpretação com fins de atender as questões orientadoras e problema de pesquisa, apresenta-se a Tabela 3, nela contém a relação entre os objetivos específicos da pesquisa com os respectivos instrumentos para coleta de dados, permitindo assim o estabelecimento dos resultados.

Tabela 3: Relação entre objetivos específicos da pesquisa com instrumento da coleta de dados.

Objetivos específicos da pesquisa	Bloco de perguntas do instrumento de coleta de dados	Finalidade
Identificar os motivos da utilização da ferramenta Unes e do Portal Sagres pelos estudantes de administração da Universidade Estadual de Feira de Santana;	Motivos que levaram os estudantes utilizar a Ferramenta Unes. Motivos que levaram os estudantes a utilizar o Portal Sagres.	Justificar a importância de ambos como tecnologias fundamentais no processo acadêmicos entre os discentes de administração
Verificar as principais funcionalidades e as variáveis, da ferramenta Unes e do Portal Sagres utilizados pelos estudantes de administração da Universidade Estadual de Feira de Santana;	Características que justificam o uso da Ferramenta Unes e do Portal Sagres.	Identificar as principais funcionalidades e variáveis utilizadas pelos estudantes e se as mesmas são satisfatórias.

Apontar novas sugestões para a ferramenta Unes e o Portal Sagres utilizados pelos estudantes de administração na Universidade Estadual de Feira de Santana.	Resultado de utilizar a ferramenta Unes e o Portal Sagres. Avaliação tanta da ferramenta Unes quanto do Portal Sagres.	Identificar possíveis melhorias para ambos que proporcionem melhor aplicabilidade para os estudantes.
---	---	---

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa (2020).

5. RESULTADOS

Este capítulo apresenta os resultados da pesquisa obtidos a partir da aplicação dos questionários aos discentes de administração da Universidade Estadual de Feira de Santana. Nele estão a devida tabulação e interpretação dos dados conforme demonstrados nos gráficos a seguir.

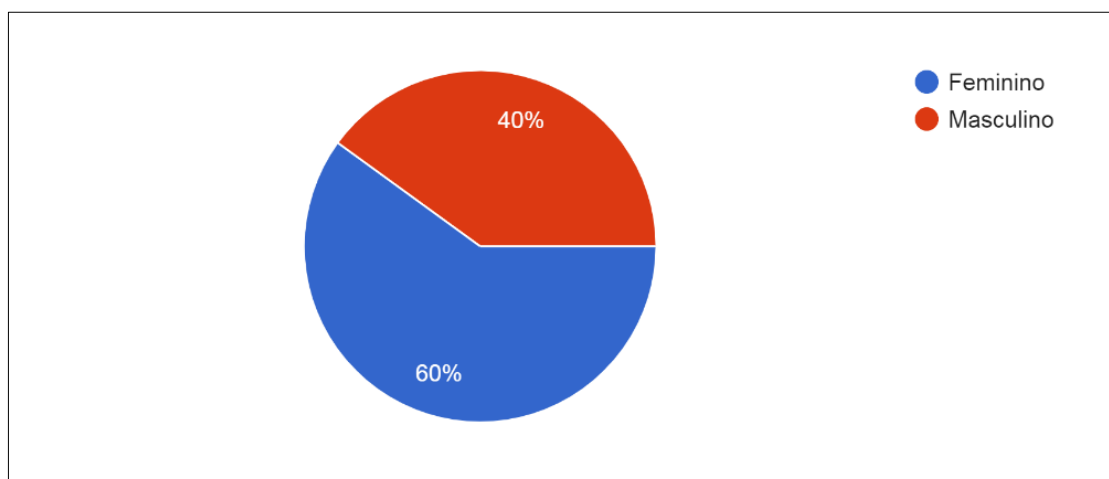
5.1 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

5.1.1 Perfil da População

O trabalho ora escrito visa saber se o Portal Sagres e a ferramenta Unes têm sido tecnologias fundamentais para o processo acadêmico entre os discentes do curso Administração na UEFS e, para obter o resultado dessa pesquisa, existem algumas questões específicas.

A primeira questão analisa justamente o perfil dos alunos que responderam ao questionário de acordo com seu sexo. A maior parte da amostra que respondeu a pesquisa foi realizada por mulheres (60%) da população, os 40% restantes são representados por homens, como pode ser visto no gráfico 02:

Gráfico 02: Qual seu sexo?



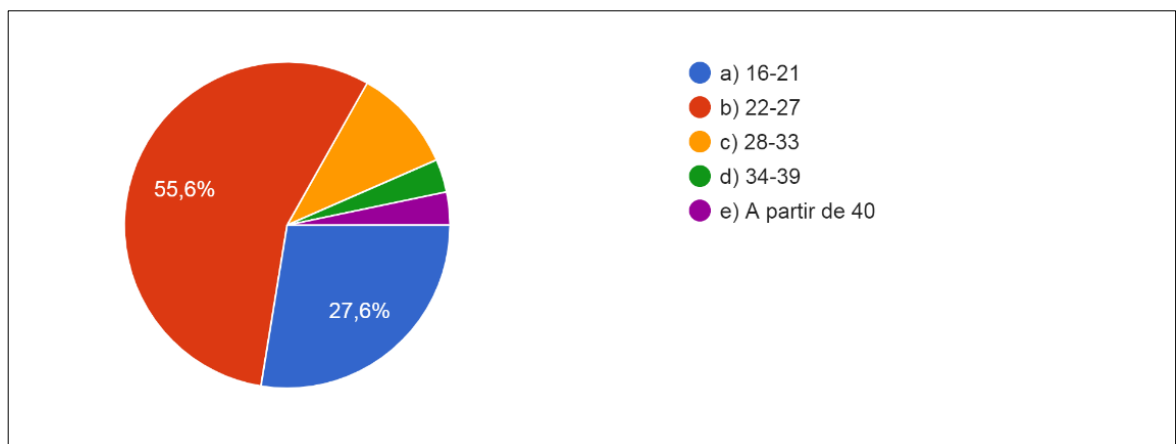
Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Isso demonstra que a população do curso de Administração possui um número maior de mulheres matriculadas do que homens. As quatro primeiras questões são acessórias, nelas estão disponíveis informações que demonstram características específicas dos entrevistados.

Segundo Serra (2007), a sociedade é um sistema autopoietico constituído por comunicações e que produz e reproduz ele mesmo, as comunicações que o constituem, por meio da rede dessas comunicações. Ou seja, é necessário saber informações como sexo para poder saber qual o público que teve acesso a esse questionário e como a maioria relaciona-se com a ferramenta Unes e o Portal Sagres e possíveis comportamentos. Pode se verificar se as mulheres usam mais Unes do que o Portal e qual dos dois tem mais hábitos com as mídias sociais, entre outros fatores.

A segunda questão acessória verifica o intervalo da idade, segundo o gráfico 03, 55,6% da população que respondeu o questionário está na faixa de idade entre 22 a 27 anos, 27,6% encontra-se entre 16 a 21 anos, 10,3% entre 28 a 33 e 6,6% a partir de 34 anos, demonstrando que o público mais jovem caracterizou essa amostra. O importante da análise feita de acordo com a faixa etária é pelo fato de que pessoas que se encontram em intervalos diferentes de idade possuem comportamentos diferentes.

Gráfico 03: Intervalo em que se encontra sua idade.

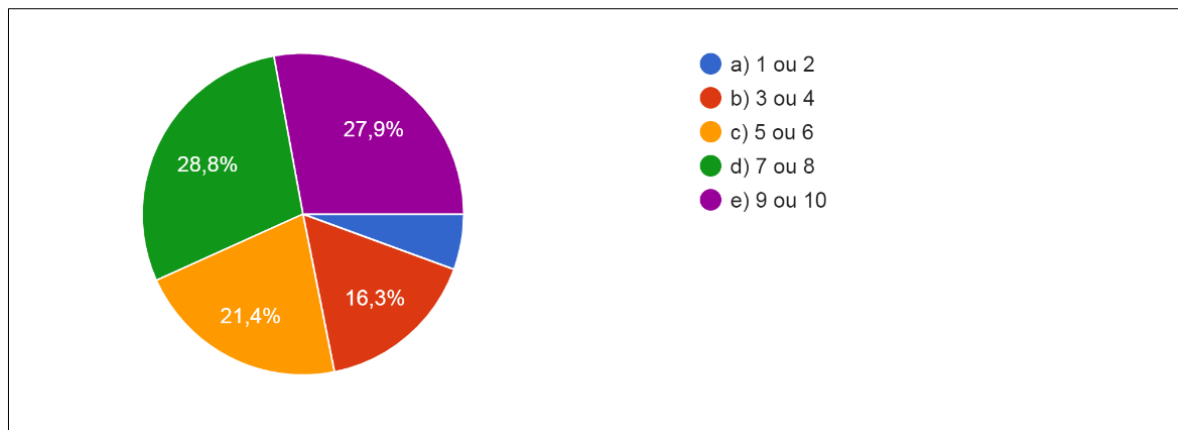


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Embora a amostra foi realizada de acordo com 215 pessoas, no gráfico acima, afirma que foram 214, isso demonstra que um dos entrevistados optou por não informar sua idade, não interferindo muito no resultado da pesquisa. Segundo Buysens (1972), quando se constata efeito que o comportamento está traindo involuntariamente os estados de consciência e que os indivíduos tiram partido disso contra eles mesmos, pode ser que haja informações que não estão de acordo com a consciência de fato do entrevistado, porque outros fatores interferem em sua decisão.

A terceira questão evidencia o semestre em que o estudante de Administração está alocado. De acordo com o gráfico 5, 94,4% dos entrevistados encontram-se entre 3º e 10º semestre, podendo concluir que alunos que estão matriculados no primeiro e segundo semestre ainda estão se adaptando ao portal Sagres e, possivelmente, conhecendo a ferramenta Unes.

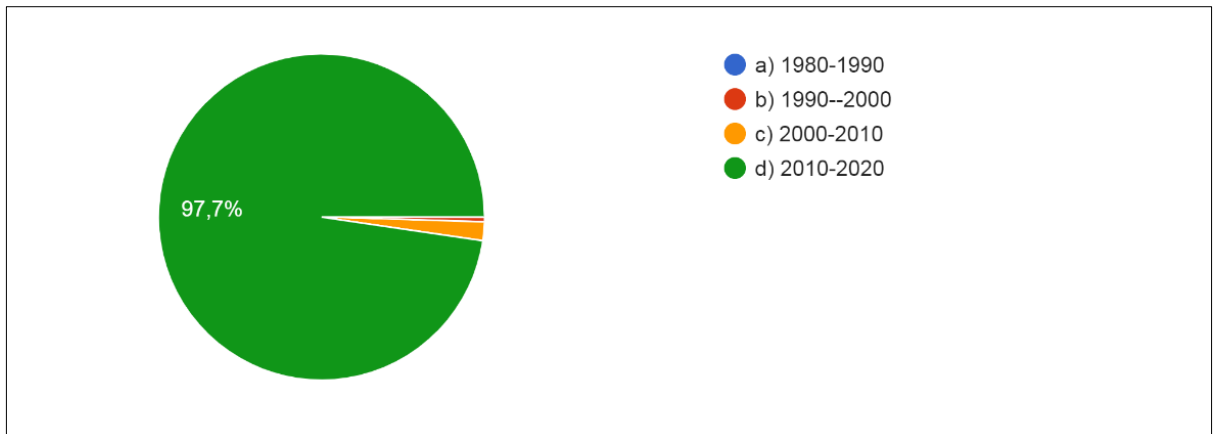
Gráfico 04: Semestre em que o aluno se encontra.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

A importância em entrevistar os semestres está no fato que alunos a partir do terceiro semestre possuem já habilidades necessárias com os objetos de estudo: o Portal Sagres e a ferramenta Unes. Para Buysens (1972), qualquer ato de comunicação constitui uma relação social. Isto se observa melhor num caráter que será chamado aqui de modalidade. Para ele, a fala é para informar o ouvinte, interroga-lo, dar-lhe uma ordem ou tomá-lo por testemunha de um desejo. Os semestres verificam qual a percepção que os alunos possuem do Portal Sagres e da ferramenta Unes.

Conforme a quarta questão desse bloco que caracteriza a amostra, é possível analisar que os estudantes entrevistados são caracterizados por terem ingressados na UEFS entre os anos de 2010 a 2020, como mostra o gráfico 5. Isso demonstra características específicas dessa década, onde já houve um maior avanço no uso de ferramentas tecnológicas.

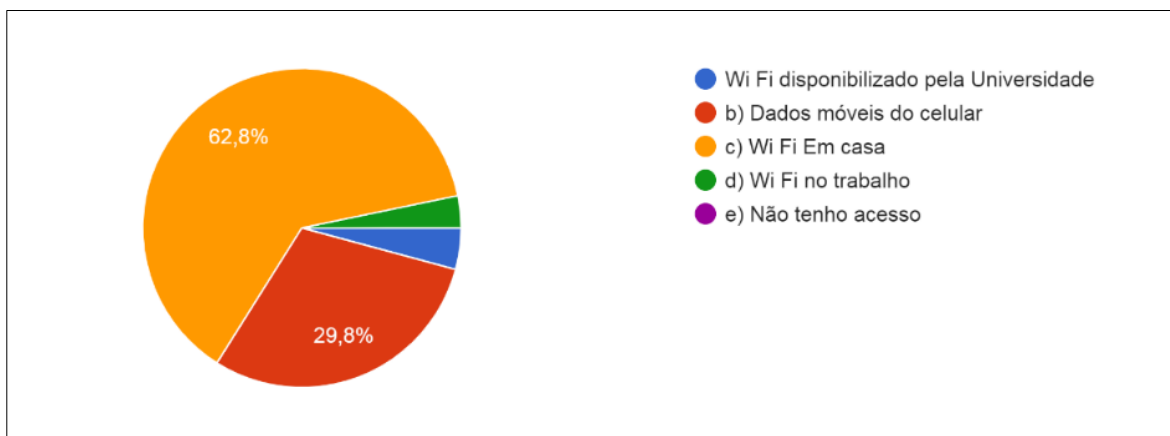
Gráfico 05: Ano de ingresso na UEFS.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Segundo Pereira e Kruglianskas (2005), empresas do mundo inteiro tem inserido nas suas dependências tecnologias para o sucesso do seu negócio. Muitas acreditam em um progresso que possa facilitar todas as suas operações. Por isso, a UEFS utiliza do Portal Sagres como uma ferramenta para facilitar a comunicação entre discentes e docentes do ambiente acadêmico.

