



## **Políticas de uso da Internet e Relações Públicas: diálogo entre empresa e funcionários<sup>1</sup>**

Daniela Lopes MAHMUD<sup>2</sup>

Heloiza Beatriz Cruz dos REIS<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

A difusão da Internet no mundo tornou-a ferramenta fundamental de produção e propagação de informações. No entanto, junto às benesses, vêm os problemas decorrentes do acesso desregrado e até criminoso à mesma. Nas empresas, as preocupações são maiores, pois a má utilização da Internet em suas instalações pode danificar o maquinário, fragilizar a segurança das informações e gerar queda de produtividade de seus funcionários. Como agravante, as leis existentes não são próprias desse meio e, portanto, a elas faltam consistência, clareza e objetividade e sobram interpretações. Por isso as instituições estão criando políticas de utilização da Internet para determinar seu uso consciente e dirigido aos fins considerados produtivos pela instituição. Ilustrando, apresentaremos estudo de caso da Caixa Econômica Federal.

### **Palavras-chave**

Internet; Comunicação; Relações Públicas; Sociedade da Informação.

### **Introdução**

Em meio à expansão da Nova Economia ou Sociedade da Informação, caracterizada na última década do século XX pelo aceleração dos processos de produção, busca e disseminação de informação e conhecimento, pelo uso intensivo das novas tecnologias de informação e comunicação, o bloqueio ao acesso à informação via Internet pelas empresas parece uma contradição. Como consequência do dinamismo dessa sociedade, a informação se mostra extremamente ágil e veloz, tudo que é “novo” fica, da mesma forma, obsoleto e se manter atualizado passa a ser uma tarefa árdua a qualquer pessoa ou empresa num mercado competitivo.

A adoção de políticas de uso da Internet pelas instituições públicas e privadas tem sido uma constante desde o princípio da utilização da Internet comercial no Brasil. Faz-se necessário observar a coerência dos fatores que motivaram muitas empresas na utilização de filtros ou bloqueios de acesso à informação via Internet. Cada uma tem um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Bacharel em Relações Públicas pela UERJ, e-mail: danimahmud@hotmail.com.

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UERJ é graduada em Arquitetura e Urbanismo, 1996 e Comunicação Social, 2001 pela UGF. Atualmente é professora substituta da faculdade de Comunicação Social da UERJ e pesquisadora do CAC - Comunicação, Arte e Cidade do CNPq, 2007. E-mail: heloizareis@yahoo.com.br.



motivo específico ou uma necessidade própria. As bibliotecas e escolas públicas dos Estados Unidos, por exemplo, investem em sistemas para evitar o acesso das crianças a conteúdo violento, preconceituoso ou pornográfico; empresas que trabalham com informações privilegiadas, como as *e-commerce*<sup>4</sup>, tendem a agir em prol da segurança de suas informações. Todas necessitam de proteção contra vírus e outros dispositivos maliciosos e espiões que danificam e fragilizam seus sistemas e redes. Vale ressaltar que há inúmeras empresas especializadas em orientar a política de uso da Internet das mais diversas organizações<sup>5</sup>.

Portanto, o objetivo deste trabalho é verificar quais são os motivos que levam grandes empresas a bloquearem o acesso às informações de seus funcionários via Internet e a definirem a forma como o fazem. Além disso, pretendemos ressaltar a importância sobre a forma como essa política é aplicada, por interferir diretamente no clima organizacional da empresa, e como nesse processo é fundamental a presença ativa do profissional de Relações Públicas, na análise da situação, no planejamento das ações a serem tomadas e no diálogo com os públicos envolvidos.

Como estudo de caso apresentamos a normatização da Política de Uso da Internet da Caixa Econômica Federal, implementada em junho de 2007 onde pode-se notar por meio de comentários e correntes de e-mails, o interesse de seus funcionários em dialogar com a empresa possibilidades de ajustar o modelo corrente. As reclamações dizem respeito, em grande parte, à seleção baseada no cargo ocupado na empresa para oferecer acesso à informação que é, como será visto no decorrer deste artigo, a matéria-prima do conhecimento e, conseqüentemente, do poder. Ressalta-se que a restrição de acesso estendido<sup>6</sup> foi feita a todos os funcionários da Caixa, exceto aos dirigentes e aos empregados com cargo em comissão dos grupos ocupacionais gerencial e de assessoramento estratégico, e a forma como a política foi implementada, também receberá atenção neste trabalho.

Esse artigo é produto da monografia de final de curso apresentada pela bacharela em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro Daniela Lopes Mahmud. Para elaborar a monografia “*Políticas de Uso da Internet: Estudo de caso da*

---

<sup>4</sup> O *e-commerce* é a capacidade de comprar e vender produtos e serviços pela Internet. O conceito abrange também a exposição de bens e serviços *on-line*, a colocação de pedidos, a emissão de faturas, o atendimento ao cliente e o manuseio de pagamentos e das transações. (AWARE, acessado em 29 nov. 2007).

