



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

Curso de Graduação em Administração a distância

Silvio Sznifer

**Redes Sociais e Ferramentas de Colaboração: A percepção
da sua relevância para os Analistas de TI do Banco do
Brasil**

Brasília – DF

2011

Silvio Sznifer

**Redes Sociais e Ferramentas de Colaboração: A percepção
da sua relevância para os Analistas de TI do Banco do
Brasil**

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof MSc André Luís Arantes

Brasília – DF

2011

Sznifer, Silvio

Redes Sociais e Ferramentas de Colaboração: A percepção da sua relevância para os Analistas de TI do Banco do Brasil / Silvio Sznifer. - Brasília, 2011.

41 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília,
Departamento de Administração - EaD, 2011.

Orientador: Prof. MSc André Luis Arantes, Departamento de
Administração.

1. Redes Sociais. 2. Ferramentas de Colaboração. 3. Colaboração.
4. Relevância da Informação. 5. Conhecimento. 6. Redes Sociais e
Ferramentas de Colaboração: A percepção da sua relevância para os
Analistas de TI do Banco do Brasil. I. Título.

Silvio Sznifer

**Redes Sociais e Ferramentas de Colaboração: A percepção
da sua relevância para os Analistas de TI do Banco do
Brasil**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

Silvio Sznifer

Prof MSc André Luiz Arantes
Orientador

Prof^a. Esp. Talita Freire
Examinadora

Prof MSc André Luiz Arantes
Examinador

Brasília, 11 de Junho de 2011

Dedico esse trabalho a minha esposa Carol que sempre esteve ao meu lado e sempre me incentivou, aos meus pais Clara e Vitor que nunca deixaram de exigir nada menos que o melhor do que eu posso ser e ao meu “amigo-irmão” Emerson que está travando a maior batalha da vida dele.

AGRADECIMENTOS

Agradeço pela ajuda de todos que participaram direta ou indiretamente desses anos de estudo, principalmente ao meu amigo e compadre Gustavo por não deixar faltar a inspiração, aos colegas de EaD Nádia e Cid por me salvar nos momentos de desespero e por último mas não menos importante à minha esposa por aguentar meus momentos de mau humor durante essa empreitada.

RESUMO

Os analistas de TI nas organizações vivem uma realidade cada vez mais competitiva e exigente, com prazos e recursos cada vez mais reduzidos onde são exigidos conhecimentos de variadas ferramentas. Devido a isso, surge a necessidade de formas eficientes e eficazes de consulta e produção de conhecimento. Nesse contexto, a internet e suas diversas ferramentas mostra-se um ambiente fértil com a possibilidade de construção colaborativa de conhecimento. Esta monografia procurou estudar um pouco mais sobre a percepção de relevância e qualidade por parte dos analistas de TI do Banco do Brasil na utilização de algumas dessas ferramentas, assim como relacionar essa percepção com a utilização dessas ferramentas para utilização pessoal. Para isso, foi feita uma pesquisa aplicada quantitativa que demonstrou como algumas dessas ferramentas são consideradas relevantes, mesmo em casos em que não são utilizadas para uso pessoal. Esse resultado serviu também para o atingimento do objetivo de evidenciar para a instituição Banco do Brasil como essas ferramentas são percebidas como relevantes para seus analistas de TI.

Palavras-chave: Redes. Sociais. Colaboração. Conhecimento. Qualidade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Quanto à utilização pessoal.....	24
Figura 2 – Quanto à utilização profissional.....	25
Figura 3 – Quanto à percepção de qualidade e melhores práticas de TI.....	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quanto à utilização pessoal.....	24
Tabela 2 – Quanto à utilização profissional.....	25
Tabela 3 – Quanto à percepção de qualidade e melhores práticas de TI.....	26
Tabela 4 – Cluster 1.....	29
Tabela 5 – Cluster 2.....	29
Tabela 6 – Cluster 3.....	29
Tabela 7 – Cluster 4.....	29

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Formulação do problema	9
1.2 Objetivo Geral.....	10
1.3 Objetivos Específicos	10
1.4 Justificativa.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1 Redes Sociais.....	12
2.2 Comunicação, cooperação e troca.....	13
2.3 Colaboração.....	13
2.4 Opiniões e Informações.....	15
2.5 Blogs e Microblogs.....	15
2.6 Wikipedia.....	16
2.7 Chat.....	17
2.8 Fóruns de Discussão.....	18
2.9 Em busca do conhecimento.....	19
3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	21
3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa.....	21
3.2 Caracterização da organização.....	21
3.3 População e amostra.....	23
3.4 Instrumento de pesquisa.....	23
3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados.....	24
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	28
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	32
REFERÊNCIAS.....	34
Apêndice A – Questionário.....	36

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais, as redes sociais e ferramentas de colaboração são utilizadas como ferramentas de apoio e troca de informação. Na área da Tecnologia da Informação essas ferramentas são amplamente utilizadas e não há conhecimento impossível de ser encontrado nessa estrutura de redes - “*estamos em rede, interconectados com um número cada vez maior de pontos e com uma frequência que só faz crescer.*”

A partir disso, torna-se claro o desejo de compreender melhor a atividade desses coletivos, a forma como comportamentos e ideias

se propagam, o modo como notícias afluem de um ponto a outro do planeta” (COSTA, 2005).

Os fóruns já amplamente utilizados há algum tempo hoje estão acompanhados de redes sociais com comunidades específicas sobre o assunto TI. Além disso, as redes sociais podem proporcionar um meio eficiente para líderes de empresas compreenderem e agregarem valores relacionados à inovação. Nas redes sociais, a informação e a inovação circulam com facilidade e disponibilidade (CROSS e THOMAS, 2009). Nas redes sociais, as pessoas se expressam com o sentimento de liberdade, sabendo que estão sendo “ouvidas” por pessoas com interesses em comum. Essa reunião em torno de interesses em comum dá às empresas uma grande possibilidade de exploração. Exploração de marketing, de relacionamento, bem como possibilita às empresas o esclarecimento de dúvidas dos clientes no momento em que aparecem.