5.1.2 Nível de Conhecimento do Portal Sagres e da Ferramenta Unes e o acesso à internet

Segundo o resultado da pesquisa, 62,8% dos entrevistados entre os discentes de Administração na UEFS possuem acesso à internet em casa e a outra parte representando 29,8% utilizam dos dados móveis no celular, mantendo uma conexão constante e possuindo informações instantâneas diariamente, conforme gráfico 6:

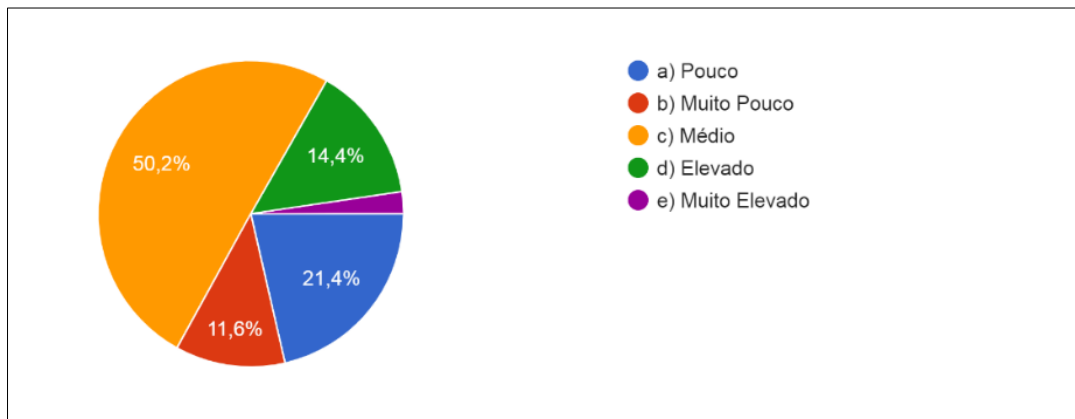
Gráfico 06: Local de utilização da Internet.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Para Canabarro e Ramos (2003), a internet figura como um dos principais destaques das TICs, por possibilitar a cada usuário, entre outras funções, selecionar, receber, tratar e enviar qualquer tipo de informação, através de ambientes propícios. Ela é extremamente importante para a construção do conhecimento dentro da empresa, pois a mesma possibilita que haja disseminação de informações importantes na mesma, que trarão ganhos positivos.

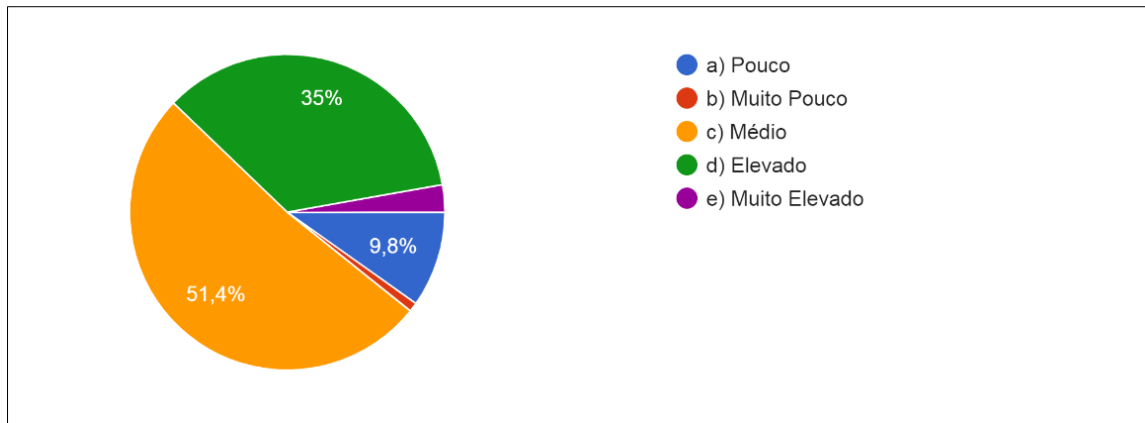
Conforme o gráfico 7 afirma, os discentes ainda possuem um grau médio de conhecimento da ferramenta unes (50,2%), ou seja, a metade da população. A outra metade representando 21,4%, informa pouco conhecimento, 14,4% representa um conhecimento elevado da ferramenta e por último 11,6%, conhecem muito pouco.

Gráfico 07: Nível de conhecimento acerca da ferramenta UNES.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

A última questão deste bloco verifica exatamente qual o nível de conhecimento que os estudantes possuem do Portal Sagres, já que os mesmos recebem seu login de acesso ao se matricularem na Universidade. Conforme gráfico 8, 51,4% informaram possuir médio, 35% elevado e 9,8% da amostra ainda possuem dificuldades no manuseio do mesmo. Levando em conta que se trata de uma amostra diversificada entre semestre, isso justifica a variedade nessas respostas.

Gráfico 08: Nível de conhecimento acerca do Portal Sagres.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

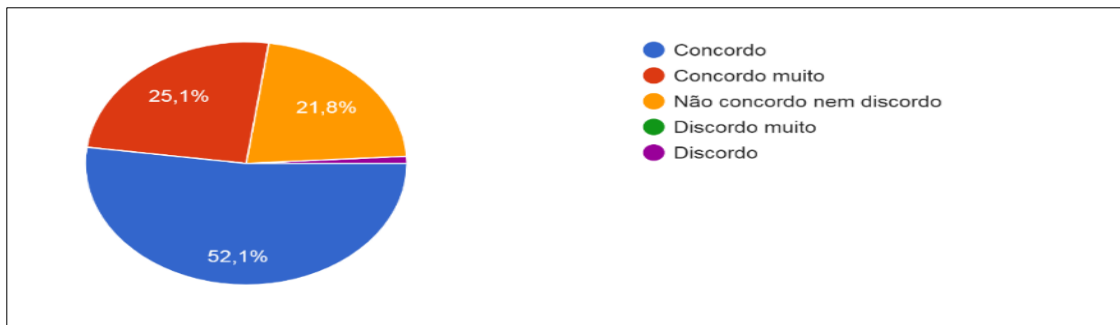
Conforme Reynolds (1999), o portal corporativo é uma evolução do uso das intranets, incorporando, a essa tecnologia, novas ferramentas que possibilitam identificação, captura, armazenamento, recuperação e distribuição de informações. Isso demonstra que eles têm uma capacidade de expansão muito maior quando comparado a um portal Público. Por isso a UEFS aderiu ao Portal Sagres como uma importante ferramenta de conhecimento no ambiente acadêmico.

5.1.3 Análise das variáveis rapidez e praticidade

De acordo com Santos (2011), os últimos anos do século XX foram marcados pela emergência de uma dupla tirania: a tirania do dinheiro e a tirania da informação, intimamente relacionadas. Dessa forma, a informação passa a ser o centro da atenção de quem gerencia a comunicação e conseqüentemente a transitoriedade no ambiente interno e externo à organização.

Por isso a verificação da rapidez, conforme o gráfico 9, 52,1% dos estudantes concordam que a ferramenta Unes facilitou na entrega da informação através de suas notificações. 25,1%, marcaram a opção que concordam muito e 21,5% foram indiferentes a pergunta.

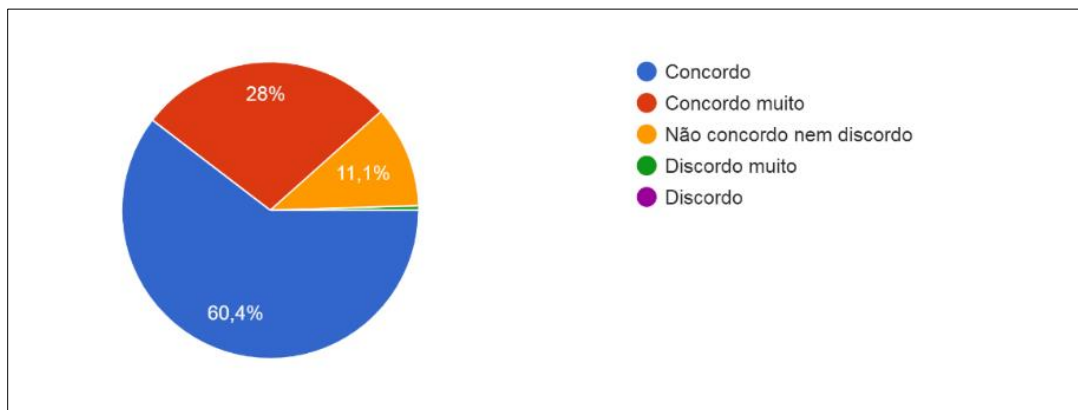
Gráfico 09: A ferramenta Unes facilitou na rapidez na entrega da informação.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Uma das variáveis que foram utilizadas foi a praticidade. Através dela é possível verificar se a ferramenta Unes tem sido utilizada por esse motivo. Conforme o gráfico 10, pode ser visto que a maioria da amostra concorda com isso (60,4%), 28% concorda muito e uma pequena parte foi indiferente (11,1%). Essa questão responde a parte do segundo objetivo dessa pesquisa, que é verificar as principais variáveis da ferramenta Unes.

Gráfico 10: A ferramenta Unes é prática.



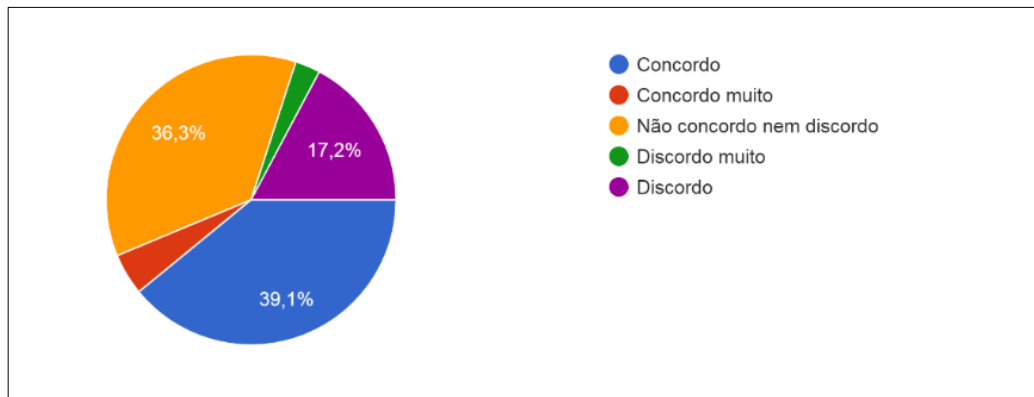
Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Segundo Silva; Silva; Coelho (2016), o conceito de tecnologia da comunicação e informação é uma área que utiliza da computação para produzir, transmitir, armazenar, aderir e usar diversas informações. Por isso, a importância em estudar a praticidade que compõe a tecnologia da comunicação, sendo um agente facilitador no seu manuseio.

Uma das variáveis a ser analisada que a internet trouxe foi a rapidez na entrega da informação. Por isso, nessa questão (gráfico 11) foi verificado qual a

opinião dos discentes em relação a isso. 39,1% concordam com a rapidez do Portal, 36,3% é indiferente e 17,2% discorda dessa alternativa.

Gráfico 11: O Portal Sagres possui rapidez na entrega da informação.

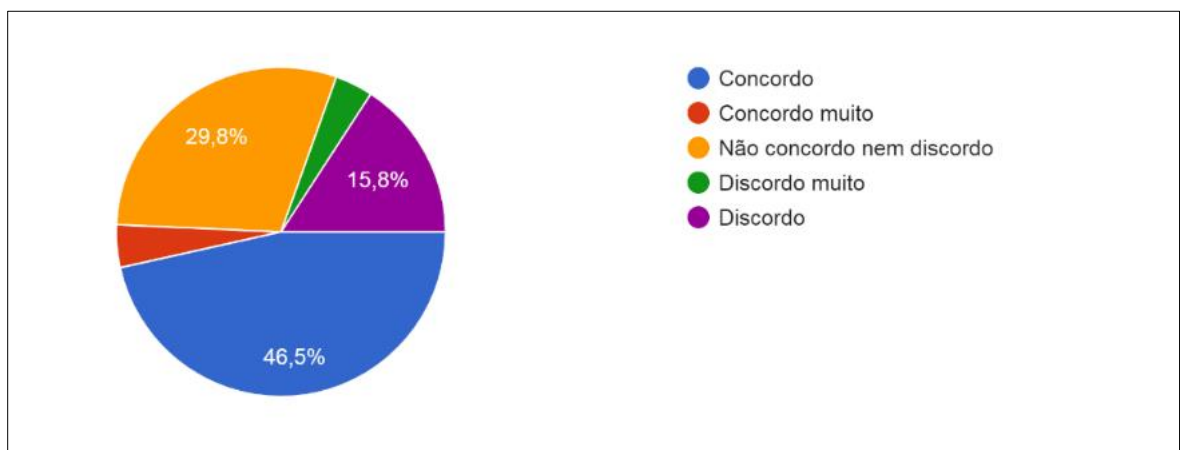


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Segundo dados do Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP (2019), no Brasil, 58,3% foi a porcentagem investida em publicidade no ano de 2018 para alcançar os usuários de TV aberta, 17,1% foram aqueles que utilizavam da internet como meio para informação. Ela tem se tornado um aspecto fundamental para a resposta da demanda.

