

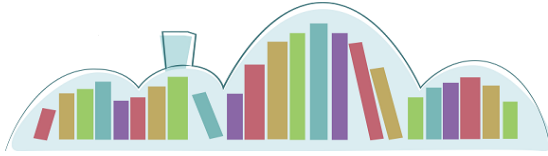
SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

**XVIII Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias**  
**SNBU 2014**

**EU CURTO: REDE SOCIAL CORPORATIVA COMO FERRAMENTA  
DE APOIO A COMUNICAÇÃO INTERNA NA BIBLIOTECA FEAUSP**

Giseli Adornato de Aguiar



SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

## RESUMO

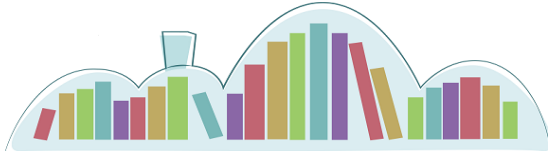
O objetivo do trabalho é verificar se a utilização da ferramenta de rede social corporativa Joincube contribuiu para a melhoria da comunicação interna entre os funcionários da Biblioteca **FEAUSP**. A pesquisa se caracteriza como um relato de experiência da implantação e análise da utilização do Joincube, por meio de uma abordagem quantitativa e qualitativa. Como resultado, pode-se dizer que a ferramenta Joincube atendeu as expectativas da equipe. Os problemas detectados são culturais e de relacionamento entre as pessoas. Também, verifica-se que a ferramenta possibilitou a divulgação de informações e recados de forma mais rápida, centralizada e eficiente, mas houve pouca colaboração e interação. Apesar disso, acredita-se que a rede social corporativa contribuiu para a melhoria da comunicação e do acesso às informações pelos funcionários da Biblioteca **FEAUSP**.

**Palavras-Chave:** Rede social corporativa. Comunicação interna. Biblioteca universitária. Joincube.

## ABSTRACT

This study aims to attest whether using an enterprise social media platform – Joincube - has contributed to improving internal communication among employees of the **FEAUSP** Library. Taking a qualitative and quantitative approach, this study comprises a report on the implementation experience as well as an analysis of Joincube's use. As a result, it can be confirmed that Joincube has satisfied the team's expectations. The problems encountered refer to differences in culture and to the relationships between people. It was also verified that it enabled the distribution of information and memos in a faster, more centralized, and more efficient manner; however, there was little collaboration and interaction. Nevertheless, it is believed that the enterprise social network has contributed to improving communication and access to information for employees of the **FEAUSP** Library.

**Keywords:** Enterprise social network. Internal communication. Academic library. Joincube.



## 1 Introdução

A comunicação interna funciona como base de sustentação da comunicação externa. Todas as pessoas da equipe precisam estar conectadas e integradas para que a informação correta seja transmitida e para propiciar um melhor atendimento, produtos e serviços aos usuários.

Dessa forma, a integração da equipe de uma biblioteca é fundamental, “a comunicação de duas vias, que informa os funcionários deixando claro porque determinadas decisões são tomadas e, ao mesmo tempo, estimula os colaboradores a participar, [...] faz com que o público interno sintam-se corresponsável pelo sucesso da organização.” (MATOS, 2009, p. 100).

A Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da Universidade de São Paulo (USP) passa por um processo de expansão e modernização da sua estrutura física e instalações internas desde 2010. A Biblioteca contava com 1.500 m<sup>2</sup> e passou a ter 5.000 m<sup>2</sup> distribuídos por dois andares.

Com relação ao quadro de recursos humanos, a Biblioteca conta com 26 funcionários. O horário de funcionamento é das 7h30 às 22h00, de segunda à sexta-feira, e há seis escalas de horários de trabalho distribuídas entre os integrantes da equipe.

A Chefia Técnica e uma parte da equipe da Seção de Atendimento ao Usuário se encontram alojadas no piso superior, a outra parte se encontra no piso térreo, juntamente com a Seção de Processamento Técnico, a Seção de Aquisição e o Setor de Encadernação, Preservação e Restauro.

Diante dessa nova configuração física, que se caracteriza pela distância entre os integrantes da equipe, a comunicação interna entre os funcionários foi prejudicada. A troca de informações diárias e seu acesso, sem distorções, por toda a equipe, tornou-se uma tarefa difícil e nem sempre realizada com sucesso.

Somente por meio de uma comunicação interna eficiente, é que se efetiva a troca de informações. Para Melo (2009) a comunicação interna é um instrumento estratégico para a instituição, pois não basta ter uma equipe de talento e motivada se ela não estiver bem informada e se seus integrantes não se comunicarem adequadamente.