<sup>5</sup> Smart Union, desde 1998, Websense e a NetCentrics, desde 1997, são exemplos de empresas de consultoria em Tecnologia da Informação atuando no Brasil.

<sup>6</sup> Permissão de acesso ao ambiente Intranet e à Internet, respeitadas as diretrizes da norma.



*Caixa Econômica Federal*” foi feita pesquisa bibliográfica nos campos da Sociologia, Comunicação Social e História, busca em sites de Tecnologia da Informação e pesquisa de crises ocorridas em decorrência da má utilização das ferramentas de comunicação no ambiente de trabalho. Para escrever sobre o estudo de caso, foi feita observação *in loco*, já que a autora é também funcionária da empresa, e entrevistas com 45 funcionários da empresa.

### **Sociedade da informação: o mundo conectado**

Ao longo da história, as sociedades foram definidas por seus meios e modos de produção e desenvolvimento, que modificaram profundamente as relações sociais. Na sociedade nômade, os meios de produção eram de propriedade coletiva e a intenção das atividades praticadas era simplesmente a sobrevivência. Como o homem não dominava as técnicas da agricultura, os recursos locais esgotavam-se, sendo necessário buscar outro local onde houvesse alimento.

Com o descobrimento e o desenvolvimento da agricultura e o domínio da pecuária no período neolítico<sup>7</sup>, os grupos passaram a ser sedentários. O modo de vida nesta sociedade passou a ser cíclico, de acordo com os períodos de cultivo e colheita. Tornou-se necessário ainda definir uma divisão de tarefas – os homens caçavam, pescavam e protegiam o grupo, enquanto as mulheres cuidavam dos filhos, da agricultura e do preparo dos alimentos. Foi com o domínio da terra que a sociedade produziu excedentes de alimentos e iniciou a prática de escambo, que permaneceu até a sociedade feudal<sup>8</sup>. Neste período, a agricultura passou a ser o centro de uma economia, que já contava com atividades complementares<sup>9</sup> exercidas por artesãos.

Inventos como as máquinas a vapor, teares mecânicos e outros maquinários propiciaram a revolução da produção<sup>10</sup> e, conseqüentemente, a decadência do feudalismo. As indústrias, com o advento da força motriz, tinham a técnica da produção em série facilitada, gerando ainda mais excedentes, que passaram a ser escoados com mais facilidade graças ao avanço tecnológico da navegação e à invenção das

---

<sup>7</sup> De 10.000 a 4.000 a.C.

<sup>8</sup> A sociedade feudal, de 1000 a 1500 d.C. era composta por três classes básicas: clero, nobres e servos. A estrutura social praticamente não permitia mobilidade, sendo, portanto, a condição de um indivíduo determinada pelo nascimento.

<sup>9</sup> Produção de roupas, calçados, utensílios domésticos, artesanatos dentre outros.

<sup>10</sup> A 1ª Revolução Industrial ocorreu no início do século XIX em grande parte por conta do acúmulo de capital nas mãos da burguesia, que foi o segmento responsável pelo financiamento de tecnologias como a energia a vapor, as primeiras ferrovias e as indústrias.



locomotivas a vapor. Surgia, então, a necessidade de modos de produção<sup>11</sup> que dessem conta de uma produtividade cada vez mais intensa.

O modo de produção capitalista se mostrou hábil para transitar para a economia da informação e suscitou três modelos de desenvolvimento: o **agrário**, voltado para a formação de excedentes e que, para alcançar mais produtividade, dependia de quantidades elevadas de mão-de-obra e recursos naturais; o **industrial**, cujo objetivo era o crescimento da economia e que, para tanto, necessitava de fontes e da descentralização do uso da energia e o **informacional**, baseado na geração de conhecimentos, processamento de informações e comunicação de símbolos em busca de um maior desenvolvimento tecnológico. Apesar de a informação ser comum na estrutura dos modelos citados, é no informacional que sociedade a utiliza como matéria-prima, e não como produto, e gerando mais informações para garantir a produtividade do sistema.

Na sociedade da informação, as tecnologias são voltadas para a produção, divulgação e troca de informações, criando novos sistemas, que por sua vez distribuem mais informações, num processo cíclico. Nota-se que com a Revolução Informacional houve uma tendência de valorização do “saber pensar” em detrimento do “saber fazer”. Segundo Armand Mattelart (2002), o enumerável e o mensurável tornaram-se base do discurso do verdadeiro e a sociedade passou a primar pelo modelo do raciocínio e da ação útil. Funções mecânicas e atividades que requeriam força foram sendo substituídas por máquinas as quais atuavam em série e retiravam do mercado esses postos de trabalho – que geravam o maior percentual de emprego na Era Industrial. Em consonância com as palavras de Manuel Castells, percebe-se que “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. (CASTELLS, 1999: 43)

Por outro lado, valorizou-se a figura do líder. As empresas da Era Informacional<sup>12</sup> procuram profissionais que se destacam pela habilidade não de dominar todo o processo produtivo, mas de articular com os integrantes da equipe soluções

---

<sup>11</sup> Os sistemas que surgiram foram o estatista, que é a doutrina e prática de intervenção do Estado no campo econômico. Tendência para exaltar o predomínio do Estado em todos os assuntos; e o capitalista: “Sistema econômico e social que se caracteriza pela propriedade privada dos meios de produção, pelo trabalho livre assalariado e pela acumulação de capital. Consiste também na racionalização dos meios de produção e na exploração de oportunidades de mercado para obter lucro. Na Europa, essas características aparecem desde a Baixa Idade Média, do século XI ao século XV, com a transferência do centro da vida econômica, social e política dos feudos para as cidades”. (<<http://br.geocities.com/vinicrashbr/>> e <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Estatismo>>, acessados em 10 out 2007).