Os blogs trazem conteúdo assinados por pessoas de renome e a Wikipedia provê uma possibilidade infinita de crescimento de conhecimento colaborativo. Porém, com grande poder vem a responsabilidade. Muitos conteúdos produzidos nessas ferramentas são de origem e qualidade duvidosas. “A Internet é uma mídia diferente das outras porque possibilita a comunicação simultânea e de duas vias entre várias pessoas” (SPYER, 2007).

Este estudo procura demonstrar e evidenciar para a organização e seus colaboradores como essas ferramentas sociais e de colaboração podem ser úteis e ter seu uso relevante para os Analistas de TI do Banco do Brasil auxiliando na busca do conhecimento necessário no seu uso diário para a criação de soluções de TI.

1.1 Formulação do problema

Como os analistas da área de TI do Banco do Brasil percebem a relevância das redes sociais e ferramentas de colaboração para o seu ambiente de trabalho ?

1.2 Objetivo Geral

Analisar a percepção dos analistas da área de TI do Banco do Brasil quanto à importância e a qualidade do uso das redes sociais e ferramentas de colaboração em seu ambiente de trabalho, para a disseminação de conhecimento, melhores práticas, saneamento de dúvidas.

1.3 Objetivos Específicos

Para isso, foi efetuada uma pesquisa quantitativa com questões que abordem o dia a dia dos Analistas buscando os seguintes pontos:

- a) Identificar se os analistas utilizam as redes sociais e as ferramentas de colaboração para uso pessoal;
- b) Avaliar a percepção de conteúdo pertinente no entendimento do Analista.
- c) Analisar às melhores práticas de TI para avaliar, segundo a visão do Analista, se essas práticas estão sendo adotadas nos conteúdos encontrados nas ferramentas.

1.4 Justificativa

Essa monografia buscou entender um pouco mais sobre a percepção de relevância e qualidade que as ferramentas disponíveis em um ambiente de vasta informação têm para os Analistas de TI do Banco Brasil. Existem muitas formas dos profissionais da área de TI efetuarem pesquisa, entre elas, livros de referência, tutorias, manuais técnicos. Por meio dessa pesquisa, buscou-se conhecer qual é a percepção de relevância e qualidade que esses profissionais têm em relação às redes sociais e ferramentas de colaboração comparadas a essas outras formas de pesquisa. Buscou-se também identificar se a utilização para uso pessoal tem alguma influência na percepção de relevância para utilização profissional. Essa pesquisa busca também evidenciar à organização a importância dessas novas ferramentas

para seus colaboradores e comprovar a relevância das mesmas como um canal de inovação e conhecimento útil à organização.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Redes Sociais

Segundo Bulgacov, et al. (2006, p.12) “uma rede é composta por um conjunto de relações ou laços entre atores (indivíduos ou organizações)”. Granovetter define redes sociais como um 'conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos’’. As redes sociais, atualmente são muito utilizadas para interações relativas à vida pessoal, mas também têm se mostrado muito úteis para o ambiente organizacional, onde as relações sociais se fazem muito importantes na cultura organizacional. Com o crescimento da utilização das redes sociais, tanto no uso pessoal quanto no uso profissional, muitas empresas já exploram isso, na forma de ações de marketing ou mesmo para estreitar as relações com seus clientes. Segundo Costa (2005, p.10) Rheingold (1996) em sua obra já percebia que as comunidades virtuais não eram apenas lugares onde as pessoas se encontravam, mas também um meio para se atingir diversos fins.

Devido ao crescimento vertiginoso dessas relações sociais, Costa (2005, p.2) evidencia que torna-se claro o desejo de compreender melhor a atividade desses coletivos e a forma como comportamentos e ideias se propagam.

Devido a esse crescimento, ampliam-se as possibilidades e o conteúdo produzido é amplo. Conforme Spyer (2007, p. 66), “a Web cresce mais rápido que as tecnologias disponíveis para fazer a indexação dos sites”.

Com a essa grande quantidade de informação, quem quiser encontrar algo relevante nessas grandes redes deve direcionar parte de seu esforço para, segundo Cross e Thomas (2009, p. 221) desenvolver as conexões corretas; não de todo e qualquer indivíduo para os demais, mas das pessoas certas para outros que estão nos rumos corretos para atingir objetivos específicos. Nem todo o conteúdo que se encontra na redes sociais é relevante. Deve ser papel da pessoa que utiliza filtrar o conteúdo que

lhe interessa, bem como avaliar a validade do conteúdo que está sendo produzido por si mesmo.

2.2 Comunicação, cooperação e troca

A rede é constituída por interações que visam a comunicação, troca e ajuda mútua, e emerge a partir de interesses compartilhados e de situações vivenciadas (BASTOS et al, 2006). Segundo Terra(2008, p. 33)

entendemos que o conceito de comunicação de mão dupla remonta à história das relações públicas, que desde o surgimento se valem da direcionalidade abrangente do processo comunicativo, bem como se preocupam com a abertura de vias de diálogo entre as partes para as quais trabalham.

Ao longo do tempo a comunicação vem evoluindo e abrindo o leque de possibilidades - “A internet é uma mídia diferente das outras porque possibilita a comunicação simultânea e de duas vias entre várias pessoas” (SPYER, 2007). Essa evolução e suas conseqüentes ferramentas possibilitam novas formas de troca e cooperação. Ainda segundo Rheingold apud Spyer (2007, p.30),

trocas online acontecem dentro de um modelo econômico conhecido como economia de doação, no qual ajuda e informação são oferecidas como favores ou presentes, sem expectativas de retribuição direta e imediata”. Podemos destacar aqui os termos “direta e imediata.

A partir dessa afirmação podemos inferir que esse comportamento irá gerar um benefício mutuo na medida em que todos se beneficiam com essas trocas on-line. Segundo Bastos et al (2006, p.30), as redes são sempre formadas por atores ligados por diferentes tipos de laços que envolvem trocas ou transações e assim podem ser usados diferentemente por indivíduos em diversas situações.