Nesse cenário, as redes sociais corporativas surgem como uma possibilidade de aprimorar a comunicação entre os funcionários de uma instituição, além de permitir



compartilhar, centralizar e disseminar rapidamente as informações essenciais para um bom funcionamento de uma biblioteca universitária.

Entre as possibilidades de redes sociais corporativas existentes, optou-se pela ferramenta denominada Joincube<sup>1</sup> depois da análise dos recursos e de testes realizados com uma parte dos funcionários da Biblioteca.

Dessa forma, a questão posta é em que medida a utilização de uma ferramenta de rede social corporativa contribuiu para a melhoria da comunicação interna da Biblioteca **FEAUSP**?

O trabalho se caracteriza como um relato de experiência da implantação e utilização da rede social corporativa Joincube. O objetivo é identificar se houve melhora na troca de informações e da comunicação entre os funcionários e apresentar as principais contribuições e desafios encontrados com a adoção da ferramenta Joincube pela Biblioteca **FEAUSP**.

Embora a utilização das ferramentas de redes sociais seja abordada no contexto das bibliotecas universitárias, percebe-se na literatura nacional uma carência de estudos focados no uso dessas ferramentas para a melhoria da gestão de informações e comunicação interna.

## 2 Revisão de Literatura

### 2.1 Comunicação interna

Basicamente, a comunicação é o processo de troca de significados entre os indivíduos por meio de um código comum e envolve dois polos, uma fonte e um destinatário, em um processo que ocorre através de um meio denominado canal.

De acordo com Bordenave (1985, p. 36), a comunicação

serve para que as pessoas se relacionam entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que as rodeia. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideais e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas.

Já a comunicação interna, segundo Curvello (2002, p. 22), é definida como “o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.joincube.com/pt>>.



compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública.”

Para Gregorio e Rothermel (2013), “a comunicação interna é voltada para os empregados na tentativa de informar e integrar a equipe dos objetivos e interesses organizacionais.”

Assim, o conceito de comunicação interna está associado às relações existentes entre funcionários de uma empresa, organização ou instituição. Mas, sempre com o objetivo de aperfeiçoar os fluxos informacionais e comunicacionais para propiciar um melhor atendimento, produtos e serviços ao público externo.

“O público interno deve ser considerado o público prioritário de qualquer organização porque, embora a organização não viva para o público interno, não permanece sem ele.” (PINA, 2007, p. 24).

Kunsch<sup>2</sup> (1997, p. 128 apud SILVA, p. 224-5) acrescenta que a comunicação interna deve ser pensada como “uma ferramenta estratégica para compatibilizar os interesses dos colaboradores e da empresa mediante o estímulo ao diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis.”

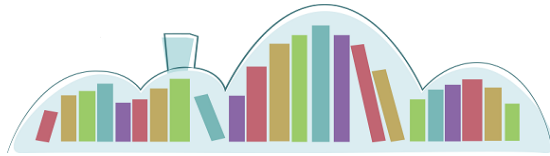
Nos dias atuais, as ferramentas de redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube etc.) ampliam as possibilidades comunicacionais. Segundo Li (2011, p. 18), por meio da tecnologia digital há atualmente uma nova dimensão de compartilhamento, mais simples, expansível e dinâmico.

Dessa forma, o significado de comunicação no contexto digital se mantém, porém as variáveis que envolvem o processo se alteram: a realidade ou situação na internet torna-se qualquer lugar em qualquer tempo; para os interlocutores que participam da transmissão da mensagem há a possibilidade de interação através de três dispositivos comunicacionais (um-um, um-todos e todos-todos); ampliam-se os signos empregados para transmitir as mensagens: texto, som, imagem e vídeo, ao mesmo tempo ou isoladamente, e há novas ferramentas de comunicação (redes sociais, *chats*, *e-mail* etc.).

O atual momento se caracteriza como “a Era das Conexões, em que o principal valor está associado às pessoas e às empresas que possuem relacionamentos. As tecnologias de comunicação facilitam estas interações pessoais e as mídias sociais têm papel de destaque neste novo contexto.” (MERCIO, 2013, p. 71).

---

<sup>2</sup> KUNSCH, M. M. K. **Relações públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.



## 2.2 Rede Social Corporativa<sup>3</sup>

A popularização das ferramentas de redes sociais como Facebook, Twitter, Pinterest etc. e sua rápida aceitação e adoção pelas pessoas de todos segmentos e classes sociais, estimulou o surgimento de redes sociais aplicadas ao contexto corporativo.

As redes sociais corporativas são “[...] decorrentes do aprimoramento das tecnologias colaborativas aplicadas tanto na evolução das intranets quanto dos portais corporativos, associados à percepção de seu ganho cada vez mais tangível e relevante para as organizações.” (SOUZA, 2012, p. 26).