Cumprindo parte do segundo objetivo dessa pesquisa, a praticidade também foi verificada para o Portal Sagres (gráfico 12) e 48,5% concordam com isso, 29,85% foi indiferente e 15,8% discordou, sendo um ponto a ser pensado em melhorias, pois, como foi escrito anteriormente, a tecnologia precisa ser sempre atualizada.

Gráfico 12: O Portal Sagres é prático.

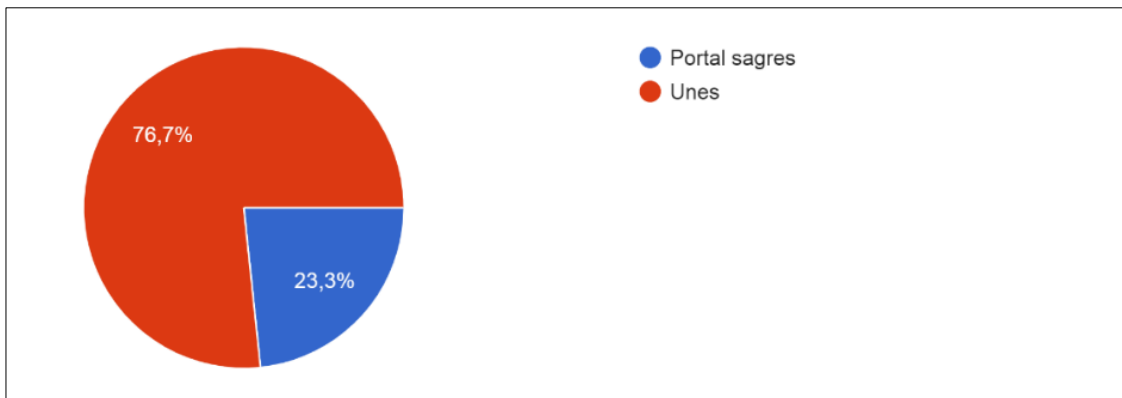


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Para um sistema existir ele precisa de objetivos definidos e a totalidade que influencia todo o processo. Eles atuam como: produtores de informações oportunas e geradores de conhecimento; valores agregados e complementares à modernidade, perenidade, lucratividade e competitividade empresarial (REZENDE; ABREU, p. 32, 2000, apud, SILVA; SANTOS; KONRAD, p. 4, 2016). Por isso, a importância de sempre trazer possíveis melhorias para a organização, pois elas a tornam, competitiva no mercado.

Conforme pode ser verificado no gráfico 13, 76,7% da amostra colocou a ferramenta Unes como mais prática do que o portal Sagres. Isso vem do fato que como a cada dia as tecnologias tem avanços fundamentais para seu desenvolvimento, os aplicativos estão ultrapassando os Portais Corporativos.

Gráfico 13: Qual é mais prático: Ferramenta Unes ou Portal Sagres?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

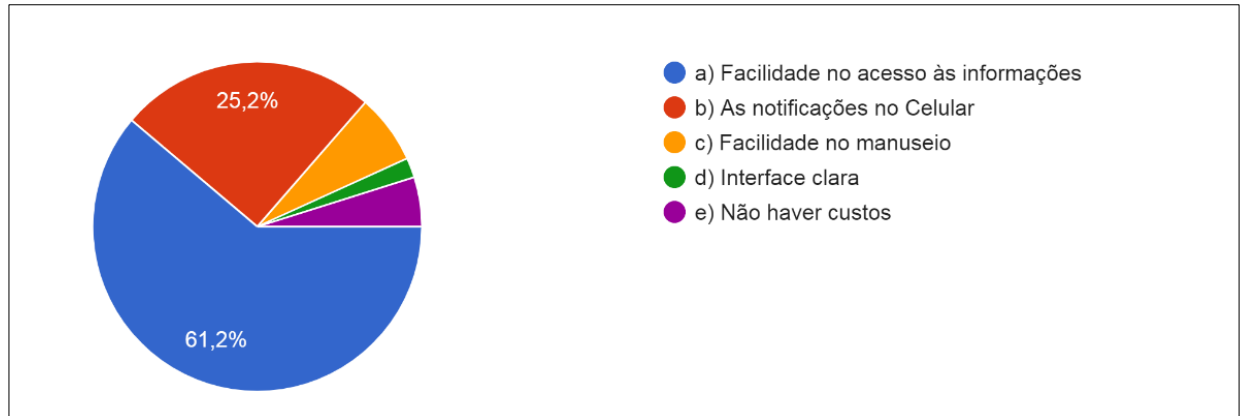
A primeira camada e a mais perto do usuário é a dos aplicativos. Ela é composta pelos aplicativos nativos do sistema operacional Android como cliente de e-mail, programa de SMS, calendário, mapas, navegador etc. A ferramenta Unes basicamente é uma cópia do Portal com alguns acréscimos de funções, como até mesmo informações sobre o restaurante Universitário, e pequenos diferenciais são o que tem sido observados pelos usuários de ambos.

5.1.4 Vantagens e desvantagens da Ferramenta Unes e o Portal sagres

Pode-se observar no gráfico 14 que a maior parte da amostra dos estudantes (61,2%) percebeu que o Unes tem como sua maior vantagem a facilidade no acesso às informações e complementando e justificando, os que escolheram essa alternativa,

os 25,2%, informaram que as notificações no celular foram fundamentais em facilitar os processos de comunicação.

Gráfico 14: Qual a maior vantagem que o aplicativo Unes proporcionou?

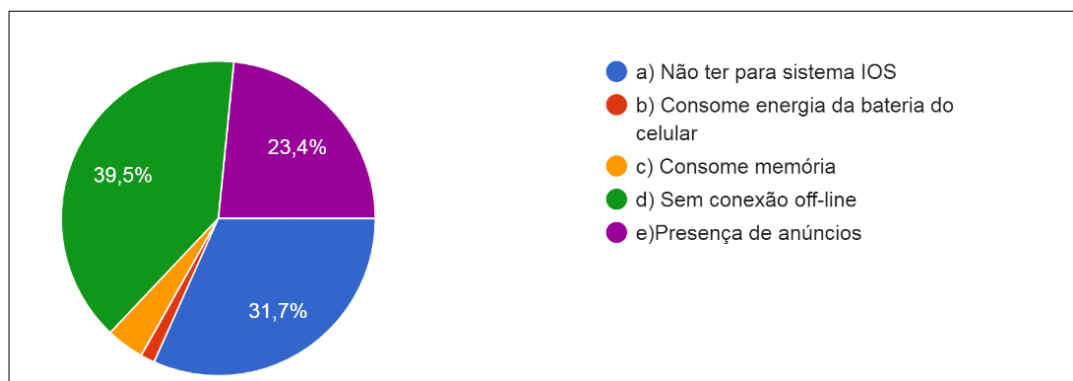


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Os aplicativos através do mobile, disponibilizam pedidos de refeições, chamadas de taxi, verificação de extratos bancários, verificação de e-mails, entre tantas outras funções. De acordo com Lemos (2004) relata os possíveis benefícios trazidos para a área de saúde através dos mesmos, os smartphones tornaram o “controle remoto do cotidiano”, com diversas funcionalidades devido a convergência tecnológica. Por isso muitos classificaram a ferramenta Unes como uma facilitadora de processos.

Como pode se observar no gráfico 15, 31,7% informaram que o fato de não possibilitar o uso da ferramenta Unes nos aparelhos celulares da Apple como uma desvantagem da mesma. 23,4% demonstraram insatisfação com a presença dos anúncios e 39,5% por não possuir conexão offline.

Gráfico 15: Qual a maior desvantagem da ferramenta Unes?

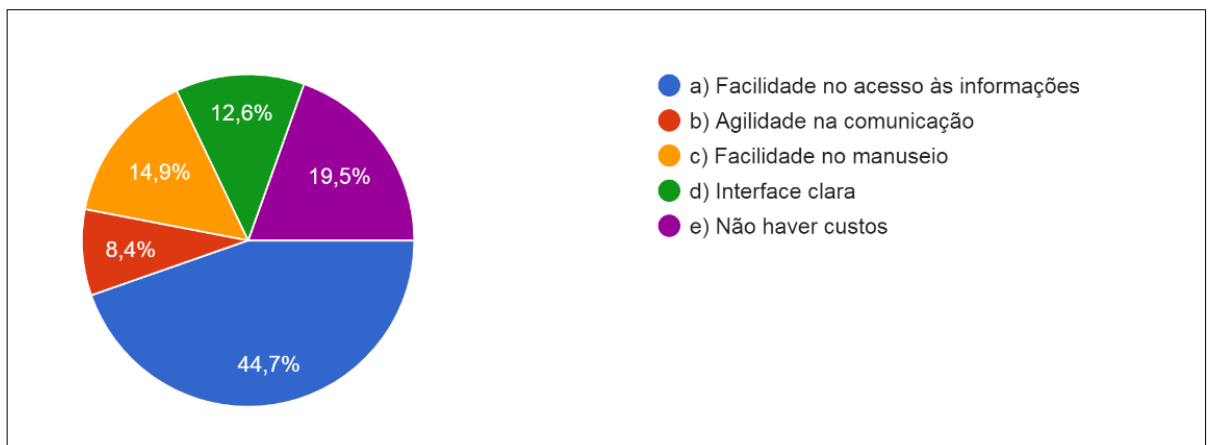


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

A patente para inserção de um aplicativo nessa plataforma no ano de 2020, segundo a Neonexus Tecnologia (2019), é de 99 dólares anuais, transformado em reais, R\$420,05, enquanto o Android, através da Playstore, loja do mesmo, não há custo nenhum, apenas colocam como requisito ter uma assinatura anual. O que impossibilita muitos criadores de apps (aplicativos) inserirem seus produtos na loja IOS, como o caso da ferramenta Unes.

De acordo com os discentes (gráfico 16) a maior vantagem que o Portal Sagres possui é facilidade no acesso às informações, assim como o Unes (44,7%), depois o fato de não haver custos para utiliza-lo (19,5%), 14,9% estabeleceram como vantagem a facilidade no manuseio, 12,6% a interface clara e 8,4% a agilidade na informação.

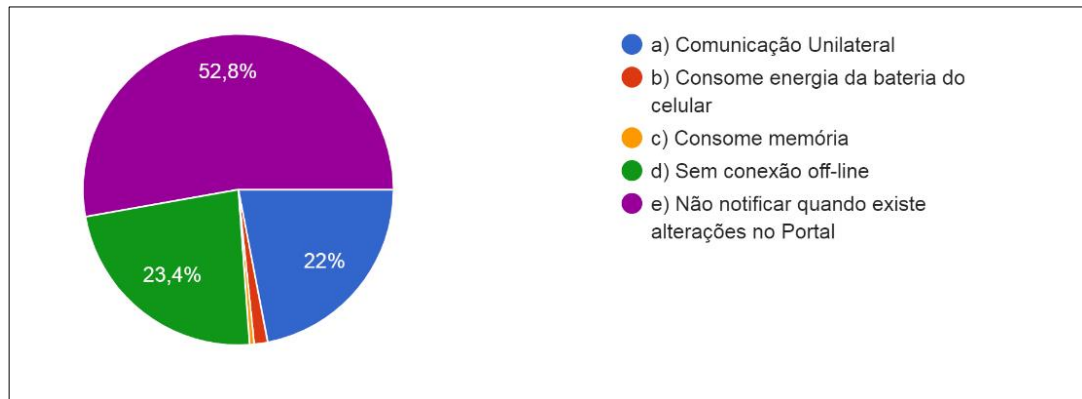
Gráfico 16: Maior vantagem que o Portal Sagres proporciona.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Ainda em sua grande maioria, a facilidade de informação foi o que caracterizou essa amostra. Um portal de informações, segundo Murray (1999), é capaz de organizar grandes acervos de conteúdo a partir dos temas ou assuntos neles contidos, conectando as pessoas às informações, que é exatamente uma das funções exercidas pelo Portal Sagres.

De acordo com o gráfico 17, entre as desvantagens do Portal Sagres está o fato de não notificar quando existem alterações no Portal (52,8%), metade da população concorda com isso, 23,4% caracterizou não haver conexão off-line e 22% pelo fato da comunicação ser unilateral.

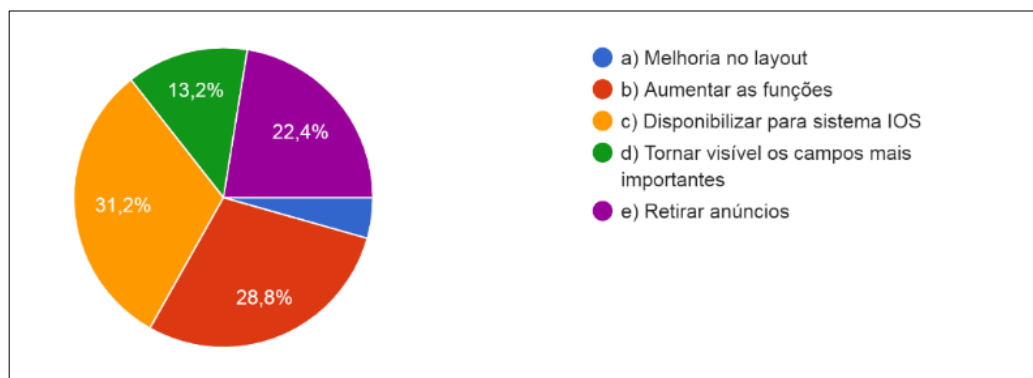
Gráfico 17: Maior desvantagem do Portal Sagres.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Na comunicação vertical, a padronização e integração são chaves para seu bom funcionamento no ambiente acadêmico, profissional. Ela pode ser ascendente quando o receptor transfere uma mensagem ao emissor, reclamações, dúvidas, sugestões ou ainda descendente quando o emissor envia de maneira holística para que o público destinatário tenha acesso as regras, normas, instruções, desempenhos.

