



As ‘Ouvidorias’ Virtuais em Instituições de Ensino Superior (IES)¹

Diego Wander Santos da SILVA²

Prof.^a Dr. Cleusa Maria Andrade SCROFERNEKER³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo:

O objetivo do artigo é apresentar os resultados da pesquisa, desenvolvida no ano de 2007, sobre as ‘Ouvidorias’ virtuais em Instituições de Ensino Superior, que contou com o apoio do Programa de Apoio à Integração entre Áreas (PRAIAS), da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PRPPG/ PUCRS. ‘Ouvidorias’ virtuais⁴ compreendem as formas disponibilizadas pelas IES para interagir, virtualmente, com seus diversos segmentos de públicos, geralmente identificadas pelos termos ‘Fale Conosco’, ‘Ouvidoria’, ‘Contatos’, ‘Contato’, encontradas nos *sites* institucionais. A análise dos *sites* de 69 universidades constatou a falta de critérios em relação à nomenclatura, a inadequação dos serviços disponibilizados e o despreparo quanto aos recursos tecnológicos.

Palavras-chave: Comunicação organizacional; Novas tecnologias; ‘Ouvidorias’ virtuais; Instituições de Ensino Superior (IES).

Introdução:

O impacto das novas tecnologias é incontestável, “[...] estão em todos os lugares, no trabalho, no lazer, nos serviços, na educação...” (WOLTON, 2003, p. 107). Nessa mesma linha de raciocínio, Tapscott (1999, p.19) entende que “os novos meios estão mudando a forma de fazer negócio, de trabalhar, de aprender, de brincar e até mesmo de pensar”.

Para Bueno (2003, p.49) “[...] com as novas tecnologias, dentre as quais a Internet, tudo muda. Castells (2003:255) afirma tratar-se “de um meio de comunicação, de interação e de organização social constantes”. O uso da internet pelas organizações passou a representar a possibilidade de estreitamento de relações com seus diversos

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda, do Iniciacom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Graduando do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com hab. em Relações Públicas na Faculdade de Comunicação Social (Famecos), na PUCRS. E-mail: diego.wander@acad.pucrs.br. A Pesquisa conta com o apoio de uma bolsista de iniciação científica, Grazielle Marques Mazuco, da Faculdade de Informática (FACIN/PUCRS).

³ Orientadora da Pesquisa. Professora Titular da Faculdade de Comunicação Social (Famecos), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), na PUCRS. E-mail: scrofer@pucrs.br. O Projeto tem co-orientação do Prof. Dr. Duncan Dubugras Alcoba Ruiz, da Faculdade de Informática (FACIN/PUCRS).

⁴ Termo cunhado pela Prof.^a Dr. Cleusa Maria Andrade Scroferneker.



públicos. Nos *sites*/portais as organizações se apresentam, se tornam ‘visíveis’, se dão a conhecer. Preocupam-se com o seu conteúdo, mas também com a forma como este é apresentado, buscando atender aos diferentes perfis de seus usuários. A localização dos *links*, a posição da logomarca, a utilização de *slogan*, a seleção das cores, a existência (ou não) de animação, a presença de fotos, propaganda, e janelas *pop-up*, e os serviços e as formas de interatividade disponibilizadas assumem relevância nesse meio de comunicação.

A pesquisa teve como tema as ‘Ouvidorias’ virtuais em Instituições de Ensino Superior (IES) e investigou sobre as formas propostas pelas IES para interagirem ‘virtualmente’ com os seus diferentes segmentos de públicos, e especificamente àquelas identificadas como ‘Fale Conosco’, ‘Contatos’, ‘Contato’ e/ou ‘Ouvidoria’.

O interesse em investigar essa nova realidade, cada vez mais presente nos portais das Instituições⁵, deve-se à constatação de que atualmente essas novas formas de interatividade se constituem em uma das principais opções de relacionamento e comunicação utilizados pelas organizações, virtualizando o Falar e o Ouvir⁶. Além disso, tem-se à disposição uma diversidade de ferramentas computacionais de apoio a esses serviços, que exploram formas distintas de interatividade.

Cumprindo ainda destacar que, desde 1º de setembro de 2007, o serviço de ouvidoria aos cidadãos e correntistas passou a ser obrigatório em *instituições financeiras* ([CAMARA, 2007]). A Resolução 3.477/07 determinou a abertura desse canal de comunicação nessas empresas atuando, inclusive, na mediação de conflitos.