Para Mercio (2013, p. 70) é preciso destacar que as redes sociais para o público interno não são apenas um modismo, é uma maneira diferente de interação que surgiu não apenas com o desenvolvimento das tecnologias, mas com a Geração Y (pessoas nascidas nas décadas de 1980 e 1990). É a geração conectada, pois nasceu com o acesso facilitado aos meios eletrônicos. A principal ansiedade dessa geração é a inovação proveniente do conhecimento compartilhado.

Boyd e Ellison (2007) definem as ferramentas de redes sociais como sendo serviços baseados na *Web* que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, interagir com outros usuários com quem compartilham uma conexão, e visualizar e percorrer a rede social de cada ator. Para Recuero (2005), uma ferramenta só se caracteriza como uma rede social na *Web* quando há interação entre indivíduos ou grupos de indivíduos (troca de informações, diálogos etc.), e não somente a ligação via *software*.

Assim, entende-se por rede social da *Web* as ferramentas que permitem um diálogo de via múltipla, interação, colaboração e visualização das informações por todos da rede. Nesse sentido, uma rede social corporativa possui as mesmas características de uma rede social da *Web*, porém restrita a um grupo privado.

O que diferencia a rede social corporativa da pública, além da restrição de acesso, são alguns recursos para o planejamento e a implantação de projetos e/ou tarefas que permitem

<sup>3</sup> Na revisão da literatura foi possível verificar outras terminologias utilizadas e que se apresentam como sinônimos de “rede social corporativa”, como por exemplo, “rede social interna”, “mídia social interna”, “rede social privada” e outras.



que as lideranças das bibliotecas reúnam e coordenem atividades de forma que todos os participantes tenham acesso às informações e visualizem as contribuições de que cada integrante ao grupo.

De acordo com Radfaher<sup>4</sup> (2012 apud SOUZA, 2012, p. 28), as “redes sociais privadas” são ferramentas produtivas e menos sujeitas a ruído do que a comunicação por *e-mail* ou uma conversa no corredor. Além disso, são ambientes mais seguros do que as redes sociais públicas para interações entre pessoas de uma mesma empresa.

As redes sociais corporativas permitem uma comunicação mais direta e informal, e a possibilidade de visualização e da participação de todos os funcionários nos conteúdos publicados.

A perspectiva de hierarquia acaba por mudar porque o colaborador que está na base da hierarquia organizacional passa a ter o mesmo alcance e potencial para a troca de ideias que o presidente da empresa. Além disso, o acesso aos altos executivos da companhia torna-se possível para todos os colaboradores apenas com alguns cliques. O relacionamento torna-se linear podendo ser utilizado para efetivar um verdadeiro engajamento dos colaboradores na estratégia, propósitos e valores da empresa. (MERCIO, 2013, p. 72).

É importante não perder de vista a razão da utilização de uma rede social corporativa, além de melhorar a comunicação interna, deve promover um ambiente no qual a disseminação de informações entre as pessoas contribua para o cumprimento das metas estratégicas, missão e objetivos da biblioteca.

Há diversas opções de ferramentas de redes sociais corporativas disponíveis no mercado. Para a escolha da ferramenta que seria utilizada na Biblioteca FEAUSP foi feito uma pesquisa que identificou algumas redes sociais, tais como: Zyncro (<http://www.zyncro.com/br/> - paga), SuaRede (<http://suarede.com.br/> - paga), SocialBase (<http://www.socialbase.com.br/> - paga), Fluig (<http://www.fluig.com/> - paga), Elgg (<http://elgg.org/about.php> - gratuita), Linkazi (<http://www.linkazi.com/Pages/Oquee> - gratuita), Jam ([https://jam4.sapjam.com/site/sign\\_up](https://jam4.sapjam.com/site/sign_up) - gratuita) e Joincube (<http://www.joincube.com/pt> - paga) que foi a ferramenta escolhida.

### 2.2.1 Joincube

<sup>4</sup> RADFAHRER, L. **Enciclopédia da nuvem**: 100 oportunidades e 550 ferramentas on-line para inspirar e expandir seus negócios. Rio de Janeiro: Campus, Elsevier, 2012.



Durante o processo de escolha da rede social corporativa, foram descartadas as opções pagas (na época o Joincube era gratuito), assim, somente foram testadas as ferramentas gratuitas. Entre as opções existentes (Elgg, Linkazi, Jam e Joincube), a Joincube se destacou por causa de seus recursos, aparência e facilidade de manuseio.