5.1.5 Sugestões para a Ferramenta Unes e o Portal Sagres

De acordo com o primeiro gráfico desse bloco (gráfico 18), a amostra foi bem diferenciada nas suas opções para sugestões para a ferramenta Unes. Cumprindo o terceiro objetivo dessa pesquisa, 28,8% da amostra demonstraram interesses no aumento de funções, 31,2% para que fosse disponibilizado para o sistema IOS, 22,4% para que os anúncios fossem retirados e 13,2% para que mudasse sua interface possibilitando visível os campos mais importantes.

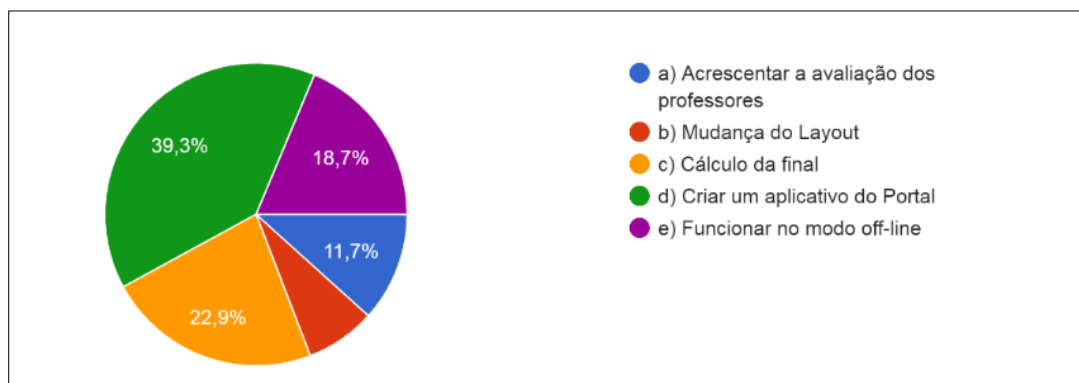
Gráfico 18: Sugestões para a ferramenta Unes.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Uma das formas de melhoria na entrega da informação é através da interface, seja de um aplicativo ou de um portal. Conforme Oliveira e Baranaukas (1999), a interface deve ser entendida como um conjunto de entidades que se comunicam e que podem emitir signos, representando 13,2% que sugeriram uma melhoria na da fermenta Unes.

Respondendo parte do terceiro objetivo dessa pesquisa, essa questão visa verificar sugestões para o Portal Sagres (gráfico 19). 39,3% solicitaram a criação de um aplicativo para o Sagres. Hoje, o Portal possui um QR Code, mas ainda está em fase de adaptação. 22,9% solicitaram o cálculo da final, 18,7% que o Portal não precisasse da internet para se conectar e, por último, 11,7% pediram para acrescentar a avaliação dos professores, tornando um ambiente mais interativo e diferenciado no meio acadêmico.

Gráfico 19: Sugestões para o Portal Sagres.



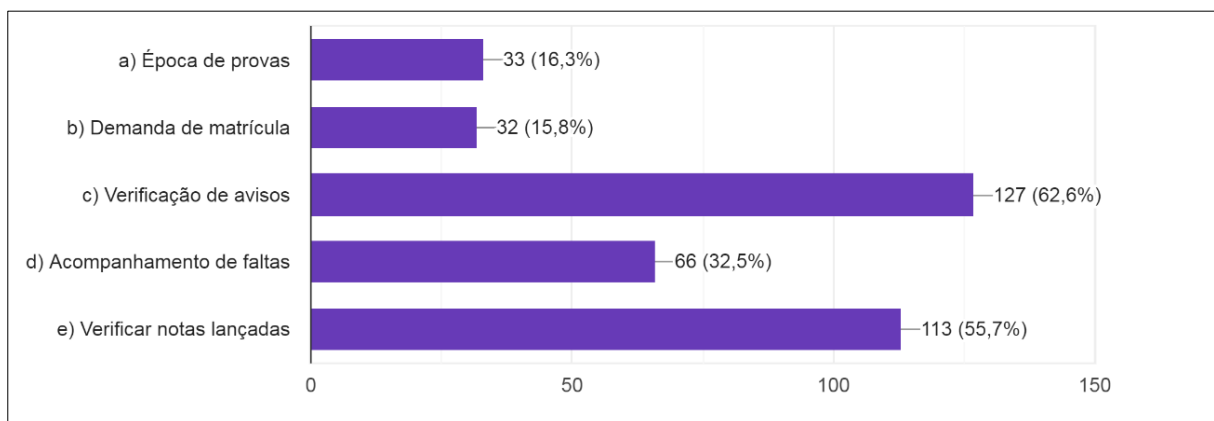
Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Segundo Pereira e Kruglianskas (2005), empresas do mundo inteiro tem inserido nas suas dependências tecnologias para o sucesso do seu negócio. Muitas acreditam em um progresso que possa facilitar todas as suas operações. Por isso, a Universidade Estadual de Feira de Santana utiliza do Portal Sagres como uma ferramenta para facilitar a comunicação entre discentes e docentes do ambiente acadêmico. É importante lembrar que a inserção da tecnologia não impede sua melhoria de acordo com um tempo.

5.1.6 Situações mais utilizadas e funcionalidades da Ferramenta Unes e o Portal Sagres

Conforme o gráfico 20, a opção mais selecionada entre os discentes de administração é verificação de avisos, pois as notificações permitem essa melhor interação para com os mesmos (62,6%), representando a maioria. 55,7%, informaram que o lançamento de notas é o motivo pelo qual eles utilizam a ferramenta, em terceiro lugar o acompanhamento de faltas (32,5%), em quarto em época de provas (16,3%) e, por último, demanda de matrícula (15,8%).

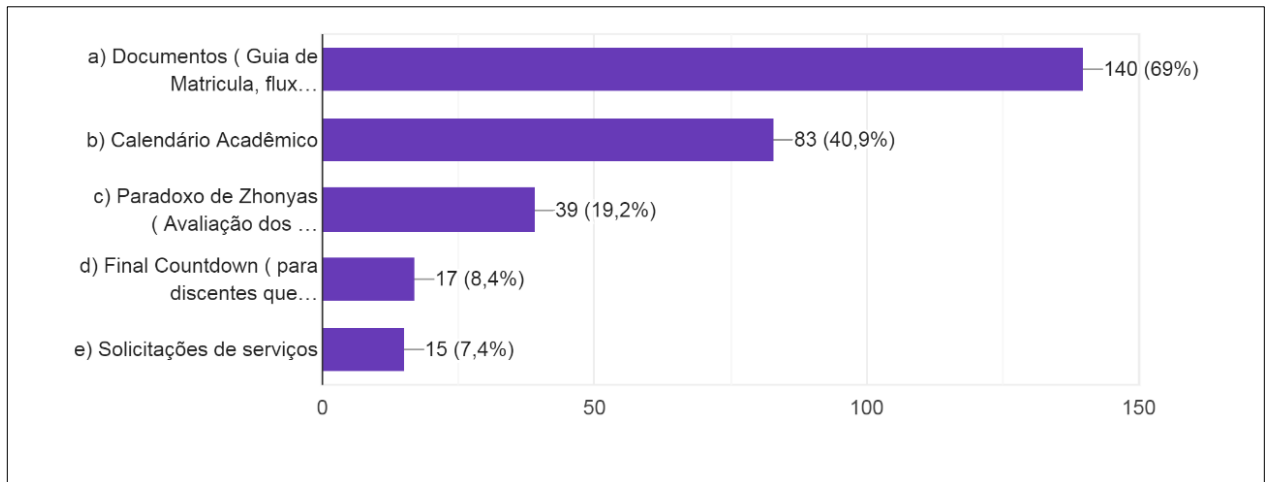
Gráfico 20: Situações em que a ferramenta Unes é utilizada.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Essa questão atende ao primeiro objetivo dessa monografia, que é exatamente verificar a motivação dos estudantes em utilizar a ferramenta Unes. Os aplicativos são ferramentas através do mobile, nele estão dispostos pedidos de refeições, chamadas de taxi, verificação de extratos bancários, verificação de e-mails, entre tantas outras funções. De acordo com Lemos (2004), elas trazem possíveis benefícios para a área de saúde através dos smartphones que tornaram o “controle remoto do cotidiano”, com diversas funcionalidades devido a convergência tecnológica.

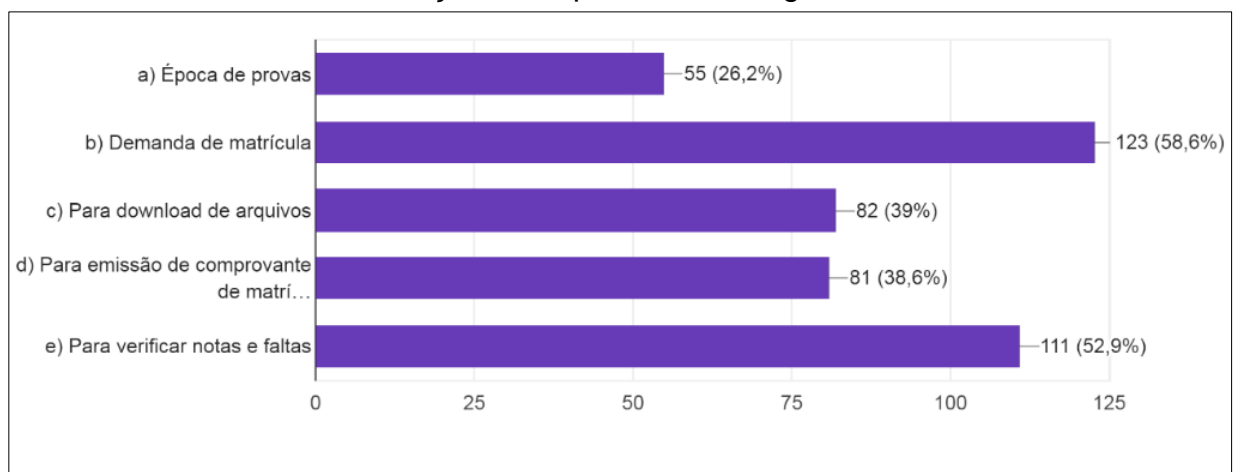
De acordo com o gráfico 21, as funcionalidades mais utilizadas pelos estudantes de Administração são a guia matrícula na aba documentos com 69%, os demais consultam ao calendário acadêmico (40,9%), avaliação dos professores com 19,2%, que foi nomeado como paradoxo de Zhonyas, por conta de um game que torna invisível quem adquire a ampulheta de Zhonyas, ou seja, respeitando a votação do discente, os professores não terão acesso.

Gráfico 21: Funcionalidades que são mais utilizadas na ferramenta Unes.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Final Countdow é o nome dado para aqueles alunos que ficaram em final e estão em contagem regressiva (8,4%) e, por último, a solicitação de serviços que tem uma porcentagem de 7,4%. As funcionalidades cumprem parte do segundo objetivo dessa monografia, que é verifica-las entre os estudantes de Administração.

De acordo com o gráfico 22, as situações que o Portal Sagres é mais utilizado é na demanda de matrícula (58,6%), em segundo para verificação de notas e faltas, o que demonstra um período determinado que é utilizado pelos discente de administração, 39% para download de arquivos, 38,6% para emissão de comprovante de matrícula e por último em época de provas.

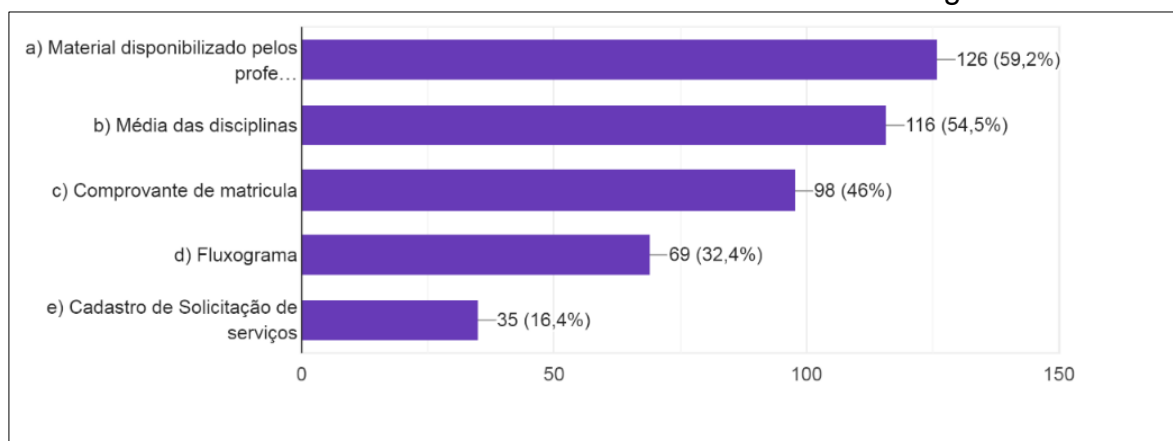
Gráfico 22: Situações em que o Portal Sagres é utilizado.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

O fato de saber disto justifica a questão anterior para sugestões do modo offline, pois isso demonstra que, em determinados períodos, a conexão cai pelo número de acessos. O WI-FI, segundo a Alctel (2020), é uma rede sem fio, que contrária ao modo offline, ela dá ao indivíduo meios para acessar a internet. Possuindo um sistema Android ou IOS se consegue facilmente a conexão com a mesma, porém quando aumenta o número de usuários essa rede sem fio, muitas vezes não consegue manter o Portal Sagres no ar.