<sup>12</sup> Iniciada na década de 1980.



estratégicas para alcançar os objetivos da empresa, mantendo sempre o acesso e a busca da informação ao alcance de todos. Isso faz com que, atualmente, a democratização da comunicação e da informação sejam fatores de grande reflexão e debate para as organizações. Setores que não se entendem ou não se comunicam podem gerar grandes prejuízos e gastos desnecessários de capital e desgaste da própria imagem institucional.

Percebe-se, portanto, que a informação e a comunicação estão presentes em todos os processos sociais, mas foi na Era da Informação que ela ganhou visibilidade e importância. Com o surgimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC)<sup>13</sup>, o mundo se configurou em redes que se multiplicaram (e continuam se multiplicando) sem limite de espaço e tempo, definindo cada vez mais a área de identificação e interesse das pessoas. “Se a (Sociedade) Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a (Sociedade) da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiqüidade humana.” (SODRÉ, 2002:13)

Todos esses aparatos tornam a informação mais acessível e a memória cada vez mais extensa e expansível. A quantidade de informações é cada vez maior e a capacidade de armazená-la e de divulgá-la acompanha esse crescimento com a mesma velocidade. Tais mudanças, que evoluíram na Sociedade da Informação, estão ditando um novo paradigma com cinco características principais a saber: informação é matéria-prima, as NTIC's são altamente penetráveis<sup>14</sup>, a lógica de redes evolui a cada dia, os processos tornaram-se mais flexíveis e as tecnologias cada vez mais convergem e integram-se. (CASTELLS, 1999: 108)

Podemos concluir, dessa forma, que a existência e eficiência dos meios de informação e comunicação são essenciais para o desenvolvimento da sociedade na velocidade em que ela vem evoluindo. Ressaltamos ainda que a Internet é, dentre as NTIC's, sem dúvida a de maior destaque, sendo considerada o aspecto especial da Sociedade da Informação, com a convergência de conteúdos, computação e comunicações, os três requisitos que vêm garantindo um acesso ágil e facilitado às informações. Sua importância está arraigada em todos os setores da sociedade. Segundo

---

<sup>13</sup> Dentre as principais NTICs, temos: computadores pessoais, impressoras domésticas, câmeras de vídeo e foto para computador, diversos suportes para guardar ou portar dados (disquete, HD, *pendrive*, *zipdrive*, cartões de memória), telefonia móvel, televisão por assinatura, correio eletrônico, listas de discussão, Internet (com a *world wide web*, o *streaming*, o *podcasting*, entre outros), as tecnologias digitais de captação e tratamento de imagens e sons e as tecnologias de acesso remoto

<sup>14</sup> Segundo J. B. Pinho (2003, pág. 39), a Internet levou apenas sete anos desde sua descoberta como novo meio de comunicação até sua difusão, enquanto a imprensa levou cerca de 400 anos, o telefone, 70 anos, o rádio, 40 anos e a televisão levou 25 anos.



Manuel Castells, “a criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural” (CASTELLS, 1999: 82). Graças a essa característica de crescimento anárquico e às descobertas feitas e divulgadas gratuitamente pelos *hackers*<sup>15</sup> – sem o sentido negativo que essa palavra hoje insinua, trata-se dos pioneiros da contracultura indicada por Castells, houve a expansão sem limites da Internet da forma que é hoje.

A difusão da Internet tornou-se mais rápida com o auxílio de ações como a do engenheiro Tim Bernes-Lee, que em 1990 desenvolveu a *www*<sup>16</sup>, a interface gráfica e a criação de sites mais dinâmicos e visualmente interessantes. Somam-se a isso as ferramentas da Internet mais utilizadas e que fazem desse canal um meio de comunicação consolidado na sociedade como o correio eletrônico, os navegadores, os *newsgroups*, os sites de busca, os sites de conteúdo, os softwares de conversa *on-line*, os grupos de discussão, o *File Transfer Protocol* (FTP). (FÜCHTER, 1999)

Como a rede da Internet tem se tornado referência na busca de muitos produtos e serviços, as empresas necessitam estar nessa vitrine, mas não basta desenvolver um site, é importante atualizá-lo e desenvolvê-lo constantemente. A rede está em expansão constante, o que exige atualização e inovação todo tempo.