2.3 Colaboração

Com a evolução das formas de comunicação e a difusão das redes sociais, muitas possibilidades foram criadas. Segundo Spyer (2007, p. 26)

a aplicação do termo software social pressupõe que a internet em si seja uma grande plataforma colaborativa para a sociedade se comunicar e trocar experiências desde o nível local ao mundial.

Ainda segundo Spyer, ambiente colaborativo é o espaço onde os usuários convivem, se relacionam e compartilham informações. E os usuários que utilizam esses ambientes colaborativos devem contribuir para o seu conteúdo. Como vimos no conceito de troca e ainda segundo Hunt (2010, p.106), as interações dos usuários devem ser significativas e autênticas, o usuário precisa ser alguém que contribua tanto quanto ganha.

A colaboração feita de diversos locais e feitas por pessoas de culturas e conhecimentos de diversos níveis acaba gerando conhecimento de uma forma completa. Conforme CSILLAG, et al. (2010, p. 5)

tal diversidade tende a levar a uma rede de pesquisadores fragmentada e pouco densa ao nível global, mas coesa ao nível local, por compartilhamento de abordagens na condução do trabalho científico.

Bozeman e Corley (2004), apud Araújo (2010, p.4), criaram uma lista de razões para a colaboração. Ela adviria da necessidade: (1) de acesso a conhecimento, (2) de acesso a equipamentos e a recursos, (3) de encorajar fertilização cruzada através das disciplinas, (4) de acesso a fundos, (5) de se obter visibilidade ou prestígio, (6) de adquirir conhecimento tácito sobre uma técnica, (7) de aumentar a produtividade, (8) de ajuntar conhecimentos para resolver um problema complexo, (9) de educar um aluno, (10) de aumentar a especialização da ciência e (11) por divertimento ou por prazer.

2.4 Opiniões e Informações

Dentro dessas comunidades, redes sociais e ambientes colaborativos, existe uma grande quantidade de informações e opiniões de um grande número de profissionais que lidam diretamente com o conhecimento. Conforme Kimura et al (2006, p.3)

a intensidade das redes e a confiança mútua dependem do consenso dos indivíduos que nelas interagem quanto à opinião que possuem sobre os demais, formada a partir da percepção sobre o outro, a qual reforçará, ou não, o comportamento de cada um.

Ainda segundo Kimura (2006) o consenso é extremamente importante numa sociedade muito fragmentada, em que os métodos de gestão *top-down* não mais se mostram efetivos e é necessário buscar soluções criativas, além de promover a cooperação, o comprometimento e o compartilhamento de visões.

Rheingold (1996) apud Costa (2005) evidencia as redes sociais como um instrumento prático potencial. Segundo Hunt (2010, p.2), “as pessoas estão nas redes sociais para se conectar e construir relacionamentos”. Ainda conforme Rheingold (1996, p.82) apud Costa (2005, p. 11),

quando surge a necessidade de informação específica, de uma opinião especializada ou da localização de um recurso, as comunidades virtuais funcionam como uma autêntica enciclopédia viva. Elas podem auxiliar os respectivos membros a lidarem com a sobrecarga de informação.

Como foi visto, há muito o que se pode fazer e retirar nessas comunidades. E o mundo corporativo não pode deixar esse movimento de lado. Tanto para os seus colaboradores quanto em relação aos clientes. Segundo Hunt (2010, p.105) “seus clientes estão se reunindo cada vez mais on-line, se expressando através de uma infinidade de ferramentas e comunidades on-line”. Portanto, essa monografia tem a proposta de estudar um pouco mais sobre essas aplicações.

2.5 Blogs e Microblogs

“A Internet não seria tão interessante se não existissem os blogs e a Wikipedia. Especialistas apostam que o futuro da comunicação e dos profissionais dessa área passa necessariamente pelo domínio de ferramentas assíncronas, que apareceram nos anos 1990 e se destacam pela simplicidade de funcionamento” (SPYER, 2007)

Organizados de forma cronologicamente inversa, os blogs se apresetam como ferramentas úteis e de fácil utilização para pessoas de qualquer nível de conhecimento de TI. Mesmo aqueles que pretendem divulgar seus conhecimentos na grande rede, existem inumeras ferramentas e sites prontos para a hospedagem de blogs pré-formatados(Blogger - www.blogspot.com, Twitter - www.twitter.com). Basta uma ação similar a um envio de e-mail para que (SPYER, 2007) o conteúdo já esteja disponível, on-line, para o mundo. Segundo Spyer (2007, p.53) apesar de frequentemente associado à diários adolescentes, o blog é um veículo conceitualmente superior. É uma ferramenta de articulação social. Ainda segundo Spyer o termo “blog” vem da união das palavras “Web” e “log”, sendo que “log” significa a entrada ou registro de fatos ou acontecimentos em um diário. Devido a essa característica, blogs podem ser ferramentas muito uteis para a busca de conhecimentos. Segundo Ferrada (2005) apud López (2010, p. 5)

Weblogs, blogs ou weblogs, são os recursos informacionais em formato Web, seja em texto ou imagens, em que uma pessoa ou grupo de pessoas (física ou jurídica), introduzido em ordem cronológica de notícias, opiniões, dicas, artigos, reflexões ou qualquer outro conteúdo que considerem de interesse, que muitas vezes estão ligadas a outros recursos da Web e cuja réplica é ou não permitida ou controlada pelo dono do blog.

Como as postagens permanecem registradas, mesmo discussões antigas podem ser fontes de esclarecimento para pessoas que estão em busca da mesma informação. Nesse cenário e através dessa ferramenta, conforme López (2010, p.5) os usuários podem se tornar emissores de informação.