Esse Projeto – desenvolvido em parceria entre o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social (PPGCOM/Famecos) com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Computação da Faculdade de Informática⁷ (PPGCC/FACIN) – de abril a dezembro de 2007, contou com o apoio do Programa de Apoio à Integração entre Áreas (PRAIAS) da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PRPPG/ PUCRS, com a concessão de duas bolsas de Iniciação Científica. O objetivo geral do Programa é “esti-

⁵ Cabe destacar que o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), em sua Dimensão 4, considera a Ouvidoria um dos aspectos a ser avaliado no que se refere à comunicação interna.

⁶ No âmbito doméstico o uso de *webcam* e do sistema *Skype* associam imagem e som, ou seja, o diálogo acontece mediado pelo computador.



mular a realização conjunta de pesquisa, através da parceria entre pesquisadores de todas as áreas de conhecimento desenvolvidas na Universidade” ([PUCRS, 2007]).

Sobre a pesquisa realizada:

A pesquisa foi desenvolvida, em 2007, em três momentos. No primeiro, a realização de uma ampla revisão sobre o tema e suas *interfaces*, visando a construção de uma base teórica e a adoção de um referencial tecnológico. Com base nessa revisão, elaborou-se um instrumento de pesquisa para a realização de um pré-teste com pelo menos uma Instituição de Ensino Superior com vistas à revisão e validação tanto do questionário como do procedimento de exploração dos recursos da *web*. O terceiro momento compreendeu a realização da pesquisa em caráter experimental com algumas das Instituições selecionadas e a construção de um *site*. Para a seleção das Instituições foi consultado o cadastro de filiadas ao CRUB – Conselho de Reitores de Universidades Brasileiras e a ABO – Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman. A pesquisa envolveu Instituições Federais, Estaduais, Privadas e Comunitárias.

Em relação ao referencial teórico preliminar, autores como Daniels, Spiker y Papa (1997), Goodhall e Eisenberg (1997), Goldhaber (1991), Kunsch (1997, 2003), Torquato (2003), Bueno (2003), Putnam (2004), Costa (2003, 2004), Lite (1997), Kreps (1995) dentre outros, fundamentaram as discussões sobre comunicação organizacional. Por sua vez, autores como Wolton (2003, 2004), Lévy (2001, 1999), Morin (2001, 1999, 1986), Laudon (1999), Lemos (2002), Rüdiger (2003, 2002, 1998), Sfez (2000), Nielsen e Tahir (2002), e Turban, McLean e Wetherbe (2004), Primo (2007) subsidiaram as discussões sobre novas tecnologias e interatividade. Sobre ouvidoria, recorreu-se, principalmente à Associação Brasileira de Ouvidores [(ABO, 2007)], tendo em vista tratar-se de um tema com produção acadêmica ainda incipiente. É oportuno destacar que o conjunto de definições, recomendações e práticas propostas pelo SINAES serviu como um enunciado de requisitos para abordar ouvidoria.

Em relação ao método, a pesquisa esteve ancorada no Paradigma da Complexidade (MORIN, 2001). Em relação à metodologia, constitui-se em uma pesquisa exploratória (GIL, 1999), desenvolvida mediante técnicas de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo, com o envio e aplicação do questionário, com questões abertas e fechadas, e com exploração dos recursos disponibilizados na *web*.



Cabe reiterar que na ampla bibliografia que trata sobre os diferentes aspectos e interfaces das novas tecnologias é praticamente inexistente uma discussão exaustiva sobre as formas de interatividade aqui identificadas como ‘Ouvidorias’ virtuais, embora se admita que são tangenciadas quando dos embates e debates sobre as relações e inter-relações decorrentes e recorrentes do mundo virtual, do *ciberespaço*, da *cibercultura*.

Resultados da pesquisa:

Para a sua realização foram inicialmente mapeadas as Instituições de Ensino Superior públicas e privadas e definidos os critérios para a seleção da amostra (TABELA 1): organização acadêmica, credenciamento na Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO) e/ou no Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB), além do perfil tecnológico, via licenciamento pelo Ministério da Educação, para ministrar educação à distância. Aplicados os três critérios, constituiu-se uma amostra com 69 universidades.

Tabela 1: Processo de aplicação dos critérios para a constituição da amostra.