Torna-se cada vez mais clara que as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) vêm revolucionando não só a ciência e a economia, mas a sociedade como um todo. As discussões sobre a importância da inclusão das TIC's na educação são muitas e polêmicas. Salas de aula multimídia, que lançam mão de vídeos, músicas e da Internet, tornam o ensino mais atrativo e o aprendizado mais fácil.

Os que não possuem em seu cotidiano essas ferramentas estão excluídos digitalmente e socialmente. Para tanto, em todo o mundo está havendo políticas de inclusão digital. No Brasil, foram publicados o Livro Verde<sup>17</sup> e o Livro Branco<sup>18</sup> para

---

<sup>15</sup> Eles se associavam com interesses intelectuais em uma versão mais libertária/utópica a fim de desenvolver a Internet e divulgar amplamente suas descobertas de forma gratuita.

<sup>16</sup> *World wide web*, ou rede de alcance mundial, é um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet.

<sup>17</sup> Elaborado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia o Livro Verde contém as metas de implementação do Programa Sociedade da Informação e constitui uma súmula consolidada de possíveis aplicações de Tecnologias da Informação.

<sup>18</sup> O Livro Branco é a conclusão do ciclo da Conferência Nacional da Ciência, Tecnologia e Inovação, iniciado com a preparação e a publicação do Livro Verde da C&T e com a própria realização da Conferência, em setembro de 2001.



discussão e implementação das medidas de inclusão digital com ação articulada entre setor privado, governo, sociedade civil e universidades.

### **Políticas de Uso da Internet: diálogo entre empresa e funcionários**

Para as empresas, divulgar informações na Internet e utilizá-la como ferramenta de comunicação é indispensável para garantir visibilidade e confiança do público. Isso porque a rede é uma forma rápida e eficaz de se encontrar o que se quer onde deseja ao preço que se pode pagar. Além disso, a Internet é uma fonte de conhecimento e atualização dinâmica, interativa e com a velocidade exigida pelo mercado. É importante que os funcionários das empresas tenham acesso ao que está sendo divulgado na rede para que estejam atualizados. Segundo Adriana Moreira, “o conhecimento e a aprendizagem são recursos, capacidades e competências organizacionais que podem se tornar importantes fontes de vantagem competitiva para as empresas”. (MOREIRA, 2006: 2).

Por outro lado, a Internet oferece muitos riscos, como o *Infotemenimento*<sup>19</sup>, fenômeno em que o foco do jornalismo é desvirtuado para interesses de entretenimento principalmente por causa da fusão entre grupos jornalísticos e grupos de mídia. Nos EUA há um relatório<sup>20</sup> que avalia a saúde e o estado do jornalismo americano. Ele faz a medição também no jornalismo digital, identificando as qualidades que têm sido enfatizadas e as que têm sido deixadas de lado nesse tipo de jornalismo.

Esse tipo de entretenimento é uma das causas da “Cibervadiagem”, ou *cyberslacking*, citada como causadora de demissões em todo o mundo. De acordo com pesquisa realizada pela Websense<sup>21</sup> em 2007, os brasileiros gastam em média 5,9 horas por semana praticando cibervadiagem no ambiente de trabalho.

Outro ponto negativo da Internet refere-se às questões privacidade e invasões, como bem coloca Flávia Gouveia em seu artigo “Internet: tecnologia a serviço do crime”:

“Se alguém invadir remotamente seu computador e apagar todos os seus arquivos, nenhum crime terá sido cometido, segundo as leis brasileiras. Invasões, vírus de computador, destruição de dados e novas formas de

---

<sup>19</sup> O *infotemenimento* já foi citado no Relatório de Desenvolvimento Humano de 2002 e é tema recorrente de livros e artigos do pesquisador professor Denis Moraes e foi citado no artigo de Juciano de Sousa Lacerda. Trata-se de um fenômeno mundial, que divulga entretenimentos em formato de reportagens jornalísticas e acaba por reter a atenção de usuários da grande rede que não possuem um plano de ação para utilização construtiva da ferramenta.

<sup>20</sup> “The State of News Media”.

<sup>21</sup> Companhia que produz programas para filtrar conteúdos da Internet.



condutas abusivas uniram-se a delitos "clássicos" como pedofilia, racismo e violência moral no ciberespaço". (GOUVEIA, 2007: 6-7)

Há também a divulgação de informações falsas que prejudicam o discernimento das notícias verdadeiras das caluniosas e afetam a credibilidade do canal. Para as empresas, informações falsas podem denegrir a imagem da instituição, como ocorreu com a Semp Toshiba<sup>22</sup>. A empresa foi vítima da divulgação pela internet de uma carta falsa com personagens inventados que informavam com detalhes a implosão de um tubo de sua televisão Semp Toshiba e alertando que o caso pode ocorrer com outras pessoas.