2.6 Wikipedia

“Essa ferramenta é a solução mais eficiente para a redação colaborativa, mas para ser útil, exige dos participantes a capacidade de hierarquizar a informação.” (SPYER, 2007)

Wikipedia utiliza a ferramenta Wiki e é uma coleção de muitas páginas interligadas e cada uma delas pode ser visitada e editada por qualquer pessoa. Uma característica notável das ferramentas Wiki é a facilidade de edição e a possibilidade de criação de textos de forma coletiva e livre, enquanto que em as outras páginas na Web são como vitrines de informação, você pode olhar mas não pode por a mão (SPYER, 2007). Ainda segundo Demo (2010, p.8), “Tecnologia generativa é a que se mantém aberta a ulterior manipulação em seus terminais, cultivando colaborações livres e dinâmicas de mudança sem fim”. Segundo Spyer (2007, p. 57) a palavra Wiki vem da expressão havaiana “wiki wiki” que pode ser traduzida informalmente para o português como “rapidinho”, no sentido de ser uma coisa sem complicações. Nessas ferramentas, o usuário pode criar textos, com links para outros textos de forma simples e rápida. Dessa forma, pode construir uma hierarquia para a informação, diferindo dos blogs que organizam as informações de forma cronológica. Nesse tipo de estrutura podemos destacar a colaboração como maior característica, uma vez que um conteúdo produzido por um usuário pode ser diretamente modificado e até mesmo apagado por qualquer outro usuário. Esses conteúdos, permanecem disponíveis sem para consulta sem custo. Segundo LIH (2009 apud Demo(2010, p.9) “há compromisso declarado dos participantes de não permitir a mercantilização da produção”.

2.7 Chat

“Ferramenta que iniciou usuários nos anos 1990 na comunicação de muitos com muitos, perdeu espaço e agora vem sendo redescoberta.”

Ao contrário das ferramentas apresentadas anteriormente, trata-se de um ferramenta síncrona de comunicação e colaboração. Segundo Prado, et al (2009, p.2) a Internet possui algumas ferramentas de comunicação consolidadas que são utilizadas cotidianamente pela maioria dos internautas. Nesse contexto, esses usuários se comunicam diretamente como um fórum on-line. Segundo Spyer (2007, p. 39) a dinâmica de funcionamento do chat é parecida com a das mesas de bar, onde muitas pessoas, conhecidas ou não entre si, falam e escutam conversas distintas simultaneamente. Segundo Prado, et al (2009, p. 2) “o hipertexto coletivo é compreendido como uma rede de múltiplos saberes em movimento, de caráter ativo e dinâmico e dependente da coletividade”. Ainda conforme Spyer, a sala de chat registra o conteúdo das conversas, permitindo que ele seja consultado ao longo da duração da conversa. Conforme Prado et al (2009, p.2) “a Comunicação mediada por Computador vem afetando a sociedade e influenciando as pessoas no decorrer de suas vidas e o entendimento sobre o conceito de comunidade”.

2.8 Fóruns de Discussão

“Permitem a colaboração em diversas frentes e organizam o conteúdo para deixar as discussões em evidência.” (SPYER, 2007)

Assemelha-se a um mural virtual e permite que todos os participantes leiam o conteúdo e colaborem, incluindo comentários ou novas dúvidas. Tem característica assíncrona e possibilita que a informação fique registrada para posterior pesquisa de novos usuários. Conforme Spyer (2007, p. 46) possibilita que a audiência dialogue entre si a partir de anúncios. Segundo Oliveira, et al (2007, p.5) é intrínseco ao homem aprender e usar deliberadamente o conteúdo da aprendizagem, constituindo fenômeno humano da autonomia e autocriação.

Ainda segundo Spyer (2007, p.47) os fóruns continuam populares pois, ao contrário dos blogs, onde o foco fica nos conteúdos mais recentes, o mural permite que várias frentes de discussão estejam abertas simultaneamente e, em relação ao wiki ele tem uma estrutura de publicação mais rígida que ajuda na hora de recuperar informações. Cabe ressaltar aqui a maleabilidade atual dos objetos tecnológicos,

pois aceitam configurações ou vêm com um repertório de ações concebidas para simular uma relação de interatividade com outro ser virtual, tentando provocar os mecanismos de autonomia e autociração (OLIVEIRA, et al, 2007).

Alguns fóruns possibilitam ainda que os usuários atribuam notas aos comentários colocados no fórum. Segundo Hunt (2010, p. 4) essa ferramenta atribui uma reputação ao usuário com base em suas ações positivas ou negativas.

2.9 Em busca do conhecimento

Como apresentado anteriormente, essa pesquisa buscou demonstrar a percepção de relevância das referidas ferramentas na busca de conhecimento. Na área de TI, assim como em muitas outras, o conhecimento é fundamental para o atingimento dos objetivos da organização dentro do que é esperado pela mesma. Segundo Drucker (1993) apud Fiuza (2011, p.18), na sociedade do conhecimento, este não é mais apenas um recurso, ao lado do trabalho, capital e terra, mas sim o único recurso significativo atualmente.

É inegável, de todo modo, que o desenvolvimento da informática e das tecnologias da informação e comunicação promoveram mudanças nas relações entre os seres humanos e desses com o meio, assim como é notório que as tecnologias de informação e comunicação passaram a desempenhar um papel importante na estrutura organizacional das sociedades, permitindo processamento, armazenamento, difusão e elaboração permanente do conhecimento (PRADO, et al, 2009).

E o conhecimento pode ser gerado de várias formas. Conforme Nonaka e Takeushi (1997) apud Fiuza (2011, p.18) a criação do conhecimento ocorre em três níveis: do indivíduo, do grupo e da organização. Nas redes sociais e ferramentas de colaboração, o conhecimento gerado em grupo se apresenta de forma completa e muitas vezes até extrapola a proposta inicial. Segundo Prado, et al (2009, p.2) esse processo de modernização científica e tecnológica tem gerado novas formas de construção de conhecimento e de relação com o mundo do trabalho. Esse conhecimento gerado em grupo encontra-se disponível nessas ferramentas e os

analistas de TI tem a necessidade de encontra-los para auxiliar na criação de soluções de TI. Segundo Barbosa, et al (2008, p.3)

a necessidade de informação dos indivíduos decorre dos papéis desempenhados por eles na vida social. Dentre esses papéis, destaque especial deve ser atribuído ao trabalho. No desempenho desse papel, os indivíduos usam a informação: a) ao atribuir significados para a compreensão do ambiente em que atuam (WATERMAN, 1990; CHOO, 1998); b) na construção de conhecimento e desenvolvimento de competências pessoais; e c) na tomada de decisão sobre cursos de ação alternativos (MIRANDA,2006).