Cumprindo parte do segundo objetivo dessa pesquisa, tem-se a verificação das funcionalidades mais utilizadas pelos estudantes de administração (gráfico 23), 59,2%, informaram que é o material disponibilizado pelos professores, 54,5% a média das disciplinas, 48% para acessar o comprovante de matrícula, 32,4% para o fluxograma e por último cadastro de solicitação de serviços.

Gráfico 23: Funcionalidades mais utilizadas no Portal Sagres.



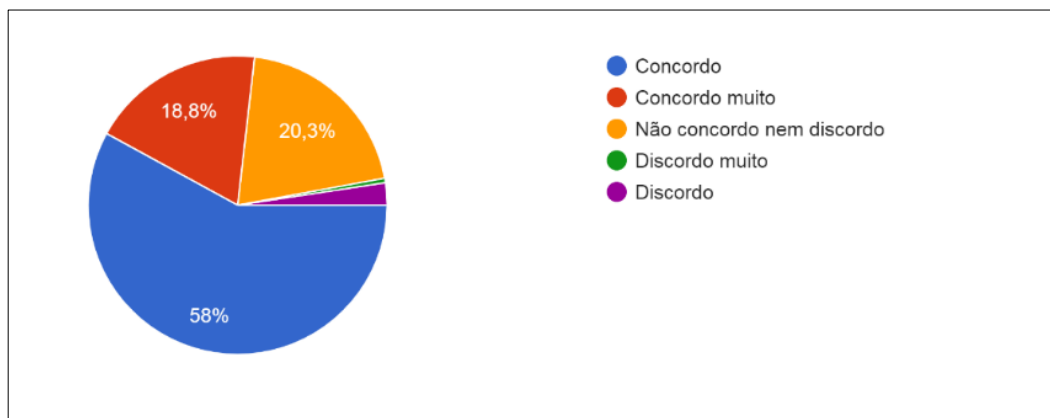
Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Os portais são canais de comunicação não tradicional. Eles podem ser classificados em público ou corporativo e como suporte à decisão e ao processo organizacional. O Portal corporativo tem como fundamento fornecer informações específicas, auxiliando os receptores a encontrar as informações que precisam. Por isso foi realizada essa questão, para demonstrar quais funções tem sido soluções para a demanda (Dias, 2001).

5.1.7 Análise da Problematização do estudo

A primeira questão deste bloco analisa parte da problematização dessa pesquisa, ou seja, se o Unes é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico. O gráfico 24 mostra que 58% da amostra concordaram com isso e 18,8% concordaram muito, 20,3% foram indiferentes. É importante lembrar que o Unes não dá acesso a todos, demonstrando o porquê alguns foram indiferentes.

Gráfico 24: A ferramenta Unes é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico.

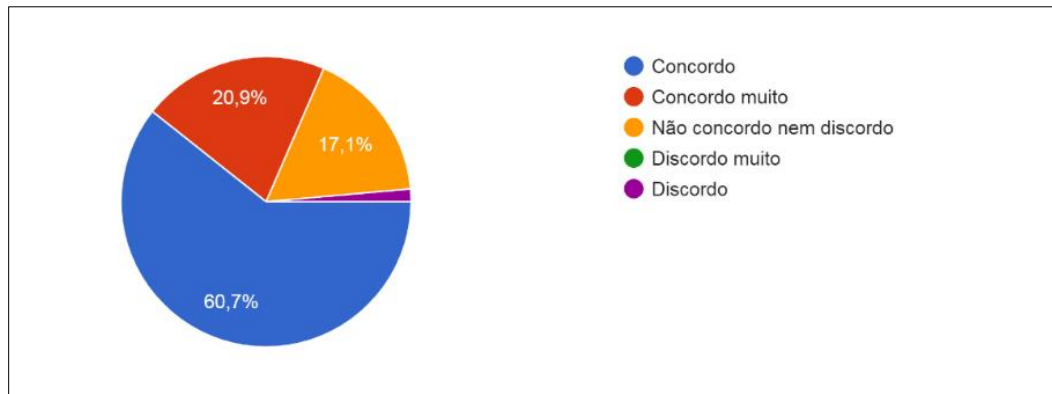


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

As Tecnologias da Informação e Comunicação podem ser definidas como um conjunto de recursos tecnológicos usados para produzir e disseminar informações, dentre os quais estão o telefone (fixo e celular), o fax, a televisão, as redes (a cabo ou fibra óptica), e o computador, sendo que a conexão de dois ou mais computadores cria uma rede, e a principal rede existente atualmente é a Internet (SANCHES, 2003), por isso aplicativos como a ferramenta Unes tem sido tão bem utilizados no ambiente da universidade.

A última questão deste bloco (gráfico 25) verifica parte da problematização dessa pesquisa, que está relacionada ao Portal Sagres ser um importante difusor para desenvolver os processos acadêmicos. 81,6% concordam com isso e 17,1% preferiram não opinar.

Gráfico 25: O Portal Sagres é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico.



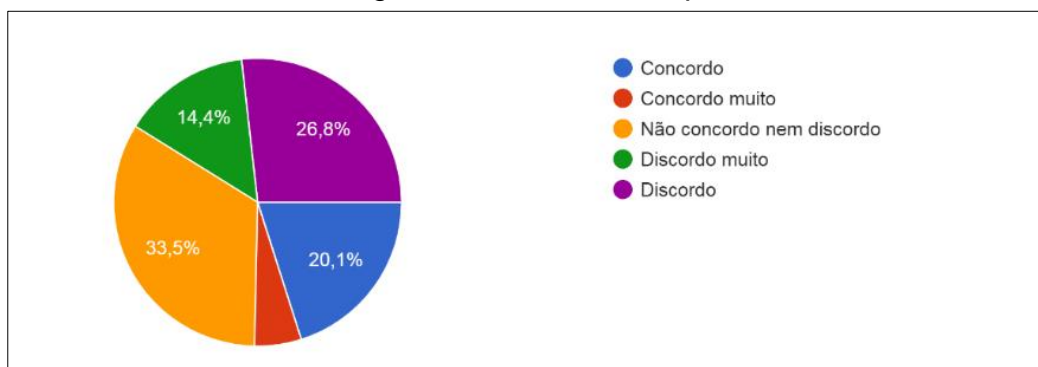
Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Isso demonstra que o Portal Sagres foi uma estratégia bem colocada para uniformizar as informações e melhorar a comunicação entre os discentes e docentes da instituição. A comunicação institucional precisa ser vista como uma ferramenta essencial para atravessar as ações de uma organização e configurar a construção da sua identidade e também cultura. Não existe uma entidade sem uma prática de expansão ou transferência de informações.

5.1.8 Questões comparativas

A primeira questão desse bloco (gráfico 26) colocou em evidência uma diversificação maior, 35,5% foram indiferentes a essa questão, 26,8% discordaram que o portal Sagres é mais veloz do que o Unes, 20,1% concordaram e 14,4%, discordaram muito, demonstrando uma amostra com opiniões totalmente diferentes.

Gráfico 26: O Portal Sagres é mais veloz do que a ferramenta Unes.

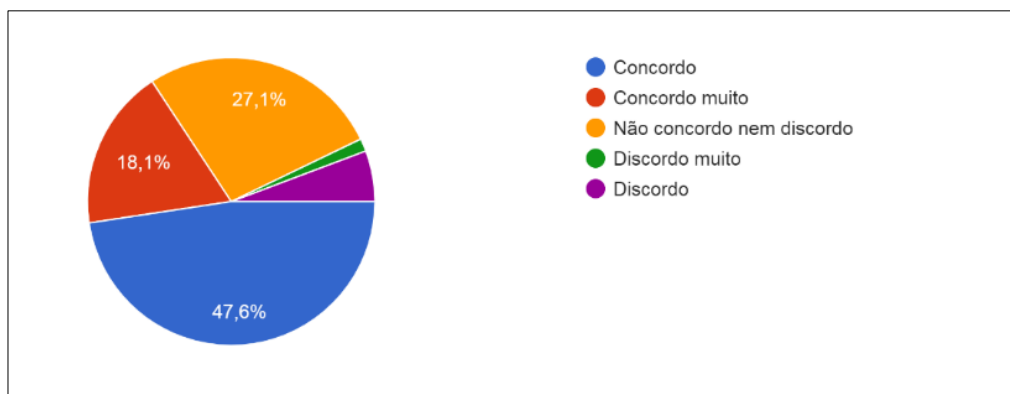


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Velocidade é uma das variáveis importantes para avaliação do Portal Sagres e da ferramenta Unes, porém por serem dependentes da conexão da internet, isso prova a divergência nas respostas. A internet uniformiza, distribui e verticaliza o conhecimento trazendo maior segurança aos navegadores.

Outra variável a ser investigada é facilidade no manuseio. De acordo com o gráfico 27, 65,7% da amostra afirma que a ferramenta Unes é mais fácil de manusear do que o Portal Sagres, isso demonstra que o estudante de Engenharia da Computação identificou o problema e conseguiu criar uma solução que além de responder aos usuários, os satisfaz.

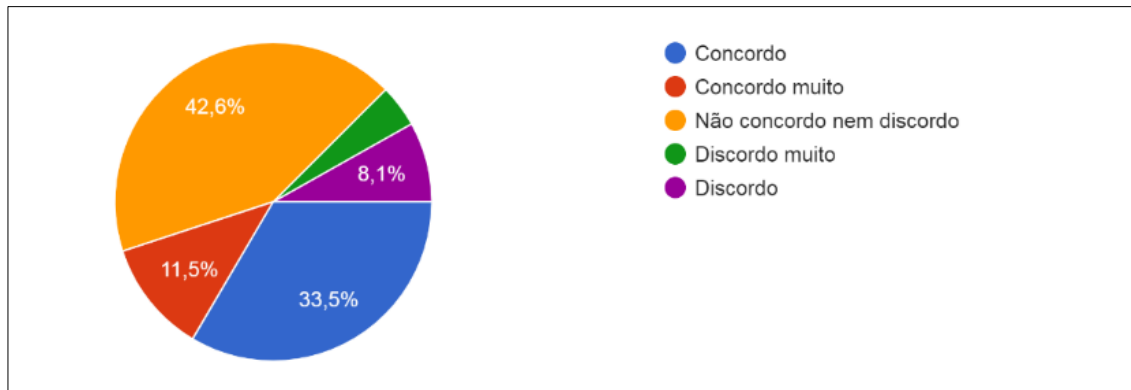
Gráfico 27: A ferramenta Unes é mais fácil de manusear que o Portal Sagres?



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

A outra porcentagem foi indiferente, 27,1%. A quarta escola, a Contingencial, tem como foco as empresas de dentro para fora, ou seja, sua maior preocupação encontra-se no ambiente, tanto na sua estrutura quanto no seu comportamento (Pereira, Rodrigues e Gessi, 2010). E como se sabe, o mesmo oferece oportunidade, mas também ameaças e com isso o estudante e idealizador do Unes conseguiu verificar uma oportunidade diante do cenário de estudantes perdidos nos pátios da universidade.

A terceira questão deste bloco (gráfico 28) verificou qual dos dois trava mais. Segundo a amostra, a maior parte preferiu não votar, 33,5% concordaram que o Portal Sagres trava mais que a ferramenta Unes, 11,5% concordaram muito e 8,1% discordaram. A comunicação unilateral do Portal Sagres mais o número de usuários que o utilizam que hoje são discentes de 28 cursos da UEFS tornam o travamento frequente na universidade.

Gráfico 28: O Portal Sagres trava mais do que a ferramenta Unes.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Segundo The Delphi Group (2001), o portal administra fontes de informações e categorização da informação, aplicações e conteúdo, para aumentar e melhorar os processos de trabalho. Os componentes básicos para o desenvolvimento de um portal são: integração, categorização, mecanismos de busca (pesquisa), publicação e distribuição, processos, colaboração, personalização e ciclo de aprendizagem. O último componente nem sempre tem sido utilizado nas organizações, sendo que é necessário para retroalimentar o sistema.

Como resultado final, apresentam-se as tabelas a seguir que resumem esse questionário de forma eficiente.

Tabela 4: Bloco de perguntas dicotômicas.

Qual seu sexo?	
Feminino	Masculino
60%	40%
Comparando-se a ferramenta Unes com o portal Sagres qual você acha mais prático?	
Sagres	Unes
76,7%	23,3%

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Tabela 5: Bloco de perguntas múltipla escolha.