Outro risco veio com o advento das transações comerciais pela Internet: os crimes digitais. Sua incidência vem crescendo na mesma proporção que a grande rede. Adiciona-se a isso, o fato de o anonimato, permitido ou de difícil coibição na rede, e a transnacionalidade das ações dificultaram a elaboração de uma lei efetiva para esse canal. Como exemplifica Demi Getschko, membro do Comitê Gestor da Internet no Brasil no seminário *Crimes Digitais: o Debate no Brasil e no Mundo*<sup>23</sup> “Como se aplica a lei numa situação em que a pessoa usa um *cybercafe* na Inglaterra para atualizar a página dela hospedada em Portugal com calúnia contra um brasileiro?” (*apud* MATURO, SARAIVA e TERZIAN, 2006: 2).

Controles de utilização da Internet já são discutidos em todo o mundo. A Convenção de Budapeste de 2001, foi criada com o intuito de atuar contra a criminalidade na Internet, pela cooperação internacional no combate à pornografia infantil, às violações de direitos autorais e pela criminalização de atos de racismo e xenofobia. Apesar do Brasil não fazer parte dessa convenção, já há cerca de 300 processos tramitando na Câmara dos Deputados e no Senado que, se forem aprovados, tornarão crime o acesso indevido a meios eletrônicos, manipulação indevida de informação eletrônica, pornografia infantil, difusão de vírus eletrônico, entre outros atos praticados pela Internet.

As empresas têm de evitar que transações ilegais sejam feitas de sua estrutura. Além disso, é importante monitorar a utilização de suas ferramentas para evitar que informações sigilosas sejam divulgadas. Há ainda a necessidade de proteger a rede empresarial de ataque de vírus e de espões. Para tanto, muitas empresas têm adotado políticas de uso da Internet para evitar que a rede seja fragilizada, para monitorar o fluxo de informações e para evitar que *downloads* indevidos sejam realizados, tornando

---

<sup>22</sup> Uma das maiores empresas de eletroeletrônico do Brasil.

<sup>23</sup> Seminário promovido em 16 de out. 2007 pelo jornal Valor.



a rede mais lenta e exposta a riscos de adicionar a rede programas ofensivos ou maliciosos.

Também é importante citar o aspecto descrito por José Claudelino, funcionário da diretoria da empresa *Smart Union Consultoria e Soluções em Tecnologia*<sup>24</sup>. Segundo Claudelino houve “Diminuição de custo de horas-extras de funcionário (em 5 médias empresas diminuiu-se R\$ 15.000,00 a folha em média- ao bloquearmos o uso da Internet após as 19h). O pessoal estava acostumado a ficar até tarde no escritório navegando na Internet e batia o ponto às 21h, por exemplo.” É por causa desse tipo de atitude e dos riscos que elas oferecem às ferramentas e imagem corporativa que no Brasil, como em todo o mundo, as empresas vêm aderindo a políticas de uso da Internet em seus ambientes de trabalho.

Há na Internet, na verdade, uma auto-regulação por necessidades específicas, pressões da comunidade ou do governo. Na década de 90, por exemplo, devido a grande pressão da comunidade e da *Children’s Internet Protection Act*<sup>25</sup> (CIPA), as bibliotecas e escolas públicas dos Estados Unidos começaram a utilizar filtros de conteúdo em seus computadores com acesso à Internet. (INFOPEOPLE, 2007).

Por outro lado, para fomentar a discussão, existe a *American Library Association*<sup>26</sup> (ALA), que é contra tal filtragem e utiliza o seu “*Library Bills of Right*”<sup>27</sup> para defender-se de ter de filtrar conteúdos de sites da Internet, como o item II da lista que diz: “II - Bibliotecas devem prover materiais e informações que demonstrem todos os pontos de vista das questões atuais e históricas. Materiais não podem ser proibidos ou removidos por causa de desaprovação partidária ou doutrinária.”<sup>28</sup>

Debates, discussões, criação de normas e tentativas de burlá-las são ações naturais em um ambiente de auto-regulação. As partes interessadas vão entrar na questão para garantir que seus interesses prevaleçam nas normas a serem introduzidas na sociedade. Sendo assim, torna-se de grande importância o papel de um mediador no diálogo entre empresa e funcionários. Para tanto, o Relações Públicas surge como figura

---

<sup>24</sup> Empresa que oferece suporte técnico em informática.

<sup>25</sup> Ato de proteção da Internet para as crianças.

<sup>26</sup> Associação das Bibliotecas Americanas. .

<sup>27</sup> Lista de direitos das Bibliotecas. Para mais informações, acessar o endereço eletrônico:  
<http://www.ala.org/Template.cfm?Section=ifresolutions&Template=/ContentManagement/ContentDisplay.cfm&ContentID=13090>.

<sup>28</sup> II. *Libraries should provide materials and information presenting all points of view on current and historical issues. Materials should not be proscribed or removed because of partisan or doctrinal disapproval.* Tradução livre.



essencial na tentativa de solucionar essa crise por ser um profissional capacitado para mediar a relação da empresa com seus mais diversos públicos.