A adequação da informática na prática profissional é indispensável, principalmente pela velocidade de transformações a qual o mundo é acometido constantemente, sendo que tanto as organizações como os profissionais devem se preparar para enfrentar estes desafios (PRADO, et al, 2009).

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

O propósito dessa monografia foi analisar a percepção de relevância das redes sociais e ferramentas de colaboração para os Analistas de TI do Banco do Brasil. Para isso, foi efetuada uma pesquisa descrita conforme a seguir.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

A pesquisa que foi realizada é do tipo aplicada e quantitativa. Realizada no Banco do Brasil, na Diretoria de Tecnologia e foi direcionada aos analistas e colaboradores daquela diretoria.

O questionário aplicado é composto de perguntas fechadas, de múltipla escolha.

Quanto à natureza do relacionamento entre as variáveis, tratou-se de uma pesquisa descritiva.

A forma de coleta de dados escolhida foi por comunicação com levantamentos amostrais *ad hoc*.

3.2 Caracterização da organização

O Banco do Brasil é uma instituição financeira de economia mista. Segundo o site do banco sua missão é “ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e contribuir para o desenvolvimento do País”.

Ainda disponível no site da empresa

foi o primeiro banco a operar no País e, hoje, é a maior instituição financeira do Brasil. Em seus mais de 200 anos de existência, acumulou experiências e pioneirismos, participando vivamente da história e da cultura brasileira. Sua marca é uma das mais

conhecidas e valiosas do País, acumulando ao longo de sua história atributos de confiança, segurança, modernidade e credibilidade. Com sólida função social e com competência para lidar com os negócios financeiros, o Banco do Brasil demonstrou que é possível ser uma empresa lucrativa sem perder o núcleo de valores - o que sempre o diferenciou da concorrência.

A pesquisa foi realizada na Diretoria de Tecnologia do Banco do Brasil. Essa diretoria tem por função fornecer soluções de TI, tanto em infraestrutura de hardware como desenvolvimento de software, bem como suporte a operações de negócio. A Diretoria de TI do Banco do Brasil funciona de forma geral no atendimento por demanda às Unidades de Negócio do Banco do Brasil. Quando é identificada nas Unidades de Negócio uma necessidade que envolva recursos de TI, essa Unidade entra em contato com a Diretoria de TI para apresentação de necessidade. A necessidade é então analisada, detalhada e classificada em Projeto ou em Demanda expressa (necessidade mais rápida e simples). Após a classificação, a necessidade é apreciada em comitês para a priorização da necessidade frente à outras necessidades novas ou pré-existentes. Após a priorização é feita a definição de cronograma de atendimento e a necessidade é enviada para desenvolvimento. Após a execução, o recurso entra em fase de testes para então ser implantado.

Dentre os projetos executados pela Diretoria de TI do Banco do Brasil, podemos citar projetos de melhorias em canais de atendimento, ampliação de capacidade para comportar o aumento de clientes, projetos de segurança bancária, criação de recursos de TI para suportar novos produtos e serviços, projetos que atendam necessidades de legislação, entre outros.

Para a condução dos projetos de TI, a Diretoria de Tecnologia utiliza um processo de desenvolvimento baseado nas regras do Mps.br (Melhoria de Processos do Software Brasileiro – Softex).

Além do atendimento de necessidades das áreas de negócio a Diretoria de TI tem a função da manutenção de recursos de TI existentes e participa ativamente das melhorias no ambiente de TI sugerindo novos serviços e inovações visando o aumento de competitividade do Banco do Brasil.

3.3 População e amostra

A pesquisa foi realizada na Diretoria de Tecnologia do Banco do Brasil. Como população para a pesquisa foram escolhidos os funcionários e colaboradores daquela Diretoria. Devido à grande quantidade de analistas (cerca de 4000 pessoas, dentre funcionários e colaboradores), a amostra foi focada nos Desenvolvedores de aplicações Web. Essa amostra foi escolhida também pela afinidade com o tema de redes sociais e ferramentas de colaboração. A referida Diretoria é dividida em Gerências que acumulam funções agregadas por afinidade de assunto. Cada gerência é composta por divisões. As principais ferramentas web do Banco do Brasil são desenvolvidas na Gecap (Gerência de Construção de Aplicações), mais precisamente na divisão 2 que é composta por 3 equipes. Devido a essa separação, a amostra foi definida com a totalidade de analistas dessas equipes que tem 90 pessoas dentre funcionários e colaboradores. Por terem sido escolhidos a totalidade de analistas desenvolvedores web e não ter sido usado nenhum outro critério ou cálculo a amostra é não probabilística. Existem muitos outros desenvolvedores web na população escolhida, porém como a organização concentra seu desenvolvimento web nessas 3 equipes a amostra representa aquele perfil que se quer pesquisar (desenvolvedores web).

3.4 Instrumento de pesquisa

O instrumento de pesquisa foi composto da identificação, uma breve explicação do motivo da pesquisa e uma explicação de como deveriam ser respondidas as questões. Após as explicações, um questionário de 15 perguntas. As primeiras 5 perguntas tiveram como respostas possíveis “SIM” ou “NÃO” e tiveram o objetivo de avaliar o uso ou não das redes sociais e ferramentas colaborativas no dia a dia do Analista com o caráter pessoal. Essas 5 questões tem a finalidade de obter a percepção dos analistas quanto ao primeiro objetivo (a). Na segunda parte, 5 perguntas com quatro valores de resposta possíveis: “IRRELEVANTE”, “POUCO RELEVANTE”, “RELEVANTE” ou “MUITO RELEVANTE”. Essas 5 questões tiveram

o objetivo de avaliar a relevância profissional das redes sociais e ferramentas de colaboração, relacionado ao segundo objetivo (b). Por último, 5 perguntas que tiveram o objetivo de avaliar a opinião dos analistas de TI quanto a qualidade da informação obtidas nas ferramentas em questão. Essas perguntas foram valoradas em “Nenhuma qualidade”, “Baixa qualidade”, “Qualidade aceitável” ou “Alta Qualidade” e tem a finalidade de avaliar a percepção dos analistas quanto ao terceiro objetivo (c).