Regiões	IES do Brasil caracterizadas como universidades		Universidades cadastradas no CRUB e/ou ABO		Universidades cadastradas no CRUB e/ou ABO, licenciadas para ministrar EAD	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Centro-Oeste	14	7,87	12	8,45	8	11,59
Nordeste	33	18,54	26	18,31	15	21,74
Norte	13	7,3	6	4,23	2	2,9
Sudeste	79	44,38	65	45,77	28	40,58
Sul	39	21,91	33	23,24	16	23,19
Total	178	100	142	100	69	100

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. baseado nos sites:

www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/busca_instituicao.stm (2007);

www.crub.org.br/IES%20ASSOCIADAS/ies.htm (2007); www.abonacional.org.br (2007).

Em maio de 2007, prodedeu-se uma análise inicial dos sites das universidades. Foram analisados 68 sites institucionais⁸ que possuíam esta nova modalidade comunica-

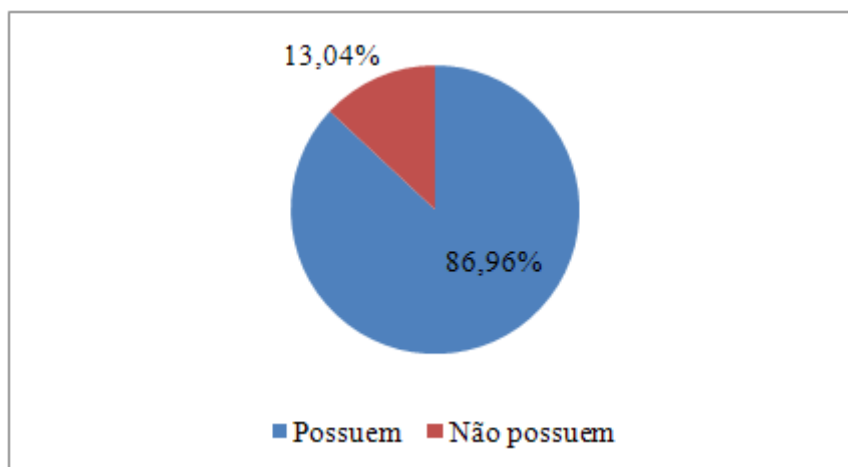
⁸ O site de uma universidade estava, em 05/07/07, indisponível.

cional, identificadas por expressões-chave, como ‘Fale Conosco’, ‘Ouvidoria’, ‘Contatos’, ‘Contato’, além de nomenclaturas equivalentes.

Constatou-se que 85,51% (correspondente a 59 universidades) dessas IES possuíam estas formas de interatividade, enquanto 14,49% não apresentavam em seu site propostas de ‘Ouvidorias’ virtuais.

Em uma nova análise nos sites, um mês depois, constatou-se a adesão de duas universidades a esse grupo que possuíam ‘Ouvidorias’ virtuais. Dessas, até janeiro de 2008, uma foi desativada (GRÁFICO 1).

Gráfico 1: A presença das 'Ouvidorias' virtuais nos sites das universidades.⁹



Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. com base na pesquisa.

Percebe-se, então, que as ‘Ouvidorias’ virtuais são canais comunicacionais recorrentes nos sites das universidades.

No levantamento realizado referente à terminologia adotada observou-se, inicialmente, a predominância de quatro termos (TABELA 2): ‘Ouvidoria’, ‘Fale Conosco’, ‘Contato’ e ‘Contatos’.

Além dessas expressões pouco reveladoras a que se propõem, foram igualmente encontrados outros termos (TABELA 3).

⁹ Em 21 de janeiro de 2008.



Tabela 2: Termos predominantemente utilizados pelas IES em suas ‘Ouvidorias’ virtuais.¹⁰

Termos utilizados	Quantidade	
	Nº	%
Fale Conosco	33	42,31%
Ouvidoria	24	30,77%
Contato	10	12,82
Contatos	2	2,56
Outros	9	11,54%

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. com base na pesquisa.

Tabela 3: Alguns dos outros termos utilizados.

Fale com a Ouvidoria	Comunique-se com a Ouvidoria
Reitor on line	SAC
Fale com o Chanceler	Contato – Fale Conosco
Fala, aluno!	Dúvidas, sugestões, reclamações...

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. com base na pesquisa.

Constatou-se a falta de critérios de padronização em nível de nomenclatura dessas novas formas de ‘interatividade virtual’, com expressões pouco reveladoras a que se propõem. Constatou-se, igualmente, a inadequação dos serviços disponibilizados, uma vez que os recursos tecnológicos não são totalmente explorados. Acredita-se ser possível afirmar que a referida falta de padronização evidencia o desconhecimento e/ou o despreparo das IES na utilização desse canal de comunicação, pois não basta ‘apenas ter uma Ouvidoria virtual’, é preciso que atue efetivamente como tal. Ao realizar atualizações das nomenclaturas utilizadas, ocorreram poucas alterações.