O Joincube (figura 1) é uma rede social corporativa que possibilita que as pessoas de uma organização se conectem, se comuniquem, acessem e troquem informações, colaborem entre si e com a organização, planejem tarefas estimulando a produção de conhecimento e a produtividade. (JOINCUBE, 2012).

Figura 1 – Tela inicial da rede social corporativa Joincube



Fonte: Joincube (2014)

As funcionalidades principais do Joincube são:

1. Alerta de novas mensagens;
2. Aplicativos iOS e Android – acesso via celular ao Joincube;
3. Calendário – para anotações e avisos aos participantes do grupo sobre os principais eventos, reuniões, informes etc. Pode ser sincronizado com a agenda do Google;
4. *Chat* – bate papo *online*, por meio de conversas privadas;
5. Compartilhamento de informações – compartilha documentos, vídeos, imagens, *links*, apresentações e planilhas, apresenta ainda pastas compartilhadas para armazenar as informações;
6. Criação de grupos – criação de grupos de trabalho para projetos ou seções;





SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

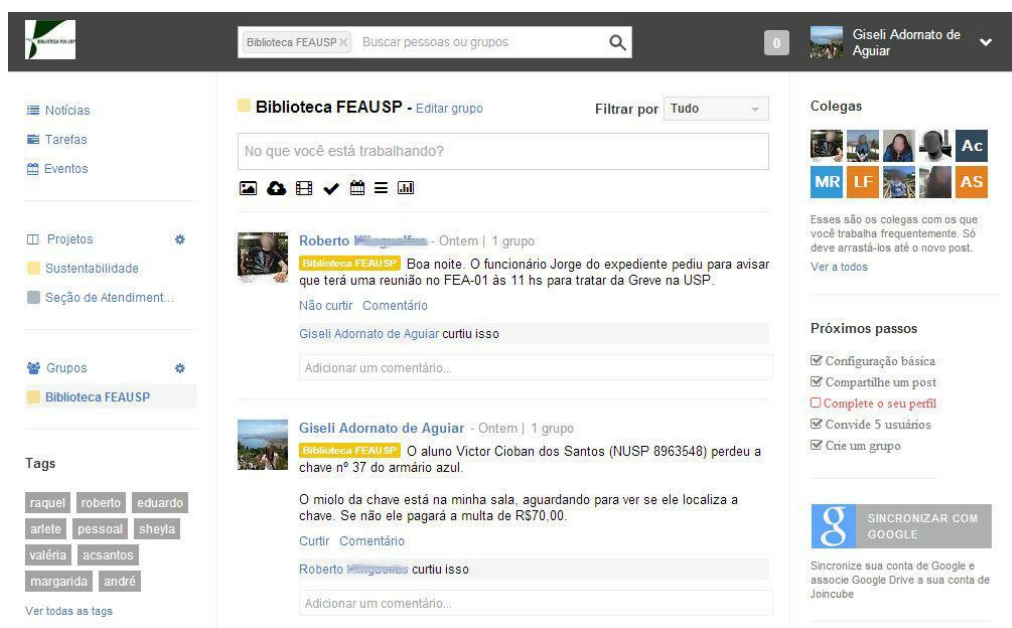
XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

7. Curtir - opção para curtir as mensagens;
8. Ferramenta de busca – possibilita a pesquisa das informações publicadas;
9. Ferramenta estatística – para levantamento de dados de uso, conteúdo e produtividade;
10. Gamificação – distribui pontuação aos integrantes do grupo de acordo com a participação, colaboração e contribuição à rede social;
11. Gerenciador de tarefas – permite a criação e o acompanhamento de tarefas, delimitando a função de cada integrante da equipe;
12. Nuvem de *tags* – apresenta e reúne os termos mais citados;
13. Videoconferência – comunicação por imagem e voz;
14. *@hashtags*<sup>5</sup> – são usados como indexadores, facilitando buscas futuras por usuários ou temas.

Cada integrante do grupo da Biblioteca **FEAUSP** possui uma página pessoal com o seu perfil. É possível criar vários grupos.

A ferramenta não permite a customização da tela, mas possibilita que seja acrescentado o logo da biblioteca, bem como, fotos de seus participantes nos perfis pessoais (figura 2).

Figura 2 – Tela inicial da rede social corporativa da Biblioteca **FEAUSP**



Fonte: Joincube (2014)

<sup>5</sup> “*Hashtags* são compostos pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#). As *hashtags* viram hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca.” (HASHTAG., 2014).



O suporte técnico da equipe do Joincube é rápido e eficiente, o atendimento é em português e várias funcionalidades foram implantadas a partir de sugestões e problemas detectados com o uso da ferramenta pelos funcionários da Biblioteca **FEAUSP**.