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Foi enviada solicitação formal ao Gerente responsável pela Divisão para receber autorização para a pesquisa. Após essa autorização, o questionário foi entregue aos analistas em uma folha de papel. Em alguns casos o questionário foi enviado por e-mail e respondido de forma digital.

Os questionários da pesquisa foram distribuídas nos dias 09/05/2011 e 10/05/2011 e foram coletadas no dia 16/05/2011 e 17/05/2011.

Dos 90 analistas da amostra escolhida, 54 analistas responderam o questionário, correspondendo à 60 % da amostra escolhida.

Após a aplicação do questionário as respostas recebidas foram tabuladas em planilhas eletrônicas utilizando-se o Software Calc do pacote BrOffice. Foi feita uma análise estatística do resultado, fazendo uma análise de porcentagem e foram confeccionados gráficos para análise gráfica.

Além dos gráficos, também foi feita análise utilizando o Método CLUSTER agrupando questões que se referem à mesma ferramenta. Isso foi feito para a percepção de relevância e qualidade da informação para os analistas que não utilizam algumas ferramentas para uso pessoal.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após recolhidas as respostas dos questionários, os dados foram tabulados conforme foi mostrado nas figuras e tabelas. Através dos gráficos foi possível ter uma visão comparativa entre os números, enriquecendo as conclusões.

A primeira parte do questionário tratava da utilização das redes sociais e ferramentas de colaboração para uso pessoal. A intenção dessa parte do questionário é avaliar se os analistas que usam essas ferramentas em âmbito pessoal também entendem como relevante seu uso profissional assim como entender se os analistas que não utilizam as ferramentas de forma pessoal não consideram como relevante para uso profissional.

Referente à Parte I do questionário, foi gerada a Tabela 1 e a Figura 1, conforme abaixo:

Parte I – Quanto à utilização pessoal				
	Sim		Não	
Redes sociais	49	90,74%	5	9,26%
Fóruns ou Grupos de discussão	32	59,26%	22	40,74%
Blog ou Microblog	22	40,74%	32	59,26%
Chat on-line	43	79,63%	11	20,37%
Ferramenta de Colaboração (Wikipedia)	46	85,19%	8	14,81%

Tabela 1

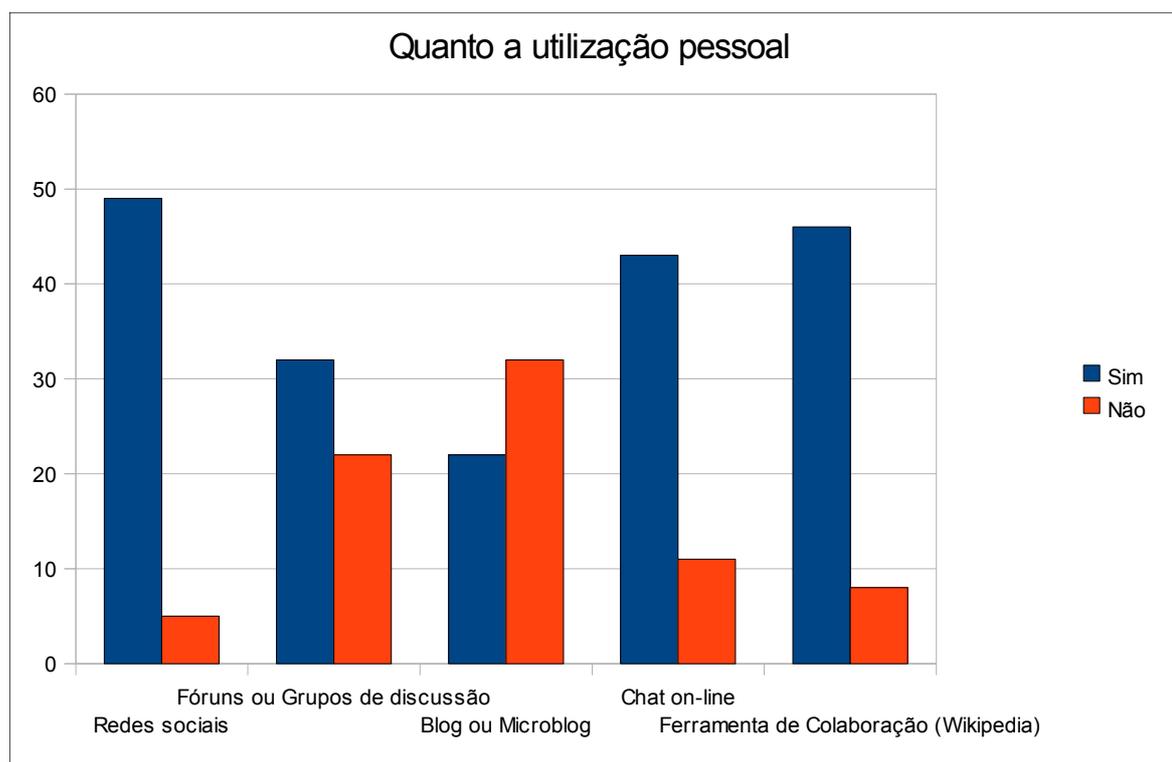


Figura 1

Como vimos na tabela e na figura da Parte I do questionário, a grande maioria dos analistas de TI (90,74%) utiliza as redes sociais para uso pessoal. Essa diferença ficou evidenciada no gráfico que demonstra que é a maior diferença entre as respostas da Parte I. Ainda na parte podemos verificar que a maioria dos analistas de TI do BB (59,26%) utiliza fóruns ou grupos de discussão para uso pessoal. Podemos destacar aqui que uma parte considerável dos analistas que responderam não utilizam (40,74 %). Seguindo com a análise da Parte I do questionário foi verificado que a maioria dos analistas (59,26%) não utiliza blogs ou microblogs para uso pessoal, novamente com pouca diferença para aqueles que utilizam. Finalizando a análise da primeira parte do questionário foi verificado que a maioria dos analistas utiliza Chat on-line (79,63 %) e a Wikipédia (85,19 %) para uso pessoal.