Assinale o intervalo em que se encontra sua idade?				
16-21	22-27	28-33	34-39	A partir de 40
27,6%	55,6%	10,3%	3,3%	3,3%
Em qual semestre você se encontra?				
1 ou 2	3 ou 4	5 ou 6	7 ou 8	9 ou 10
5,6%	16,3%	21,4%	28,8%	27,9%
Em que ano você ingressou?				
1980-1990	1990-2000	2000-2010	2010-2020	
-	0,5%	1,9%	97,7%	
Em que local você mais utiliza a internet? Assinale a alternativa correta.				
Wi Fi disponibilizado pela Universidade	Dados móveis do celular	Wi Fi Em casa	Wi Fi no trabalho	Não tenho acesso
4,2%	29,8%	62,8%	3,3%	-
Qual a maior vantagem que o Aplicativo Unes proporcionou?				
Facilidade no acesso às informações	As notificações no Celular	Facilidade no manuseio	Interface clara	Não haver custos
61,2%	25,2%	6,8%	1,9%	4,9%
Qual a maior desvantagem da Ferramenta Unes?				
Não ter para sistema IOS	Consome energia da bateria do celular	Consome memória	Sem conexão off-line	Presença de anúncios
31,7%	1,5%	3,9%	39,5%	23,4%
Você tem sugestões para a ferramenta Unes?				
Melhoria no layout	Aumentar as funções	Disponibilizar para sistema IOS	Tornar visível os campos mais importantes	Retirar anúncios
4,4%	28,8%	31,2%	13,2%	22,4%
Quais as situações em que você mais utiliza a ferramenta Unes?				
Época de provas	Demanda de matrícula	Verificação de avisos	Acompanhamento de faltas	Verificar notas lançadas
16,3%	15,8%	62,6%	32,5%	55,7%
Quais a (as) funcionalidades que mais utiliza ?				
Documentos	Calendário Acadêmico	Paradoxo de Zhonyas	Final Countdown	Solicitações de serviços

69%	40,9%	19,2%	8,4%	7,4%
Qual a maior vantagem que o Portal Sagres proporciona?				
Facilidade no acesso às informações	Agilidade na comunicação	Facilidade no manuseio	Interface clara	Não haver custos
44,7%	8,4%	14,9%	12,6%	19,5%
Qual a maior desvantagem do Portal Sagres?				
Comunicação Unilateral	Consome energia da bateria do celular	Consome memória	Sem conexão off-line	Não notificar quando existe alterações no Portal
22%	1,4%	0,5%	23,4%	52,8%
Você tem sugestões para o Portal Sagres?				
Acrescentar a avaliação dos professores	Mudança do Layout	Cálculo da final	Criar um aplicativo do Portal	Funcionar no modo off-line
11,7%	7,5%	22,9%	39,3%	18,7%
Quais a (as) situações em que você mais utiliza o Portal Sagres?				
Época de provas	Demanda de matrícula	Para download de arquivos	Para emissão de comprovante de matrícula	Para verificar notas e faltas
26,2%	58,6%	39%	38,6%	52,9%
Quais a (as) funcionalidades que mais utiliza?				
Material disponibilizado pelos professores	Média das disciplinas	Comprovante de matrícula	Fluxograma	Cadastro de Solicitação de serviços
59,2%	54,5%	46%	32,4%	16,4%

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Tabela 6: Bloco de perguntas Escala Likert.

Qual nível de conhecimento você tem da ferramenta Unes?				
Pouco	Muito Pouco	Médio	Elevado	Muito Elevado
21,4%	11,6%	50,2%	14,4%	2,3%
Qual nível de conhecimento você tem da ferramenta Unes?				
9,8%	0,9%	51,4%	35%	2,8%
Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes facilitou na rapidez na entrega da informação? Assinale a alternativa correta.				
Concordo	Concordo muito	Não concordo nem discordo	Discordo muito	Discordo
52,1%	25,1%	21,8%	-	0,9%
Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é prática. Assinale a alternativa correta.				
60,4%	28%	11,1%	0,5%	-
Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico. Assinale a alternativa correta.				
58%	18,8%	20,3%	0,5%	2,4%
Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres possui rapidez na entrega da informação. Assinale a alternativa correta.				
39,1%	4,7%	36,3%	2,8%	17,2%
Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres é prático. Assinale a alternativa correta.				
46,5%	4,2%	29,8%	3,7%	15,8%
Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres é mais veloz do que a ferramenta unes. Assinale a alternativa correta.				
20,1%	5,3%	33,5%	14,4%	26,8%
Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é mais fácil de manusear do que o Portal sagres. Assinale a alternativa correta.				
47,6%	18,1%	27,1%	1,4%	5,7%
Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres trava mais do que a ferramenta Unes. Assinale a alternativa correta.				
33,5%	11,5%	42,6%	4,3%	8,1%
Você concorda com a afirmativa: O Portal Sagres é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico. Assinale a alternativa correta.				
60,7%	20,9%	17,1%	-	1,4%

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

CONCLUSÕES

Para as conclusões deste estudo serão apresentadas as contribuições que foram utilizadas, tanto teóricas quanto metodológicas, demonstrando os caminhos percorridos pela pesquisa com suas partes e justificando a escolha do tema.

A contribuição teórica que foi estabelecida está no fato de que as tecnologias têm se aprimorado e o público alvo tem demandado respectivas melhorias, por isso, embora a universidade Estadual de Feira de Santana possua o Portal Sagres como seu canal de comunicação, os estudantes sentiram necessidades de uma ferramenta que facilitasse ainda mais a mesma.

A presente monografia foi desenvolvida no intuito de verificar se o Portal oficial Sagres e a ferramenta Unes tem sido tecnologias fundamentais para o processo acadêmico entre os discentes do curso Administração na Universidade Estadual de Feira de Santana.

Desta forma, uma pesquisa bibliográfica foi desenvolvida inicialmente, possibilitando a construção do embasamento teórico dessa pesquisa. Na fundamentação teórica, que se encontra no capítulo dois, foram abordados os fundamentos da tecnologia e como se deu sua inserção no meio estratégico da organização, seu uso e sua utilização como meio de comunicação e informação na empresa.

Através dela surgem importantes mecanismos, que são os portais corporativos que podem ser unilaterais ou bilaterais e possuem importantes canais de comunicação em uma instituição. Além de também proporcionar ferramentas como aplicativos que facilitam as informações quando os usuários acessam.

Nesse sentido, para saber se o Portal oficial Sagres e a ferramenta Unes tem sido tecnologias fundamentais para o processo acadêmico entre os discentes do curso Administração na UEFS, foi realizada uma pesquisa de campo através das técnicas explanadas na metodologia desse trabalho, presentes no capítulo 4, que evidenciou o método monográfico, informou os procedimentos que seriam utilizados, classificou a pesquisa como exploratória e quantitativa e demonstrou as técnicas de pesquisa utilizadas.

Os objetos de estudos estudados foram evidenciados no capítulo 4 do estudo de caso, que descreveu de forma resumida as possíveis funcionalidades e criação do Portal Sagres e da ferramenta Unes. Os resultados obtidos com os questionários

estão no capítulo cinco, onde se destacaram as respostas dos discentes em relação aos objetos de estudo.

Foi possível perceber que o Portal Sagres e a ferramenta Unes são importantes canais de comunicação dentro da UEFS e que, através deles, a comunicação e disseminação entre os discentes e docentes melhoraram de forma significativa. A pesquisa responde, assim, o problema proposto nessa monografia. O acesso à internet e, como consequência, uma facilidade no conhecimento possibilitou rapidez e praticidade nas atividades demandadas.

O Portal Sagres e a ferramenta Unes são sim importantes para o desenvolvimento dos processos acadêmicos, sendo o Unes uma ferramenta complementar para o Portal Oficial. Como sugestões desse trabalho indica-se para a ferramenta Unes:

- Disponibilização na loja de aplicativos para o sistema IOS;
- Aumento das funcionalidades;
- Retirada de anúncios;
- Melhoria nos campos mais importantes.

Para o Portal Sagres:

- Criação de um aplicativo do portal;
- Disponibilização do cálculo da final;
- Funcionamento no modo offline;
- Acréscimo de avaliação dos professores;

Conclui-se, portanto, que os objetivos alcançados e a expectativa de aprofundar cada vez mais esse estudo, sugerindo que os demais cursos da UEFS também tenham acesso para que seja verificado a importância e necessidade que é estudar fenômenos que fazem parte do cotidiano de alunos e professores e que podem ser fundamentais para crescimento e aperfeiçoamento dos sistemas que compõe a universidade.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRADORES.COM. **Saiba como uma internet ou extranet pode melhorar a comunicação da empresa.** Administradores.com. 2015. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/saiba-como-uma-intranet-ou-extranet-pode-melhorar-a-comunicacao-de-sua-empresa>. Acesso em: 18 fev. 2020.

ALCTEL. **Infraestrutura Wi-Fi.** Disponível em: <https://www.alctel.com.br/infraestrutura-wi-fi/>. Acesso em: 03 mar. 2020.

ALFAYA, Vieira Taiz. **Teorias Gerais da Administração.** Faculdade de Tecnologia e Ciências – Ensino à distância. Instituto Mantenedor de Ensino Superior Metropolitano. 2008. Disponível em: http://www.famescbji.edu.br/famescbji/biblioteca/livros_adm/TGA.pdf. Acesso em: 23 jul. 2019.

ALMEIDA, Maurício Barcellos. Uma introdução ao XML, sua utilização na Internet e alguns conceitos complementares. **Ci. Inf. [online]**. 2002, vol.31, n.2, pp.5-13. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0100-19652002000200001&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 25 nov. 19.

ALVES, D. M.; COSTA, M.; FURTADO, M. R. S.; MORAVIA, R.V. Computação em nuvem: um estudo sobre seus conceitos, tecnologias e aplicações. **Revista Pensar**, v. 2, n. 2, 2013. Disponível em: http://revistapensar.com.br/tecnologia/pasta_upload/artigos/a57.pdf. Acesso em: 17 out. 19.

ANDRADE, A. Pensamento Sistêmico: Um Roteiro Básico para Perceber as Estruturas da Realidade Organizacional. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, nº 4. 04/97, 1997. Disponível em: <http://www.cesup.ufrgs.br/TPGA/read/read05/artigo/andrade.htm>. Acesso em: 28 ago 2019.

ARAUJO, C. A. A. Problematizando o conceito de meio de comunicação. **E-COM** (Belo Horizonte), v. 1, p. 16-44, 2007. Disponível em: <https://unibh.emnuvens.com.br/ecom/article/download/486/275>. Acesso em: 04 mar. 20.

ARAÚJO, W.J e VIEIRA, R.M. Assinatura de documentos eletrônicos utilizando certificados digitais. **Biblionline**, João Pessoa, v. 8, n. esp., p. 290-302, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/14204>. Acesso em: 07 nov. 19.

ARROYO, G; MARQUES, J.C. Contribuição Funcionalista Ao Estudo Midiático: As Mensagens Na Camisa Do Corinthians. **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM.** 2013. Disponível em: <https://cev.org.br/arquivo/biblioteca/4036094.pdf>. Acesso em: 21 dez. 19.

BAFINI, J. **Tipos de Comunicação.** 2014. Disponível em: <https://www.trabalhosgratuitos.com/Humanas/Marketing/Tiposdecomunica%C3%A7%C3%A3o-283246.html>, Acesso em: 28/08/2019.

BALDAM, R. **Que ferramenta devo usar? Ferramentas tecnológicas aplicáveis a: gestão de empresas, racionalização do trabalho, gerenciamento do conhecimento.** Rio de Janeiro: Qualymark, 2004.

BALESTRIN, A. Uma análise da contribuição de Herbert Simon para as teorias organizacionais. **REAd**, v. 8 n. 4, jul-ago, 2002. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/44111>. Acesso em: 17 jul. 19.

BARBOSA JÚNIOR, A. R.; GONÇALVES, C. A. Fatores Determinantes da Inovação Disruptiva. **Revista Ciências Administrativas**, v. 24, n. 1, p. 1-13, 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/49310/fatores-determinantes-da-inovacao-disruptiva>. Acesso em: 29 nov. 19.

BARRA, D. C. C.; PAIM, S. M. S.; SASSO, G. T. M. D.; COLLA, G. W. Métodos para desarrollo de aplicaciones móviles em salud: Revision de la literatura. **Texto contexto - enferm.** v. 26, n. 4, Florianópolis, 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-07072017000400502&lng=en&nrm=iso&tlng=es. Acesso em: 24 fev. 2020.

BATTISTI, J. **Portais corporativos - você ainda vai ter um.** 2003. Disponível em: <https://www.juliobattisti.com.br/artigos/ti/portais.asp>. Acesso em: 06 fev. 2020.

BEAL, Adriana. **O sistema de informação como estratégia empresarial.** São Paulo: Atlas, 2001.

BLATTMANN, U.; SILVA, F.C.C. Colaboração e interação na web 2.0 e biblioteca 2.0. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v.12, n.2, p. 191-215, jul./dez., 2007. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/530>. Acesso em: 14 dez. 19.

BLIKSTEIN, I. **Kaspar Hauser ou A Fabricação da Realidade.** 5ª Edição. São Paulo: Editora Cultrix LTSA. 1984.

BURGELMAN, R.; CHRISTENSEN, C.; WHEELWRIGHT, S. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: Conceitos e soluções.** Ed. AMGH. São Paulo, 2012.

BUYSSSENS, E. **Semiologia e Comunicação Linguística.** 3ª Edição. São Paulo: Editora Cultrix LTDA. 1967.

CAIÇARA JUNIOR, C. C. **Sistemas Integrados de Gestão ERP.** 3. Ed. Curitiba: IBPEX, 2008.

CANDIDO, S. F., BRAMBILLA, F.R., & GUSATTI, C. E. Desafios da comunicação institucional e do posicionamento no mercado do tabaco perante as restrições ao setor. **Revista Capital Científico**, v.14, n. 3, p. 6, jul./set., 2016. Disponível em: <https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/4025>. Acesso em: 24 ago. 19.

CAROS OUVINTES. **A Comunicação Tradicional.** 2018. Disponível em: <http://www2.carosouvintes.org.br/a-comunicacao-tradicional>. Acesso em: 26 ago. 2019.

CARRASCO, Maria Angélica Puntel. Influência das Escolas de Administração Científica e Clássica na Produção Científica da Enfermagem Brasileira. **Rev. esc.**

enferm. USP [online]. v. 27, n.1, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0080-6234199302700100049>. Acesso em: 17 out. 19.

CARVALHO, M.F.C; MATEUS, C.A. Fake News e desinformação no meio digital: análise na produção científica sobre o tema na área de ciência da informação.

Ciências da Informação, v. 8, n. 2, Belo Horizonte. 2018. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/3760>. Acesso em: 24 nov. 19.

CASARIL, M. **Mural de avisos: Melhore a comunicação dentro de sua empresa**. 2019. Movidesk Blog. Disponível em: <https://conteudo.movidesk.com/importancia-do-mural-de-avisos/>. Acesso em: 28 ago. 19.