### 3 Materiais e Métodos

O trabalho consiste em um relato de experiência da implantação e utilização da rede social corporativa Joincube pela Biblioteca da **FEAUSP** no período de fevereiro de 2014 a maio de 2014.

O Joincube foi escolhido por ser gratuito e por causa de seus recursos e características.

Os sujeitos envolvidos na análise são os funcionários da Biblioteca **FEAUSP**, compostos por 22 participantes da rede social Joincube do total de 26 integrantes da equipe (incluindo dois estagiários e um monitor).<sup>6</sup>

Os instrumentos e técnicas utilizadas para a coleta de dados foram: uma ferramenta estatística disponibilizada pelo próprio Joincube, a aplicação da técnica de pesquisa denominada observação participante, juntamente com reuniões em que se registravam as impressões dos participantes da rede social corporativa da Biblioteca FEA.

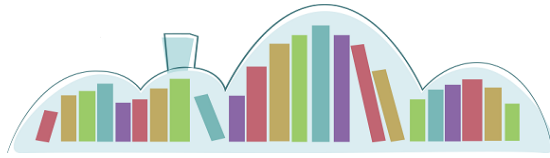
Segundo Marconi e Lakatos (2008, p. 196), a técnica de pesquisa observação participante “consiste na participação real do pesquisador com a comunidade ou grupo.” O observador individual é parte da atividade objeto da pesquisa, ou seja, pertence à mesma comunidade ou grupo que investiga.

Por meio da observação verificou-se o alcance do conteúdo publicado na rede social, os tipos de informações e documentos postados, os comentários, as participações etc. Em paralelo, foram realizadas reuniões periódicas com os funcionários da Seção de Atendimento ao Usuário para colher impressões e opiniões sobre a ferramenta e identificar as melhorias possíveis, as dificuldades, os desafios e as vantagens sentidas com o uso do Joincube.

Para atingir os objetivos propostos, adotou-se o método quantitativo (ferramenta estatística) e qualitativo (observação participante e relatos de experiência dos funcionários).

---

<sup>6</sup> Não participam da rede social corporativa um estagiário, um monitor e dois funcionários que não possuem familiaridade com as tecnologias em geral.



#### 4 Resultados Parciais

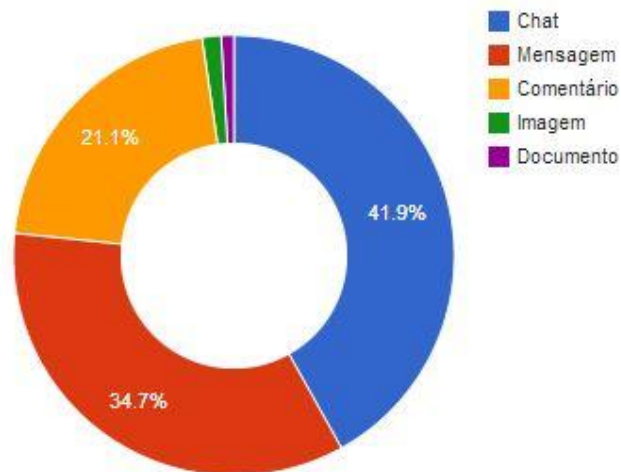
Os dados apresentados se baseiam na ferramenta estatística do Joincube, das observações realizadas e dos relatos dos funcionários que utilizaram a ferramenta.

O Joincube foi testado, inicialmente, em novembro de 2013, pela equipe da Seção de Atendimento ao Usuário da Biblioteca da **FEAUSP**, depois de verificado o potencial da ferramenta, a partir de janeiro e fevereiro de 2014, os funcionários das outras Seções também foram cadastrados.

Não foi necessário um treinamento para a utilização do Joincube, somente explicações básicas, pois os funcionários não tiveram dificuldades no cadastro, preenchimento do perfil e utilização da ferramenta, credita-se isso a sua interface amigável, intuitiva e parecida com o Facebook – uma das redes sociais mais populares atualmente.

As atividades mais realizadas no período de três meses de avaliação foram detectadas pela ferramenta estatística do Joincube e podem ser verificadas no gráfico 1.

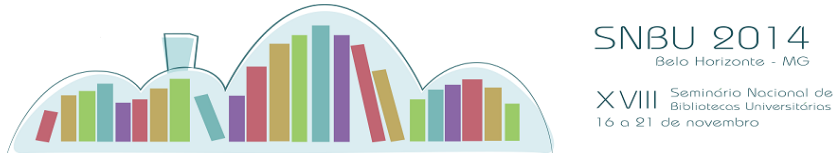
Gráfico 1 – Atividades realizadas pela equipe da Biblioteca **FEAUSP**



Fonte: Joincube (2014)

Pela distância física entre os funcionários, o *chat* se tornou um recurso essencial para a comunicação rápida, avisos e para manter a aproximação e o relacionamento entre os funcionários.