Na segunda parte do questionário foi avaliado a percepção de relevância dos analistas de TI do BB com relação a utilização das redes sociais e ferramentas de colaboração para uso profissional. Parte do objetivo dessa pesquisa é demonstrar a instituição justamente o quanto essas ferramentas são relevantes no dia a dia dos analistas de TI, já que algumas delas são bloqueadas para uso em ambiente interno no Banco do Brasil.

Referente à Parte 2 do questionário, foi gerada a Tabela 2 e a Figura 2, conforme abaixo:

Parte II – Quanto à utilização profissional								
	Irrelevante		Pouco relevante		Relevante		Muito relevante	
Redes sociais	10	18,52%	17	31,48%	20	37,04%	7	12,96%
Fóruns ou Grupos de discussão	2	3,70%	9	16,67%	16	29,63%	27	50,00%
Blog ou Microblog	10	18,52%	16	29,63%	18	33,33%	10	18,52%
Chat on-line	8	14,81%	13	24,07%	20	37,04%	13	24,07%
Ferramenta de Colaboração (Wikipedia)	0	0,00%	12	22,22%	18	33,33%	24	44,44%

Tabela 2

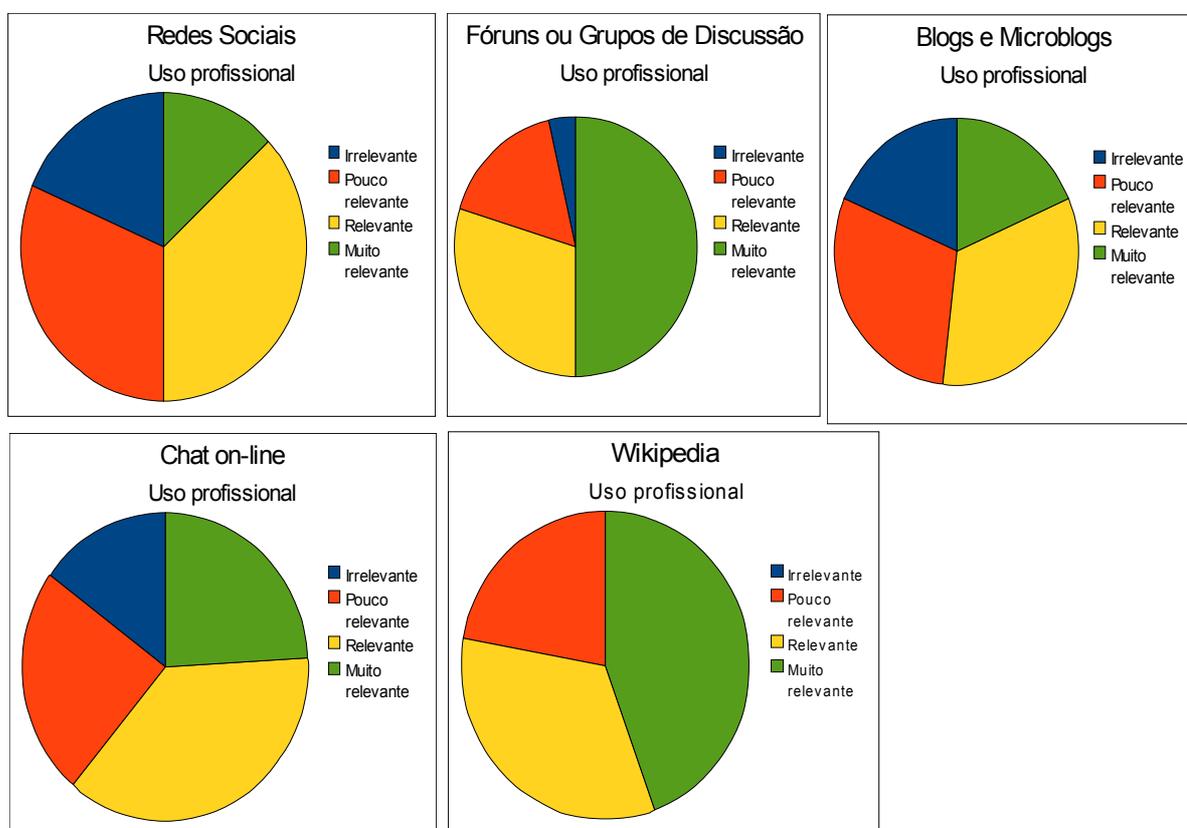


Figura 2

Analisando a tabela e a figura da Parte II, podemos verificar que as Redes sociais são consideradas de pouca relevância por 31,48% dos analistas, apesar da maioria dos analistas utilizarem as redes sociais em âmbito pessoal. Já 37,04 % dos analistas percebe as redes sociais à como relevantes no dia a dia profissional. Continuando com análise da segunda parte do questionário, podemos verificar que metade (50%) dos analistas considera muito relevante a utilização de fóruns e grupos de discussão, enquanto que 29,63% dos analistas considera relevante a utilização dessa ferramenta. Os fóruns e grupos de discussão são ferramentas que