Para melhor visualização dos resultados da pesquisa e com o objetivo de proporcionar espaços de reflexão sobre o objeto em estudo, desenvolveu-se o site www.inf.pucrs.br/~ouvir, que contém informações sobre o Projeto, bem como o andamento das atividades e as conclusões parciais. A construção desse site contou com o apoio da Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Famescos e a possibilidade de hospedagem pelo servidor da Faculdade de Informática (FACIN).

¹⁰ Expressões semelhantes foram consideradas. Por exemplo: ‘Fale com a PUC’ considerou-se ‘Fale Conosco’, pela semelhança na abordagem.

Em um primeiro momento, foi criado o logo do Projeto (FIGURA 2). Pretendeu-se representar o processo de uma ouvidoria, inserida em um contexto globalizado, no qual o azul representa o ouvidor e a seta vermelha os usuários de uma ‘Ouvidoria’ virtual, na busca da interatividade.



Figura 2: Logo do Projeto: A ‘Ouvidoria’ virtual como efetivo canal de relacionamento.

Recorreu-se, para a escolha das cores do logo, à bibliografia específica sobre o tema, que destaca as implicações das cores no sistema límbico, o qual está conectado a vida emocional e vegetativa (TISKI-FRANCKOWIAK, 2000). As cores exercem um papel decisivo no desenvolvimento das emoções humanas.

A seta vermelha, correspondente ao ‘internauta-usuário’, representa as características de dinamismo, força, ação, alegria, comunicação e extroversão. Além disso, o vermelho “simboliza uma cor de aproximação, de encontro” (FARINA, 2002, p. 113). Segundo Tiski-Franckowiak (2000, p. 132) “o vermelho [...] equivale a comprimidos de ondas longas, de maior intensidade e atua mais fortemente, excitando.” Houve o cuidado de aplicar essa cor em um espaço pequeno, pois, em grande escala, pode causar irritabilidade e desconcentração.

A outra seta, a azul, simula o ouvidor. De acordo com Farina (2002) o azul representa as características de intelectualidade, paz, serenidade, confiança, fidelidade e sentimento profundo, cabíveis a pessoa responsável pela ouvidoria.

No processo interativo que se encontra o ouvidor e o usuário da ouvidoria, destacam-se, prioritariamente, os conceitos de movimento, dinamismo e confiabilidade, além do estímulo à manifestação do usuário, constituindo-se efetivamente em um canal de comunicação – de diálogo, de troca, de interatividade – mesmo não estando, as partes, contatadas presencialmente.



Ressalta-se que a utilização predominante do azul na página do Projeto seguiu as orientações que constam no Manual de Identidade Visual da PUCRS ([PUCRS, 2007]). Dessa maneira, buscou-se manter e destacar o vínculo desse trabalho com a Universidade, através da escala de cores e da utilização de elementos gráficos indicados.

A troca de mensagens entre ouvidor e ‘internauta-usuário’:

O processo da ‘Ouvidoria’ virtual, objetivamente, consta do envio de uma mensagem pelo internauta, o recebimento na instituição, o processamento interno, e o retorno. Espera-se que esse caminho seja trilhado para que a razão básica da existência dessa modalidade comunicacional nas organizações seja cumprida.

Foram então, enviadas mensagens¹¹, a 55 universidades, através das ‘Ouvidorias’ virtuais, contendo quatro perguntas básicas sobre determinado curso de graduação da instituição. Foram utilizados, os formulários eletrônicos, ou o *e-mail* da ouvidoria disponível nas *homepages*. Dessas, 28 (50,91%) acusaram o recebimento da mensagem. Entende-se, entretanto, que não basta simplesmente o retorno, pois, desse total de 28 universidades, estão inclusas respostas automáticas (padronizadas) e encaminhamentos para o setor correspondente à solicitação, não respondidos mais tarde.

Recursos tecnológicos:

Com o avanço da tecnologia há uma série de ferramentas e possibilidades que se abrem. Tratando-se das ‘Ouvidorias’ virtuais, não é diferente. Além do mais, como afirma Bueno (2003, p. 49) “[...] com as novas tecnologias, dentre as quais a Internet, tudo muda.”