Sobre o conteúdo das mensagens, predominaram os recados, principalmente, com relação à reforma e manutenção do prédio, que ainda se encontra em fase de finalização



(figura 4), e demanda a divulgação de informações constantemente.

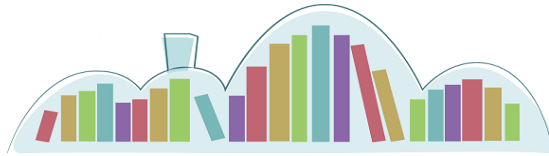
Figura 3 – Exemplo de mensagem sobre a reforma e manutenção do prédio da Biblioteca **FEAUSP**



Fonte: Joincube (2014)

As informações internas sobre a reforma da Biblioteca era um problema grave que foi amenizado com a rede social corporativa. Antes da ferramenta, era difícil que todos tivessem conhecimento de serviços de manutenção essenciais para o funcionamento da Biblioteca FEA.

Figura 4 – Sugestão de novos procedimentos para um serviço da Biblioteca **FEAUSP**



SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

**Valéria** - Faz 2 meses | 1 grupo

**Biblioteca FEAU SP** Acho que precisamos rever o procedimento de reserva na BibLab. Pela segunda vez faço reserva porque esta livre na agenda, mas a sala já está ocupada.

Não curtir Comentário

Sheyla, Roberto & 4 outras pessoas curtiram isso

Mostrar 1 comentários anteriores

**Arlete** Concordo com elas, o agendamento está muito confuso, este negócio de ter chave no balcão e no andar superior está gerando problemas no controle das reservas.  
Faz 2 meses - Curtir 2

**Giseli Adornato de Aguiar** É importante sempre verificar a agenda antes de entregar a chave, pois os alunos erram o número da sala e já percebi que alguns funcionários estão entregando a chave sem verificar a reserva. Se algum grupo passa do horário, é necessário retirá-los, o grupo que vem depois não pode ser prejudicado. É necessário avisar algum funcionário do piso superior, para ir até a sala e informar que o tempo da reserva finalizou. Com relação a agenda, sempre precisa atualizar a página da agenda antes de marcar novas reservas, sem essa atualização não aparecerá as novas reservas feitas por outros funcionários, daí a coincidência de horários. Não centralizamos tudo no balcão do térreo, pois há momentos como ontem que vieram 16 grupos de uma vez e fica inviável para a pessoa do balcão conseguir atender a todos, por sua vez, não é possível centralizar nas salas do atendimento, pois nem sempre há pessoas da equipe todo o tempo nas salas. precisamos ter paciência, com o balcão no piso superior tudo ficará mais fácil.  
Faz 2 meses - Curtir 1

**Roberto** Concentrar no balcão de atendimento irá sobrecarregar quem estiver lá.  
Faz 2 meses - Curtir 2

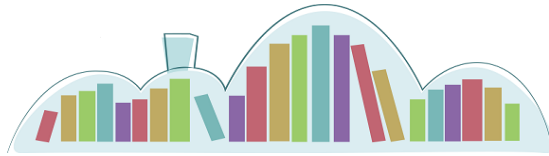
Adicionar um comentário...

Fonte: Joincube (2014)

Foram poucos os conteúdos publicados que propiciaram a colaboração, a participação e a troca de opiniões e informações, a função que predominou foi a de uso da ferramenta como mural de recados. Porém, os poucos casos em que houve temas relacionados aos produtos e serviços da Biblioteca, a interação, a colaboração e a participação aconteceram como no exemplo da figura 4.

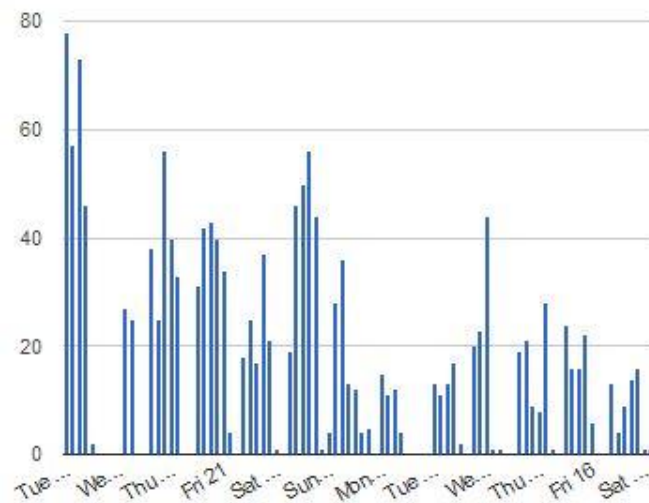
Além da pouca participação dos funcionários com a criação de tópicos com conteúdos relacionados a produtos e serviços da Biblioteca, um desafio atual é a diminuição do uso do Joincube como é possível verificar nos gráficos 2 e 3.