Mesmo sabendo que as organizações não têm obrigatoriedade em informar que estão monitorando os recursos da empresa, o que inclui as mensagens de e-mail e arquivos guardados nas máquinas pelos funcionários, o Relações Públicas é a pessoa que pensa também no clima organizacional. A fim de manter um bom clima organizacional e fomentar uma relação de confiança entre empregados e empregadores, torna-se importante divulgar maciçamente a política no ambiente de trabalho, utilizando ferramentas de comunicação com o intuito de tornar claro o objetivo da política e demonstrar o quão importante é para o bom desenvolvimento da empresa. Da mesma maneira pensa Eric Carlson ao defender o importante papel desse profissional na adoção de novas políticas pelas empresas:

“Os empregados constituem naturalmente – e sempre deverão constituir – o corpo mais importante de embaixadores da boa vontade de uma organização. Os usuários de uma instituição ou organização e os membros da comunidade em geral mais facilmente acreditarão no que diz um funcionário com relação à organização em que trabalha, do que nas reações de qualquer outra pessoa. As boas técnicas de Relações Públicas praticamente não têm valor, a não ser que a política da instituição seja aceita e, em geral, aprovada pelos funcionários” (CARLSON *apud* ANDRADE, 2003: 95).

Esses profissionais partirão dos seguintes questionamentos para definir o plano de ação que implantará a nova política na empresa: “Planejar o quê? Implantar como? Controlar o quê e como? Rever e replanejar por quê?” (CAHEN, 1990: 62). Segundo Cahen, a resposta seria “a criação e a implantação de sistemas e atividades voltados para criar e manter a imagem positiva da empresa junto a seus públicos prioritários, passando por filosofias, políticas e atitudes”. (CAHEN, 1990: 62)

Dessa forma, o Relações Públicas ajuda a determinar as principais atividades e sistemas a serem implantados e o prazo que devem ser cumpridos. Um cronograma deverá ser apresentado junto a um orçamento. Dentre as principais atividades para a elaboração de uma política de uso da Internet poderiam constar: estudo de soluções de TI, avaliação das necessidades da empresa, ferramentas de comunicação que serão utilizadas para informar e orientar os públicos atingidos pela nova política, canais de diálogo com os diversos públicos, determinação dos setores que deverão participar do processo, criação de uma solução para fomentar a inclusão digital voltada para o público interno, dentre outras.



Para implantar uma política de uso da Internet, seria importante levantar os seguintes dados: Qual(is) o(s) problema(s) que a empresa está enfrentando com o uso indiscriminado da Internet? Quais as soluções disponíveis no mercado para sanar esses problemas? Qual a solução que minimiza os custos da empresa e impacta menos na vida dos funcionários? Há soluções alternativas que a empresa pode implementar? As soluções impactarão no trabalho e na qualidade de vida do funcionário? Quais necessidades dos funcionários são supridas com o uso da Internet? Quais sites são mais acessados pelos funcionários? Quanto a empresa está colaborando para a inclusão digital de seus funcionários? Que impressão uma empresa que se une ao governo para garantir a inclusão digital ao passo que exclui seus funcionários desse mundo digital irá passar para os mais diversos públicos? Que imagem da empresa os funcionários passarão para os clientes? Quanto tempo está sendo gasto com atividades não ligadas ao trabalho? Até que ponto esse tipo de acesso pode ser saudável? Até que ponto o bloqueio é salutar?

Essas são algumas poucas perguntas que devem ser feitas para determinar o tipo de política a ser implantado e as conseqüências que as ações voltadas para a introdução dessa política podem trazer para o clima organizacional e, conseqüentemente, para a imagem institucional diante de seus públicos prioritários. Dirigentes de empresas muito hierarquizadas costumam ter dificuldade de enxergar o ponto de vista dos que estão em outras camadas hierárquicas abaixo das suas. Perdem a sensibilidade e se esquecem de que a maior propaganda de sua empresa está no ‘chão de fábrica’.

Além disso, é importante que a empresa divulgue a fiscalização às ferramentas da empresa para evitar queixas de invasão de privacidade. Para tanto, as empresas, junto aos normativos e conscientizações para utilização racional da Internet, emitem um termo de compromisso e responsabilidade que deve ser divulgado a todos os funcionários, assinado pelos mesmos e guardado na ficha funcional do empregado, a fim de demonstrar que eles conhecem e aceitam as normas de uso da Internet vigentes na empresa e suas possíveis punições em caso de desobediência da mesma.

Dennis Abraham (2006) aconselha, em seu artigo sobre *cyberslacking*, a deixar um espaço para que os funcionários ajudem na determinação das regras para uso pessoal dos computadores da empresa (na hora de almoço, em algum intervalo). Ressalvando que a empresa deve deixar claro para seus funcionários que, mesmo nos horários de acesso pessoal liberado, as regras da política de uso seguro da Internet devem ser seguidas.



Dessa maneira, é importante que se contrate os serviços de uma empresa de soluções em Tecnologia da Informação (TI) e que se tenha o acompanhamento da área de Comunicação Social para implementar as novas políticas e ações da melhor forma e com receptividade positiva de seus funcionários. A educação pode atrair os funcionários como propagadores das novas normas. Para estabelecer sua política, as empresas devem conhecer as soluções em TI de que podem dispor e definir, segundo o perfil de seu negócio, quais ferramentas de controle irá utilizar.