CASTILHO, L. B. O uso da tecnologia da informação e comunicação (TIC) no processo de ensino e aprendizagem em cursos superiores. **Projetos e Dissertações em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento**, v. 4, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/sigc/article/view/3284/1896>. Acesso em: 23 dez. 19.

CHOO, Chun Wei; DETLOR, Brian; TURNBULL, Don. **Web Work: information seeking and knowledge work on the World Wide Web**. Boston: Kluwer Academic Publishers, 2000.

CHRISTENSEN, C.M.; KAUFMAN, S.P; SHIH, W. **Innovation Killers: How Financial Tools Destroy Your Capacity to Do New Things**. Harvard Business Review Press: Cambridge, 2008.

CORRÊA, F. S. **Um estudo qualitativo sobre as representações utilizadas por professores e alunos para significar o uso da internet**. 2013. 172 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Faculdade de Filosofia, ciências e Letras de Ribeirão Preto. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2013.

CORREIA, M.B.; SOUZA, R.M.D. A ONDA: Aplicação das principais teorias de comunicação do período entre guerras. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Vila Velha, maio de 2014. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0306-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 19.

COSTA, Luciana Ferreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. A Usabilidade nos Estudos de Uso da Informação: em cena, usuários e sistemas interativos de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S.l.], v. 15, n. 1, p. 92-117, mar. 2010. ISSN 19815344. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/887>. Acesso em: 07 fev. 20.

DALMOLIN, A.; OLIVEIRA, E. T.; ZUCCO, T. S.; CANOPF, L.; LORA, N. C. A. Teoria clássica da administração e sua utilização na administração moderna. **Synergismuss cyentifica UTFPR**, v. 2, 2007. Disponível em: <http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/SysScy/article/view/103/3>. Acesso em: 15 set. 19.

DELALANA, J. **5 principais motivos para o seu site ter um FAQ e como criar o seu do zero em 6 passos**. 2018. Disponível em:

<http://automacaodevendas.com/principais-motivos-para-o-seu-site-ter-um-faq-e-como-criar-o-seu-do-zero-em-passos/>. Acesso em: 05 mar. 20.

Descartes, **Discurso do Método e as Paixões da Alma**. Lisboa, Sá da Costa, 1984.

DIANA, D. **Como fazer um relatório**. Toda Matéria. 2014. Disponível em:

<https://www.todamateria.com.br/como-fazer-um-relatorio/>. Acesso em: 27 ago. 19.

DIAS, A. C. Porta Corporativo: Conceitos e características. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 50-60, jan./abr. 2001. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a07v30n1.pdf>. Acesso em: 25 out. 19.

DIAS, Simone Lopes. **A disseminação da informação mediada por novas tecnologias e a educação do usuário na biblioteca universitária**. 2005. 139f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Faculdade de Filosofia e Ciências – UNESP, Marília, 2005.

DOCUSIGN. **6 ferramentas tecnológicas que toda empresa precisa conhecer**.

2018. Disponível em: <https://www.docusign.com.br/blog/6-ferramentas-tecnologicas-que-toda-empresa-precisa-conhecer/>. Acesso em; 25 dez. 2019.

DUHON, B. ECM Definitions. **AIIM E - Doc Magazine**. ABI/INFORM, Global. 2006.

ECOMMERCE BRASIL. **Principais fatores de sucesso para o varejo online**.

2013. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/principais-fatores-de-sucesso-para-o-varejo-online/>. Acesso em: 04 mar. 2020.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FERNANDES, G.R.; JUNIOR, J.G.S; TRINDADE, J.G.M; MORAVIA, R.V. CRM – Uma ferramenta fundamental para a captação e manutenção de clientes. **Revista Pensar Tecnologia**, v.4, n.2, jul. 2015. Disponível em:

http://revistapensar.com.br/tecnologia/pasta_upload/artigos/a121.pdf. Acesso em: 15 nov. 19.

FIGUEIREDO, E. H. L. **Crítica à Teoria Sistêmica da Sociedade**. **Revista da Faculdade de Direito**. Universidade Federal do Paraná, v. 40, p. 137-147, 2004.

Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/direito/article/view/1739>. Acesso em: 15 set. 19.

FUKS, H; RAPOSO, A.B.; GEROSA, M.A.; LUCENA, C.J.P. O modelo de colaboração 3c e a engenharia de groupware. **Informática na Educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v.7, n.1, jan./jun. 2004. Disponível em:

FURUTANI, K. **Armazenamento na Nuvem: o que é, como funciona e quais são as melhores ferramentas**. 2017. Disponível em:

<https://www.meupositivo.com.br/doseujeito/tecnologia/armazenamento-na-nuvem-o-que-e-como-funciona-e-quais-sao-as-melhores-ferramentas/>. Acesso em: 04 mar. 2020.

FUSFELD, A. R. **Technological Forecasting Bibliography 1: An Annotated Listing of Associated TF References**. Scholar Select. Palala Press. 2018.

GIDDENS A. La società europea negli anni ottanta; divisioni di classe conflitto di classe e diritti cittadinanza, in Pasquino G. (a cargo de), **Le società complesse**, 11 Mulino, Bolonha, pp. 153-199.1983.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas,2002.

GOULART, G. M.; BARROS, B.M. C. Os meios de comunicação impactados pelas tecnologias informacionais: o pluralismo e adversidade a partir das novas possibilidades democráticas virtuais. **Anais do 3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede**, 2015. Disponível em: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/os-meios-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-impactados-pelas-tecnologias-informacionais-o-pluralismo-e>. Acesso em: 24 jan. 20.

GREGOLIN, M.R.V. **A análise do discurso: conceitos e aplicações**. Atlas. São Paulo, 39:13-21.1995.

GUEDES, T. A.; ACORSI, C.R.L.; MARTINS, A.B.T.; JANEIRO,V. Estatística descritiva. **Projeto de ensino aprender fazendo estatística [Internet]**. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, Departamento de Estatística; 2010. Disponível: http://www.des.uem.br/projetos/Estatistica_Descritiva.pdf. Acesso em: 2 mar. 20.

HAYES, John. **The theory and practice of change management**. New York: Palgrave, 2002.

HESKETH, José Luiz; COSTA, Maria T. P. M. Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 20, n. 3, 1980. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901980000300005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 17 jul. 19.

<http://ftp.inf.puc-rio.br> > pub > docs > techreports > 02_17_fuks. Acesso em: 04 mar. 20.

HUMMINGBIRD. **Enterprise information portal market: meet the needs of technology and Business**. 2000. Disponível em: <http://www.hummingbird.com/collateral/eipmeetingneedswhitepaperEN.pdf>. Acesso em: 23 de jan. 20.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. 2020. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 03 mar. 20.

IIMA. Instituto Information Management. **Manual do Curso ECM Practitioner**. Módulo presencial. INFOIMAGEM, São Paulo, 2009.

KEEN, P. G. W. **Guia gerencial para a tecnologia da informação: conceitos essenciais e terminologia para empresas e gerentes**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

- KIM, Linsu. Crisis construction and organizational learning: capability building in catching-up at Hyundai Motor. **Organization Science**, v. 9, n. 4, 1998. Disponível em: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/orsc.9.4.506>. Acesso em: 31 jan. 20.
- KIRNER, C.; KIRNER, T.G. Realidade virtual e realidade aumentada potencializando as ações do usuário no mundo real. **Dialogo**. Canoas, n.14, p.19-22, jan-jun, 2009. Disponível em: https://biblioteca.unilasalle.edu.br/docs_online/artigos/dialogo/2009_n14/ckirner.pdf. Acesso em: 04 mar. 20.
- KO, Dong-Gil. Consultant competence trust doesn't pay off, but benevolent trust does! Managing knowledge with care. **Journal of Knowledge Management**, vol. 14, nº 2, pp. 202- 213, 2010. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13673271011032355/full/html>. Acesso em: 20 fev. 20.
- KOULOPOULOS, T.; REYNOLDS, H. Enterprise knowledge has a face. *Intelligent Enterprise*, v. 2, n. 5, p. 29-34, Mar. 1999. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000151&pid=S0100-1965200400020001500028&lng=pt. Acesso em. 14 dez. 19.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.
- LAPA, J. E. P.; RODRIGUEZ, T. D. M. Modelo de arquitetura de portal corporativo com ênfase à gestão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 45, n. 1, p.88-110, jan./abr. 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1899>. Acesso em: 14 ago. 19.
- LAS CASAS, A.L.; GUEVARA, A.J.H. **Pesquisa de Marketing**. Atlas, 2010.
- LEMO, A.; LEVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo. Ed. Paulus. 2010.
- LEMO, André. Cibercultura, cultura e identidade: m direção a uma “Cultura Copyleft”? **Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 2, n. 2, p.9-22, dez. 2004. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3416/2486>. Acesso em: 8 ago. 2019.
- LIMA, T.T.; COUTINHO, I.A. **Aplicação da curva “S” no controle de documentos para a gestão de projetos**. 2006. Disponível em: <https://pmkb.com.br/artigos/aplicacao-da-curva-s-no-controle-de-documentos-para-a-gestao-de-projetos>. Acesso em: 14 jul. 19.
- LIN, C. P. To share or not to share: modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents. **Journal of Business Ethics**, v. 70, p. 411-428, 2007. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9119-0>. Acesso em: 25 jan. 20.
- LINDSTROM, M. **A lógica do consumo: Verdades e mentiras sobre por que compramos**. 1º Edição. Rio de Janeiro: Editora Harper Collins, 2017.

LOWY, M. **Ideologias e ciência social: Elementos para uma análise marxista**. São Paulo: Cortez, 1996.

MARAN, R. **Aprenda a usar o computador e a internet através de imagens**. Rio de Janeiro: Reader's Digest Brasil, 1999.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.V. **Fundamentos da tecnologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas S.A., 2003.

MARQUES, R. **Entenda o conceito de comunicação Vertical**. 2017. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/entenda-o-conceito-de-comunicacao-vertical-e-horizontal/>. Acesso em: 26 ago. 19.

MARTINO, L.C. Dois estágios da comunicação versus efeitos limitados: uma releitura. **Anais do XVIII encontro da Campós**, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt7_luiz_claudio_martino.pdf. Acesso em: 24 nov. 19.

MATIAS-PEREIRA, José; KRUGLIANSKAS, Isak. Gestão de inovação: a lei de inovação tecnológica como ferramenta de apoio às políticas industrial e tecnológica do Brasil. **RAE electron.**, São Paulo, v. 4, n. 2, 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482005000200003&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 28 nov. 19.

MENDONCA, V. R. L.; BITTAR, T. J. ; DIAS, M. S. Um estudo dos Sistemas Operacionais Android e iOS para o desenvolvimento de aplicativos. In: Encontro Anual de Computação UFG - ENACOMP, 2011, Catalão. **Anais do Encontro Anual de Computação UFG - ENACOMP**, 2011. v. 1. Disponível em: https://www.enacomp.com.br/2011/anais/trabalhos- aprovados/pdf/enacomp2011_submission_54.pdf , Acesso em: 18 fev 20.

MICROSOFT. **Trabalhar offline em seu dispositivo móvel**. 2020. Disponível em: <https://docs.microsoft.com/pt-br/dynamics365/mobile-app/work-in-offline-mode>. Acesso em: 14 fev. 20.

MOLINA, L. G. **Portais corporativos: tecnologia de informação e comunicação aplicadas à gestão da informação e do conhecimento em empresas de Tecnologia de Informação**. – Marília, 2008. 211f. Dissertação de Mestrado (Mestrado – Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências.

MOLINA, M.C.G. A internet e o poder da comunicação na sociedade em rede; influências nas formas de interação social. **RMS – Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 3, n. 3, 2013. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/202>. Acesso em: 13 dez. 19.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 2007.

MORIN, E. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 20, 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3197>. Acesso em: 14 out. 19.

MOTTA, F. C. P. A teoria geral dos sistemas na teoria das organizações. **Rev. adm.empresa**, v.11, n.1. São Paulo Jan./Mar. 1971. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901971000100003. Acesso em: 18 nov. 19.

MURRAY, Gerry. The portal is the desktop. **Intraspect**, May/June 1999. [online], outubro 1999. Disponível em: http://www.groupcomputing.com/Back_Issues/1999/MayJune1999/mayjune1999.html. Acesso em: 25 nov. 19.

NEILPATEL. **Canais de Comunicação**: O que são, seus tipos e os 12 principais. 2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/canais-de-comunicacao/>. Acesso em: 25 ago. 19.

NEONEXUS TECNOLOGIA. **Quanto custa publicar um aplicativo na App store e no Google play em 2020**. 2019. Disponível em: <https://www.neonex.com.br/2019/08/16/quanto-custa-publicar-um-aplicativo-na-app-store-e-no-google-play-em-2019/>. Acesso em: 14 fev. 20.

NOBRE, Marcos. Teoria Crítica: uma nova geração. **Novos estudos**, v. 93, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/nec/n93/n93a04.pdf>. Acesso em: 25 dez. 19.

OLIVEIRA, C. L. **Análise e controle da produção em empresa têxtil através da cronoanálise**. Formiga: UNIFOR, 2009. 45 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Engenharia de Produção, Centro Universitário de Formiga, Formiga – Minas Gerais, 2009.

OLIVEIRA, C.; MOURA, S.P. TIC'S na educação: a utilização das tecnologias da informação e comunicação na aprendizagem do aluno. **Pedagogia em Ação**, v. 7, n. 1, 2015. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/pedagogiacao/article/view/11019>. Acesso em: 10 dez. 20.

OLIVEIRA, O. L.; BARANAUSKAS, M. C. C. Interface entendida como um espaço de comunicação. In: **Workshop sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais**, 2., Campinas, 17 a 19 out. de 1999. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/~ihc99/lhc99/AtasIHC99/art7.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 20.