Gráfico 2 – Índice de produtividade (período de 3 meses)



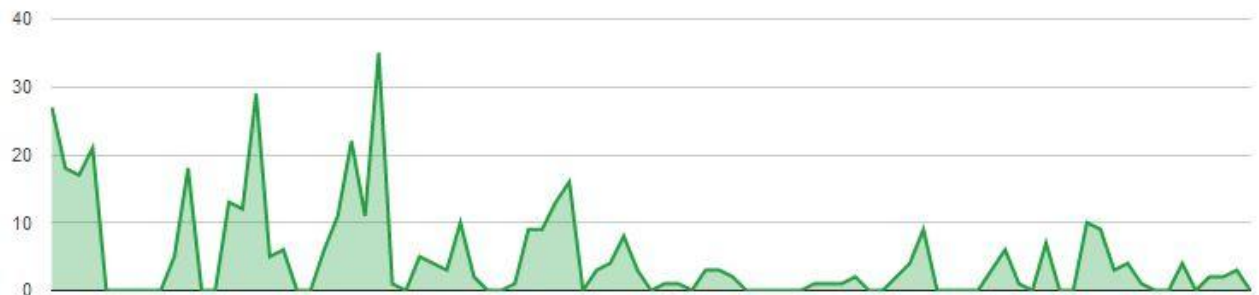
SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro



Fonte: Joincube (2014)

Gráfico 3 – Histórico de utilização (período de 3 meses)

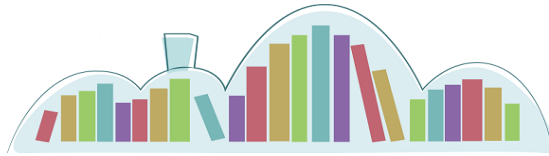


Fonte: Joincube (2014)

A diminuição do uso do Joincube (gráficos 2 e 3) aconteceu a partir do momento do cadastro de toda a equipe da Biblioteca na ferramenta. Em razão de problemas de relacionamentos pessoais, funcionários antes participativos se inibiram diante do acréscimo dos novos colegas e passaram a publicar menos conteúdos. Além disso, um incidente relacionado à interpretação de uma mensagem publicada no Joincube criou atrito entre as Seções da Biblioteca, desestimulando o uso da ferramenta.

Outro desafio detectado é cultural. Foi possível verificar, por meio da estatística de postagem do Joincube, maior envolvimento e participação dos funcionários da Geração Y. Dessa forma, é necessário criar uma cultura de uso, os funcionários de todas as gerações precisam acessar a ferramenta com frequência e mantê-la *online* durante o expediente, para que faça parte de sua rotina o novo canal de comunicação.

Por sua vez, contribuições foram detectadas e se aplicam aos seguintes itens: a



SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG  
XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

ferramenta proporcionou uma maior visibilidade aos colaboradores mais ativos; estimulou os menos participativos a se comprometerem mais com os projetos e atividades; ofereceu um canal de comunicação informal e menos rígido o que possibilitou uma forma mais descontraída de expressão e isso estimulou a participação dos funcionários (figura 5); a vantagem de prover um único ponto de contato para todas as fontes de informação; acesso as informações com menos distorções e maior alcance entre os funcionários.

Figura 5 – Exemplo de mensagem com felicitações para os aniversariantes do mês



Fonte: Joincube (2014).

Como resultado da análise feita até o momento, pode-se dizer que a rede social corporativa da Biblioteca **FEAUSP** apresenta pontos positivos e algumas questões que precisam ser revistas e repensadas, para um melhor aproveitamento da ferramenta.

Devido a pouca literatura na área sobre o tema, recomenda-se a realização de novos estudos e pesquisas teóricas e aplicadas.

## 5 Considerações Parciais

O Joincube atendeu as expectativas da equipe, por isso é uma ferramenta indicada para utilização em bibliotecas e outras instituições.

As dificuldades detectadas no relato de experiência deste trabalho são relacionadas aos



desafios culturais e de relacionamento entre as pessoas da equipe. As ferramentas são novas, mas os problemas continuam os mesmos.