### **Estudo de caso: Caixa Econômica Federal**

Apesar do grande esforço das empresas para controlar o uso da Internet por parte de seus funcionários, estes se mostram bastante criativos e, a partir de observações e entrevistas informais com funcionários da Caixa Econômica Federal, foi possível chegar às mais diversas formas de se burlar tais normas.

Na Caixa já havia filtros de conteúdo, em que alguns tipos de sites eram bloqueados – sites de relacionamento, sites de conteúdos pornográficos ou de racismo, dentre outros –, mas o que parece realmente ter pesado no clima organizacional foi o fato de haver acessos diferenciados de acordo com o cargo que se ocupa.

A empresa decretou que haveria, a partir de 29 de maio de 2007, quatro tipos de acesso à Internet: acesso INTRANET para prestadores e estagiários, acesso GOVERNO<sup>29</sup> para todos os funcionários Caixa, acesso PADRÃO<sup>30</sup> para todos os funcionários Caixa e acesso ESTENDIDO<sup>31</sup> para os empregados detentores de cargo em comissão dos grupos ocupacionais gerencial e de assessoramento estratégico.

Desde então, as formas de contornar as normas foram sendo criadas e difundidas de forma anárquica. Se na empresa foi decretada a proibição de baixar músicas, filmes ou livros, os funcionários passam a levar CD's ou *pen drives*<sup>32</sup> de músicas, filmes e livros para escutar ou ver no trabalho. Sendo assim, a norma não garantiu aumento de produtividade.

---

<sup>29</sup> Acesso à intranet e aos sítios web de governo, de instituições de ensino e pesquisa e de organizações não governamentais.

<sup>30</sup> Acesso governo mais o acesso a sites de instituições vinculadas ao Sistema Financeiro Nacional e os autorizados por serem compatíveis com as atividades de trabalho

<sup>31</sup> Acesso ao ambiente Intranet e à Internet, respeitadas as diretrizes da presente norma.

<sup>32</sup> É um *drive* (dispositivo físico que dirige um disco de informações) externo de alta capacidade de armazenamento, com o qual se pode fazer backup ou transferências de grande quantidade de dados do seu HD, via interface USB.



Para a proibição do acesso à Internet, o jeito foi levar *notebooks*<sup>33</sup> pessoais ou outros dispositivos portáteis a fim de acessar a Internet no trabalho, utilizando linha discada<sup>34</sup> ou celular. Em alguns casos, funcionários mantêm o acesso inclusive a sites proibidos para todos os funcionários (sites de e-mails e de relacionamentos, por exemplo) – nesses casos, não foi revelado o processo para se chegar a essa condição de acesso completamente liberado, mas é certo se tratar de uma manobra ilegal.

Para evitar que e-mails pessoais sejam bloqueados pelo filtro de mensagens, a alternativa é alterar o título do e-mail (por exemplo, em vez de “corrente da amizade”, usa-se “envio de proposta de seguro automóvel”). Dessa maneira, burla-se o monitoramento, que é feito por seleção a partir dos títulos das mensagens.

Como sites “.com” (e outros) foram bloqueados, liberando apenas o acesso a sites “.gov”, “.org” e “.edu”, há funcionários que criam e distribuem lista de sites “.org” “interessantes” e não condizentes com as necessidades de trabalho da empresa, passíveis de serem acessados durante a jornada de trabalho. Há, inclusive, quem acesse os sites proibidos como orkut<sup>35</sup> e e-mail pessoal.

Durante a pesquisa, foram vistos fóruns na Internet em que diversas pessoas discutem com especialistas em TI maneiras de burlar o sistema e acessar a rede independente das normas estabelecidas pela empresa em que trabalham. Percebe-se, portanto, que quando a intenção do funcionário é de procrastinar, ele dará um jeito de fazê-lo. Dessa forma, quando se aplicam políticas sem estudar as necessidades e possibilidades de crescimento que a ferramenta Internet pode oferecer, tem-se como resultado funcionários desinteressados, ocupados em burlar o sistema e desestimulados pela falta de recursos e acesso à informação.

### **Considerações finais**

A Internet é, sem dúvida, uma ferramenta imprescindível na sociedade atual. Ocorre, no entanto, que seu uso extremado e sem direcionamento pode trazer conseqüências maléficas, como a procrastinação, a cibervadiagem, os crimes *on-line*, a vinculação da imagem corporativa a mensagens despropositadas, enviadas por seus funcionários durante o expediente de trabalho e a partir das máquinas da empresa, dentre outros.

---

<sup>33</sup> Computador pessoal pequeno, leve e portátil.

<sup>34</sup> O que gera dupla queda de produtividade: o funcionário procrastina seu trabalho navegando pela Internet e congestionando a linha telefônica.

<sup>35</sup> Site de relacionamento altamente difundido no mundo e que virou vício no Brasil.