PALPITE DIGITAL. **O que é e como funciona o fax?** Palpite Digital. 2019. Disponível em: <<https://www.palpitedigital.com/que-como-funciona-fax/>>. Acesso em: 27 ago. 19.

PEREIRA, D. S.; RODRIGUES, M. R.; GESSI, N. L. Teoria contingencial: uma abordagem teórica sobre sua evolução. **REDCIDIR**, v. 8, n. 21, 2009. Disponível em: http://redcidir.org/multimedia/pdf/trabajos_seleccionados/Seleccionados-VSimposio/Asociativismo-empresas-e-innovaci%C3%B3n/78-TEORIA-CONTINGENCIAL.pdf. Acesso em: 08 out. 2019.

PILATTI, Luiz Alberto. Qualidade de vida no trabalho e teoria dos dois fatores de Herzberg: possibilidades-limite das organizações. **Rev. Brasileira de qualidade de vida**, v.4, n.1, 2012. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rbqv/article/view/1195>. Acesso em: 13 ago. 19.

PINHEIRO, N.A.M., SILVEIRA, R.M.C.F.; BAZZO, W.A. Ciência, Tecnologia e Sociedade: a relevância do enfoque CTS para o contexto do Ensino Médio. **Ciênc. educ. (Bauru)**, v.13, n.1, jan./abr.2007. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-73132007000100005&script=sci_abstract&tlng=pt)

[73132007000100005&script=sci_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-73132007000100005&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: 14 nov. 19.

PIRES, R. O que é workflow e como aplicar no seu negócio. **Rock. Content**. 2018.

Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/workflow/>. Acesso em: 04 mar. 2020.

PORTAL ERP. **O que se espera do ERP?** 2020. Disponível em:

<http://www.prodel.com.br/ERP.htm#8>. Acesso em: 17 de fev. 20.

PORTAL SEBRAE. **Como utilizar o Trello para ajudar na organização de sua empresa**. 2020. Disponível em:

[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-utilizar-o-trello-](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-utilizar-o-trello-para-ajudar-na-organizacao-de-sua-empresa,4fcba36382b3f510VgnVCM1000004c00210aRCRD)

[para-ajudar-na-organizacao-de-sua-empresa,4fcba36382b3f510VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-utilizar-o-trello-para-ajudar-na-organizacao-de-sua-empresa,4fcba36382b3f510VgnVCM1000004c00210aRCRD). Acesso em: 04 mar. 2020.

PORTO, G. **Teoria Hipodérmica**. 2020. Disponível em:

<https://www.infoescola.com/comunicacao/teoria-hipodermica>. Acesso em: 14 fev. 20.

PRAÇA, F.S.G. Metodologia da pesquisa científica: Organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão. **Diálogos Acadêmicos**, São Paulo, v. 08, nº 1, p. 72-87, jan./julho, 2015. Disponível em:

uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170627112856.pdf Acesso em: 13 jan. 20.

PRESSMAN, R.S. **Engenharia de software**. São Paulo: Makron Books, 1995.

QUEIROZ, J. E. **Abordagem híbrida para a avaliação da usabilidade de interfaces com o usuário**. 2001. 410f. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica). Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, 2001.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. **Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas**. São Paulo: Atlas, 2000.

RIBEIRO, C. J. S. Gerenciamento Eletrônico de Documentos e Conteúdo: Aspectos Epistemológicos. **Informação & Tecnologia - Especial Enancib**, v. 3 n. 2, 2016.

Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/itec/article/view/38188>.

Acesso em: 24 nov. 19.

RORATO, R.; DIAS, E. D. Cultura organizacional no setor público: um estudo junto a um departamento administrativo de uma universidade federal brasileira. **Revista de Administração da UFSM**, v. 4, n. 3, art. 1, p. 341-351, 2011. Disponível em:

[http://www.spell.org.br/documentos/ver/7445/cultura-organizacional-no-setor-publico-](http://www.spell.org.br/documentos/ver/7445/cultura-organizacional-no-setor-publico-um-est-)

[um-est---](http://www.spell.org.br/documentos/ver/7445/cultura-organizacional-no-setor-publico-um-est-). Acesso em: 27 jan. 20.

SÁ, A.T. Uma abordagem matemática da informação: A teoria de Shannon e Weaver – possíveis leituras. **Filosofia da informação**, Rio de Janeiro, v. 5 n. 1, p. 48-70, set. 2018. Disponível em: <http://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4245>. Acesso em: 11 nov. 19.

SALES, C.A.C.; SILVA, D.T.; BATISTA, I.L. Os impactos da informatização dos processos administrativos. **XXVI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**. Contribuições da Engenharia de Produção para Melhores Práticas de Gestão e Modernização do Brasil. João Pessoa/PB, Brasil, 2016. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_233_358_29923.pdf. Acesso em: 03 dez. 19.

SANCHES, Oscar Adolfo. **Governo Eletrônico no Estado de São Paulo**. São Paulo: Série Didática, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estud. av.**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 46-71, 1988. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141988000200007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 06 nov. 2019

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 20. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

SANTOS, W. R.; ZANATTO, M. A. **Java Magazine 73 - Portais Corporativos**. Plataforma DEV Media, 2009. Disponível em: <https://www.devmedia.com.br/artigo-java-magazine-73portaiscorporativos/14755>. Acesso em: 22 fev. 2020.

SCHAFER, D. C. **Portal Corporativo como ferramenta para a Gestão da Informação e do Conhecimento Organizacional na Intranet – análise de funcionalidades**. Goiânia, 2007. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/4414/2/TCCG%20%20BIBLIOTECONOMIA-D%C3%81LETE%20CRISTINA%20SCHAFER.pdf> , Acesso em 29 fev. 2020.

SCHONS, C. H. A Contribuição dos Wikis como Ferramentas de Colaboração no Suporte À Gestão do Conhecimento Organizacional. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 18, n.2, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/1706>. Acesso em: 15 dez. 19.

SCHULTZ, F. **Ordem de Serviço**. Bom Controle. 2018. Disponível em: <https://bomcontrole.com.br/ordem-de-servico/>. Acesso em: 27 ago. 19.

SERRA, J.P. **Manual de Teoria da Comunicação**. Livros Labcom. Covilhã, Portugal. 2007.

SERRANO, P. H. S. M.; BALDANZA, R. F. Tecnologias Disruptivas: O Caso do Uber. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 5, p. 37-48, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/48645>. Acesso em: 27 out. 19.

SHILAKES, Christopher C.; TYLMANN, Julie. Enterprise informations portals. **Merril Lynch, Inc.**, New York, NY, November 16, 1998.

SILVA JUNIOR, Gerson. **A Natureza do Trabalho Diretivo: Um estudo de caso no Ministério Público do Estado de Santa Catarina**. 2009. 147 f. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Ciências da Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

SILVA, Luquetti B; PIRES, Daniel Facciolo; NETO, Silvio Carvalho. **Desenvolvimento de Aplicações para Dispositivos Móveis: Tipos e Exemplo de**

Aplicação na plataforma iOS. Centro Universitário Municipal de Franca - Uni Facef, 2015, Franca. Disponível em:

<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wicsi/2015/004.pdf>. Acessado em: 19 jul 19.

SILVA, Taís Cristina; SILVA, Karol da; COELHO, Marcos Antonio Pereira. O uso da tecnologia da informação e comunicação na educação básica. **Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online**, [S.l.], v. 5, n. 1, jun. 2016. Disponível em:

http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/article/view/10553. Acesso em: 30 jan. 20.

SIMÕES, F. R. Comunicação Institucional: um estudo sobre sua prática em uma indústria Paranaense. **Anais do ABRAP**, 2010. Disponível em:

http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/EIC/EIC_Fabiana.pdf. Acesso em: 14 nov. 19.

SOCIAL MEDIA. O que é a Teoria da Matemática da Comunicação? 2014.

Disponível em: <https://sousocialmedia.wordpress.com/2014/12/21/o-que-e-a-teoria-matematica-da-comunicacao/>. Acesso em: 22 ago. 19.

SOUZA, Luis Gustavo Guedes, **ERP: Principais conceitos, vantagens e desvantagens.** 2005. 41f. Monografia (Bacharelado em Ciência da Computação). Universidade Presidente Antônio Carlos, Barbacena, 2005.

TEIXEIRA, Adriano Canabarro; BRANDÃO, Edemilson Jorge Ramos. Software Educacional: O difícil começo. **Renote Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 1, n. 1, 2003. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/renote/issue/archive>.

Acesso em: 14 jan. 20.

TEIXEIRA, DANIELLE TAVARES. **Comunicação Institucional E Universidade:** diretrizes para a divulgação científica no estado de Mato Grosso. 2016. [263f]. Tese (Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, [São Bernardo do Campo].

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital:** o futuro das Relações Públicas na rede São Paulo – SP, 2006. [Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo].

TERRA, José Cláudio Cyrineu; BAX, Marcello Peixoto. Portais Corporativos: novo instrumento de gestão da informação. **Terra Fórum Biblioteca**, 1999. Disponível em: <http://www.slideshare.net/jcterra/portais-corporativos-novo-instrumento-de-gestao-da-informacao>. Acesso em: 07 out. 19.

THE DELPHI GROUP. **Business portal: the new media for e-business interchange.** 2001. Disponível em: <http://www.delphigroup.com>. Acesso em: 24 jan. 20.

VILARINHO, S. **Parecer.** Brasil Escola. 2019. Disponível em:

<https://brasilecola.uol.com.br/redacao/parecer.htm>. Acesso em: 27 ago. 19.

WHITE, C. Decision Threshold. **Intelligent Enterprise**. V.2, n.16, p.35-40. 2000.

Disponível em: <http://www.intelligententerprise.com/991611/feat1.shtml>. Acesso em: 23 nov. 19.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Grupo Editoriale Fabbri. 8º Edição. Lisboa, Portugal.1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO PARA OS DISCENTES DE ADMINISTRAÇÃO

Roteiro elaborado como parte integrante de pesquisa para Trabalho de Conclusão de Curso, a ser apresentado no curso de Administração, da Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS, que tem por objetivo identificar a aplicabilidade das tecnologias no ambiente universitário.

- 1) Qual sexo?
() Feminino () Masculino

- 2) Assinale o intervalo em que se encontra sua idade?
 - a) 16-21
 - b) 22-27
 - c) 28-33
 - d) 34-39
 - e) A partir de 40

- 3) Em qual semestre você se encontra?
 - a) 1 ou 2
 - b) 3 ou 4
 - c) 5 ou 6
 - d) 7 ou 8
 - e) 9 ou 10

- 4) Em que ano você ingressou?
 - a) 1980-1990
 - b) 1990--2000
 - c) 2000-2010
 - d) 2010-2020

- 5) Em que local você mais utiliza a internet? Assinale a alternativa correta.
 - a) Wi Fi disponibilizado pela Universidade
 - b) Dados móveis do celular

- c) Wi Fi Em casa
 - d) Wi Fi no trabalho
 - e) Não tenho acesso
- 6) Qual nível de conhecimento você tem da ferramenta Unes?
- a) Pouco
 - b) Muito Pouco
 - c) Médio
 - d) Elevado
 - e) Muito Elevado
- 7) Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes facilitou na rapidez na entrega da informação? Assinale a alternativa correta.
- a) Concordo
 - b) Concordo muito
 - c) Não concordo nem discordo
 - d) Discordo muito
 - e) Discordo
- 8) Qual a maior vantagem que o Aplicativo Unes proporcionou?
- a) Facilidade no acesso às informações
 - b) As notificações no Celular
 - c) Facilidade no manuseio
 - d) Interface clara
 - e) Não haver custos
- 9) Qual a maior desvantagem?
- a) Não ter para sistema IOS
 - b) Consome energia da bateria do celular
 - c) Consome memória
 - d) Sem conexão off-line
 - e) Presença de anúncios

10) Você tem sugestões para a ferramenta Unes?

- a) Melhoria no layout
- b) Aumentar as funções
- c) Disponibilizar para sistema IOS
- d) Tornar visível os campos mais importantes
- e) Retirar anúncios

11) Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é prática. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

12) Quais as situações em que você mais utiliza a ferramenta Unes?

- a) Época de provas
- b) Demanda de matrícula
- c) Verificação de avisos
- d) Acompanhamento de faltas
- e) Verificar notas lançadas

13) Quais a (as) funcionalidades que mais utiliza ?

- a) Documentos (Guia de Matricula, fluxograma, histórico escolar)
- b) Calendário Acadêmico
- c) Paradoxo de Zhonyas (Avaliação dos professores)
- d) Final Countdown (para discentes que estão em final)
- e) Solicitações de serviços

14) Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito

- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

15) Qual nível de conhecimento você tem do Portal Sagres?

- a) Pouco
- b) Muito Pouco
- c) Médio
- d) Elevado
- e) Muito Elevado

16) Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres possui rapidez na entrega da informação. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

17) Qual a maior vantagem que o Portal Sagres proporciona?

- a) Facilidade no acesso às informações
- b) Agilidade na comunicação
- c) Facilidade no manuseio
- d) Interface clara
- e) Não haver custos

18) Qual a maior desvantagem do Portal Sagres?

- a) Comunicação Unilateral
- b) Consome energia da bateria do celular
- c) Consome memória
- d) Sem conexão off-line
- e) Não notificar quando existe alterações no Portal

24) Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres é mais veloz do que a ferramenta unes. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

25) Você concorda com a afirmativa: A ferramenta Unes é mais fácil de manusear do que o Portal sagres. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

26) Você concorda com a afirmativa: O Portal sagres trava mais do que a ferramenta Unes. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo

27) Você concorda com a afirmativa: O Portal Sagres é importante para o desenvolvimento do processo acadêmico. Assinale a alternativa correta.

- a) Concordo
- b) Concordo muito
- c) Não concordo nem discordo
- d) Discordo muito
- e) Discordo