O compartilhamento de arquivos e a divulgação de informações e recados são importantes e válida a adoção da ferramenta pela Biblioteca, pois de fato trouxe um diferencial positivo para a comunicação interna. Porém, uma rede social corporativa apresenta mais possibilidades, elas não se caracterizam apenas como espaços de divulgação e de comunicação, e sim como espaços de participação, colaboração e interação, em que seus usuários discutem ideias, produzem conteúdos e trocam conhecimentos coletivamente. No contexto corporativo, ela pode ser útil também para a gestão do conhecimento.

Sobre os desafios culturais, é necessário convencer internamente o valor desse projeto (os funcionários de todas as gerações). Acrescenta-se a isso, a antiga cultura organizacional da instituição. A possibilidade de um funcionário ser ouvido e apresentar suas opiniões quando não teve um ambiente propício para isso até então, demanda tempo e paciência, não se pode exigir uma mudança de postura de uma hora para outra. Em paralelo, é preciso desenvolver uma cultura em que todos os colaboradores se considerem parte do mecanismo de obtenção e difusão de informações na instituição.

É importante, também, a mudança de postura de alguns integrantes da equipe. É necessária a colaboração de todos em iniciativas que procurem melhorar a comunicação interna da Biblioteca. Agir de forma pessimista às mudanças e considerar a falta de empatia nas relações de trabalho não é uma postura profissional e pode atrapalhar quem está disposto a colaborar e a inovar por meio da rede social corporativa. É obrigação das gerências e de toda equipe buscar ferramentas que contribuam para os processos, produtos e serviços da biblioteca.

Apesar dos desafios, foi válida a adoção da rede social corporativa, se a tecnologia não pode solucionar todos os problemas envolvidos na questão, pode pelo menos, ser o meio que estimule o início das mudanças.

Mesmo diante dessas reflexões, constata-se que a rede social corporativa Joincube contribuiu para a melhoria da comunicação interna e do acesso às informações pelos funcionários da Biblioteca **FEAUSP**.



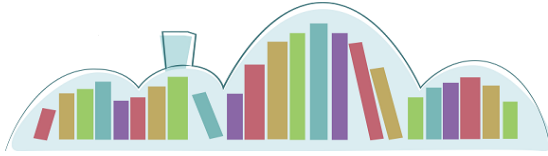


SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

## 6 Referências

- BORDENAVE, J. E. D. **O que é comunicação**. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. 106 p.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Indiana, v. 13, n. 1, art. 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 12 jun. 2012.
- CURVELLO, J. J. A. **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo: Scortecci, 2002. 115 p.
- GREGORIO, C. N.; ROTHERMEL, L. A. Comunicação interna: fatores que promovem a efetividade do trabalho. **Revista de Ciências Sociais do Norte de Mato Grosso – Nativa**, Guarantã do Norte, v. 1, n.1, 2013. Disponível em: <<http://www.revistanativa.com.br/index.php/revistanativa/article/view/25/html>>. Acesso em: 25 maio 2014.
- HASHTAG. In: **Wikipédia: a enciclopédia livre**. [S.l.: s.n.], 2014. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>>. Acesso em: 23 maio 2014.
- JOINCUBE. **A rede social à medida da sua empresa**. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://www.joincube.com/pt>>. Acesso em: 23 maio 2014.
- LI, C. **Liderança aberta: como as mídias sociais transforma o modo de liderarmos**. São Paulo: Évora, 2011. 317 p.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. V. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 315 p.
- MATOS, G. G. **Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2009. 157 p.
- MELO, V. P. C. **A comunicação interna e sua importância nas organizações**. 2009. Disponível em: <<http://www.acmcomunicacao.com.br/wp-content/midias/A-comunicacao-interna-e-sua-importancia-nas-organizacoes-Vanessa-Pontes-Chaves-de-Melo.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2014.
- MERCIO, V. Z. A revolução das mídias sociais: o novo contexto corporativo. In: NASSAR, P. (Org.). **Comunicação interna: a força das empresas**. São Paulo: ABERJE, 2013. p. 69-74.
- PINA, J. P. F. G. **Estudo de caso sobre a comunicação interna nos correios de Cabo Verde: uma abordagem sistêmica**. 2007. 95 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Psicologia Social e das Organizações) – Universidade Jean Piaget de Cabo Verde, Cabo Verde, 2007.



SNBU 2014  
Belo Horizonte - MG

XVIII Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias  
16 a 21 de novembro

RECUERO, R. C. Redes sociais na internet: considerações iniciais, **Ecompós**, v. 2, p. 1-23, abr. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/28/29>>. Acesso em: 28 maio 2011.

SILVA, M. B. da. Comunicação interna e qualidade de vida em um contexto de insegurança organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p. 219-235.

SOUZA, J. V. R. de. **Redes sociais digitais corporativas e a reconstrução dos diálogos organizacionais**: novas abordagens para a comunicação. 2012. 102 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.