Investigando-se, nos sites das instituições da amostra, notou-se a existência de ‘novas’ ferramentas que podem beneficiar as ‘Ouvidorias’ virtuais, principalmente do ponto de vista da qualificação da interatividade mútua¹² proposta.

¹¹ Mensagem: Estou desenvolvendo um trabalho acadêmico sobre os cursos de Comunicação Social no Brasil e gostaria de obter informação a respeito do curso dessa universidade no que se refere: a) as habilitações disponíveis; b) o(s) turno(s) das aulas; c) o número de vagas disponíveis em cada habilitação; d) a data de abertura das inscrições para o próximo vestibular.

¹² Segundo PRIMO (2007, p. 118) “[...] as interações mútuas – diferentemente das interações reativas, onde as alternativas já se encontram estabelecidas, se desenvolvem através do choque dos comportamentos comunicativos dos interagentes”.



Além das ferramentas de correio eletrônico, de mensagens instantâneas, de fóruns de discussão e de perguntas frequentes, há ainda, possibilidades para coleta de respostas de questionários e disponibilização de relatórios. Nesse cenário, merecem destaque três possibilidades:

1) A primeira questão levantada, disponível no site do *Centro Universitário Luterano de Ji-Paraná* ([ULBRA-JP, 2008]), refere-se a uma assistente virtual, que, através de um sistema de busca, ‘conversa’¹³ com o internauta-usuário da ‘Ouvidoria’ virtual.

Contudo, é necessário um bom planejamento que permita aprimorar o diálogo com esse tipo de ferramenta. Entende-se que, por ser uma iniciativa nova, a qualificação é uma questão de estudo e tempo, pois a própria demanda facilitará esse processo.

2) A segunda possibilidade é a reprodução ‘automática’ de relatórios¹⁴ mediante questionários bem estruturados e indicativos à demanda da ‘Ouvidoria’ virtual. A *Universidade Federal de Mato Grosso do Sul* ([UFMS, 2008]), possui uma *homepage* exclusivamente destinada a esse canal, disponibiliza estes dados no *link* ‘Estatísticas’.

Por meio dessa ferramenta é possível esclarecer e, de certa forma, prestar contas aos usuários do canal virtual. Trata-se de um instrumento que, essencialmente, dá forma às atividades exercidas no setor, conferindo credibilidade à ‘Ouvidoria’ virtual.

3) A última possibilidade aqui destacada é da *Universidade de São Paulo* ([USP, 2008]). O *Atendimento On-line*¹⁵ é uma proposta semelhante ao MSN Messenger, um programa que “permite conversar online e em tempo real” ([MSN WEB MESSENGER, 2008]).

Através dessa ferramenta é possível o diálogo instantâneo com os atendentes. Beneficiam-se, assim, tanto a instituição – que resolve a questão momentaneamente, quanto o ‘internauta-usuário’, que supre suas necessidades de imediato.

¹³ Essa conversa é travada através de perguntas (do internauta) e respostas (da assistente). Ao fazer uma pergunta à assistente virtual, a identificação de palavras-chave possibilita a resposta. Devido as limitações do sistema de busca, muitas respostas não se referem sequer ao assunto solicitado. Quando não há referência a determinada palavra, ela avisa que buscará as informações para que, em um novo contato, a dúvida seja sanada.

¹⁴ Também há relatórios, como o da Universidade Federal de Viçosa ([UFV, 2008]), que prestam contas de todas as atividades realizadas na ouvidoria, tanto em nível presencial como virtual. Nesse caso, constam desde a rotina de funcionamento, passando pelos processos, até as demandas.

¹⁵ A USP disponibiliza o *Atendimento On-line* de segunda a sexta-feira, das 14 as 16h.



Considerações finais:

Os resultados obtidos até o momento indicam a falta de clareza das IES na utilização desse canal comunicacional. Admite-se, contudo, que algumas universidades estão buscando o aprimoramento de ferramentas e processos.

As organizações e, particularmente as universidades, necessitam perceber que “a comunicação *on-line* traz responsabilidades para aqueles que se dispõem a praticá-la [...]” (BUENO, 2003, p. 58). A criação de uma ‘Ouvidoria’ virtual não pode, portanto, ter como única razão o modismo; necessita estar atrelada à política de comunicação da Instituição.

Para o ano de 2008, está prevista uma segunda etapa da pesquisa, que continuará sendo desenvolvida de maneira sinérgica entre as duas áreas (Comunicação Social e Computação), explorando as competências, habilidades e vocações de cada um dos bolsistas.