Para tanto, tem se mostrado de grande importância o acompanhamento de um profissional de Relações Públicas na criação, divulgação e manutenção de políticas de uso da Internet nas instituições de todo o mundo. As regras devem ser criadas levando-se em consideração a realidade e as necessidades específicas de cada instituição e o resultado final desse trabalho deve ser apresentado ao corpo funcional de forma clara - sempre deixando espaço para que dúvidas e sugestões sejam expostas.

Caso isso não ocorra, a política pode ser vista como um continuísmo da concentração versus exclusão do poder. Isso porque, na maioria dos casos, a restrição é focada nos empregados de baixo escalão, deixando-os excluídos do acesso à informação. O que gera ainda um desconforto, visto que há discriminação na liberação do acesso. Como se o grupo gerencial fosse passível de pensar e o grupo operacional, apenas passível de obedecer.

Quando o corpo funcional entende quais são os riscos e é chamado para discutir as soluções a serem tomadas, o processo se torna legítimo. A partir desse momento, os funcionários passam não só a acatar, como a defender as novas políticas. Caso contrário, eles se sentirão como peças de uma estrutura mecânica e estaremos revivendo, em outro cenário, a realidade das funções operacionais e irracionais retratadas no filme “Tempos Modernos”<sup>36</sup>, de Charlin Chaplin.

Por isso, o Relações Públicas deverá trabalhar em três etapas na implantação da nova política. Primeiro deve fazer uma análise dos cenários externo e interno e das soluções que o mercado oferece<sup>37</sup>, depois deve adequar as soluções ao ambiente da empresa, ouvindo as partes atingidas, e, por último, acompanhar a implantação, estando atento às críticas e sugestões ao processo para, se for o caso, ajustar as arestas. Vale lembrar que a fase de acompanhamento é constante e deve ser sempre revista.

## Referências

ABRAHAM, Dennis. **“CYBERSLACKING Establishing an Internet Policy for Protection”**. Disponível em < [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_qa3840/is\\_200601/ai\\_n17180091](http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3840/is_200601/ai_n17180091)>. Acessado em 26 out 2007.

---

<sup>36</sup> “O filme focaliza a vida do na sociedade industrial caracterizada pela produção com base no sistema de linha de montagem e especialização do trabalho. É uma crítica à "modernidade" e ao capitalismo representado pelo modelo de industrialização, onde o operário é engolido pelo poder do capital e perseguido por suas idéias ‘subversivas’” (HISTORIANET, acessado em 12 mar 2008).

<sup>37</sup> Outra opção é fazer um *benchmarking*, nome dado ao processo pró-ativo por meio do qual uma empresa examina como outra realiza uma função específica a fim de melhorar como realizar a mesma ou uma função semelhante.



ANDRADE, Cândido T. S. **Curso de Relações Públicas: Relações com os diferentes públicos**. São Paulo. Pioneira Thomson Learning, 2003.

CAHEN, Roger. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre Comunicação Empresarial**. 6a. ed. São Paulo: Best Seller, 1990.

CASTELLS, Manuel. A **Sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FÜCHTER, Simone Keller. **Incorporação de Novas Tecnologias de Informação e Comunicação na Área Empresarial. Um Estudo de Caso**. Disponível em <<http://www.eps.ufsc.br/disserta99/keller/cap3.htm>>, acessado em 12 out de 2007.

GOUVEIA, Flávia. **Tecnologia a serviço do crime**. *Ciência e Cultura on-line*. Jan./Mar. 2007, vol.59, nº1, p.6-7. Disponível em: <[http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252007000100003&lng=en&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252007000100003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 11 nov 2007.

HISTORIANET. **Tempos Modernos**. HISTORIANET. A nossa história. Disponível em: <<http://www.historianet.com.br/conteudo/default.aspx?codigo=181>>. Acesso em: 12 mar 2008.

INFOPEOPLE. **Library filtering introduction: history of Internet filters and the library**. Disponível em <<http://www.infopeople.org/resources/filtering/>>, acessado em 15 nov 2007.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MATURO, J. ; SARAIVA, J. ; TERZIAN, F. **Especial: crimes digitais**. *Valor Econômico on-line*. Disponível em: <<http://www.denunciar.org.br/twiki/bin/view/SaferNet/Noticia20061019020133>>. Acesso em: 28 out 2007.

MOREIRA, Adriana. **O papel da intranet na criação do conhecimento organizacional**. *BOCC*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moreira-adriana-intranet-criacao-conhecimento.pdf>>. Acesso em: 20 nov 2007.

PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet**. Técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

SMART UNION. **Controle de acesso à Internet com login/senha e relatório de acesso**. Disponível em <[http://www.smartunion.com.br/Controle\\_Acesso\\_Internet\\_Smart\\_Union.asp](http://www.smartunion.com.br/Controle_Acesso_Internet_Smart_Union.asp)>. Acesso em 24 out 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropologia do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SYKES, Christopher. **The Importance of Internet Acceptable Use Policies for Large Businesses**. Internet. 2005.

UNB. **Pequeno dicionário de informática**. Disponível em: <[http://www.unb.br/sobre/peq\\_dic.php](http://www.unb.br/sobre/peq_dic.php)> . Acesso em: 5 nov 2007.