Em Comunicação Social, serão aprofundados os estudos sobre ouvidoria como canal de comunicação no espaço virtual e sobre a diversidade de públicos de uma IES e que tendem a acessar a uma ouvidoria. Será então proposto um ‘modelo’ de ‘Ouvidoria’ virtual para o Salão e Mostra de Iniciação Científica da Universidade¹⁶ que será realizado em agosto do corrente. A construção está prevista para abril.

Em Computação, serão aprofundados os estudos com os recursos disponibilizados na *Web*, sobre as ferramentas para construção e aplicação de questionários via computador, bem como será desenvolvido um ‘modelo’ de questionário para integração ao modelo de ‘Ouvidoria’ virtual. Serão igualmente, pesquisados os métodos, técnicas e ferramentas para coleta de respostas aos questionários e disponibilização dos resultados, que acredita-se, permitirão a construção de um ambiente virtual para testagem dos modelos elaborados.

É oportuno destacar que o projeto inova ao apresentar também, uma proposta transdisciplinar entre as áreas de Comunicação Social e Computação, o que demanda da parte da equipe envolvida – pesquisadores e bolsistas – o pensar complexo, o “tecer conjuntamente” (MORIN, 2007, p. 22). Pretende-se, portanto que o caminho trilhado seja perpassado pelo conceito de *transdisciplinaridade*, que “[...] supera a particularidade, conjuga os saberes e faz com que aportes diferentes trabalhem por um mesmo

¹⁶ Já houve a anuência da Equipe Coordenadora para a utilização desse modelo piloto.



fim”, pressupondo a passagem do simples ao complexo. Ela comporta a inter e a multidisciplinaridade, sem as quais não consegue se realizar completamente (SILVA, 2007, p. 33).

Espera-se que os resultados finais da pesquisa possibilitem qualificar os processos comunicacionais virtuais das universidades, contribuindo efetivamente para constituírem-se em espaços interativos. Pretende-se igualmente, propor modelo(s) de ‘Ouvidoria’ virtual, que oportunizem, às Instituições de Ensino Superior e ao próprio SINAES na sua Dimensão 4, a inserção e avaliação dessa modalidade de comunicação.

Referências:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE OUVIDORES/OMBUDSMAN (ABO). Disponível em: www.abonacional.org.br. Acesso em 07.05.07.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003. 369 p.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Disponível em: www.camara.gov.br. Acesso em 12.09.07.

CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE JI-PARANÁ (ULBRA-JP). Disponível em: www.ulbrajp.edu.br. Acesso em 17.01.08.

CONSELHO DOS REITORES DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS (CRUB). Disponível em: www.crub.org.br. Acesso em 09.05.07.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 4ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2002. 223 p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999. 206 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS (INEP). Disponível em: www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/busca_instituicao.stm. Acesso em 13.07.07.

MORIN, Edgar. Desafios da transdisciplinaridade e da complexidade. In: AUDY, Jorge Luis Nicolas; MOROSINI, Marília Costa (Orgs.). **Innovation and interdisciplinarity in the university = Inovação e Interdisciplinaridade na Universidade**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2007. 527 p.

_____. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 3. ed. Trad. Dulce Matos. Lisboa: Instituto Piaget, 2001. 177p.

MSN WEB MESSENGER. Disponível em: www.webmessenger.msn.com. Acesso em: 10.03.08.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS). Disponível em: www.pucrs.br. Acesso em 20.06.07.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007. 240 p.

SILVA, Juremir Machado da. Inter, multi ou transdisciplinaridade, uma questão de comunicação. In: AUDY, Jorge Luis Nicolas; MOROSINI, Marília Costa (Orgs.). **Innovation and interdisciplinarity in the university = Inovação e Interdisciplinaridade na Universidade**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2007. 527 p.

TAPSCOTT, Don. (Prefácio) Promessas e perigos da tecnologia digital. In: CEBRIÁN, Juan Luiz. **A rede**: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação. Trad. Lauro Machado Coelho. São Paulo: Summus, 1999. 157 p. Coleção Novas Buscas de Comunicação.

TISKI-FRANCKOWIAK. Irene T. **Homem, Comunicação e Cor**. 4ª ed. São Paulo: Ícone, 2000. 216 p.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). Disponível em: www.usp.br. Acesso em 14.01.08.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Disponível em: www.ufms.br. Acesso em 15.01.08.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV). Disponível em: www.ufv.br. Acesso em 17.01.08.

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