possibilitam uma ampla discussão em torno de um tema ou problema apresentado pelos participantes. Normalmente os temas são discutidos à exaustão e são apresentadas diversas soluções para o mesmo problema. Alguns temas ainda extrapolam o tema inicial do fórum, fazendo com que a discussão seja ainda mais enriquecida. Apesar dos analistas perceberem os fóruns como relevantes para o seu dia a dia profissional podemos ver que isso não se reflete no uso pessoal. Os blogs e microblogs foram percebidos como relevantes para 33,33% dos analistas e pouco relevantes para 29,63% dos analistas. O Chat on-line foi considerado relevante para 37,04% e muito relevante para 24,07% dos que responderam, demonstrando que a maioria dos analistas percebe a relevância dessa ferramenta em ambiente de trabalho. Seguindo o resultado dos fóruns, a ferramenta de colaboração Wikipédia é percebida por 77,77% dos analistas como relevante(33,33%) ou muito relevante(44,44%). Essa ferramenta possui uma capacidade muito elevada para a área de TI devido a sua hierarquização da informação e a possibilidade de colaboração direta de pessoas de todo o mundo. Analisando o questionário como um todo, podemos ainda verificar que nenhuma das ferramentas foi considerada Irrelevante pela maioria absoluta dos analistas de TI.

A última parte do questionário visou avaliar a percepção de qualidade das informações contidas nas redes sociais e ferramentas de colaboração.

Referente à Parte 3 do questionário, foi gerada a Tabela 3 e a Figura 3, conforme abaixo:

Parte III – Quanto à percepção de qualidade e melhores práticas de TI								
	Nenhuma qualidade		Baixa qualidade		Qualidade aceitável		Alta qualidade	
Redes sociais	7	12,96%	11	20,37%	31	57,41%	5	9,26%
Fóruns ou Grupos de discussão	1	1,85%	10	18,52%	25	46,30%	18	33,33%
Blog ou Microblog	2	3,70%	17	31,48%	28	51,85%	7	12,96%
Chat on-line	7	12,96%	11	20,37%	28	51,85%	8	14,81%
Ferramenta de Colaboração (Wikipedia)	2	3,70%	7	12,96%	30	55,56%	15	27,78%

Tabela 3

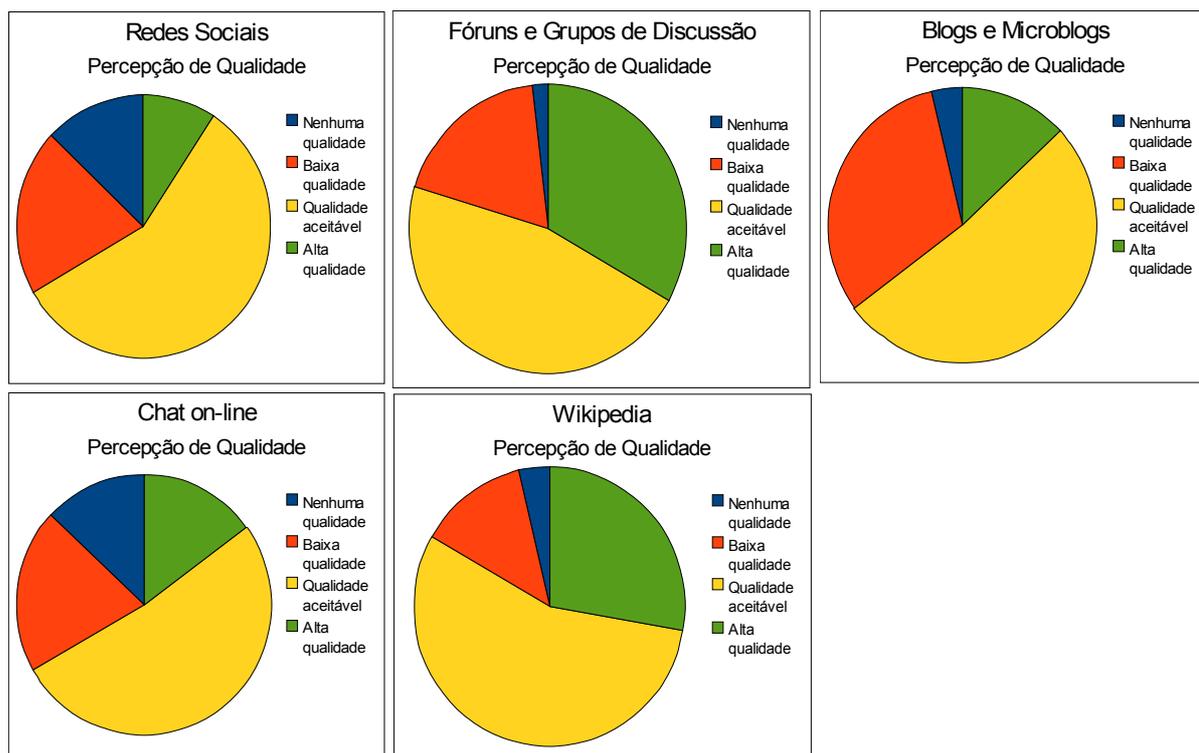


Figura 3

Podemos verificar pelo números e visualizar facilmente pelo gráficos do tipo "Pizza" que a maioria dos analistas considerou de qualidade aceitável as informações contidas em todas as ferramentas pesquisadas. Dos entrevistados, 57,41% considerou de aceitável a qualidade da informação nas redes sociais, 51,85 % nos blogs e microblogs, 51,85% nos chats on-line e 55,56% na Wikipédia. Podemos destacar que 33,33% considera de alta qualidade as informações contidas nos fóruns e grupos de discussão e 27,78 % na ferramenta de colaboração Wikipédia. Vale ressaltar ainda que 12,96% dos entrevistados considera de nenhuma qualidade as informações encontradas nas Redes Sociais e compartilhadas nos chats on-line. Por ultimo, foi utilizado o método de CLUSTER para avaliar a percepção de relevância quanto ao uso profissional e a percepção de qualidade da informação para aqueles analistas que não utilizam as ferramentas para uso pessoal. Foram destacadas nessa pesquisa os Fóruns e Grupos de Discussão assim como os Blogs e Microblogs pois esses tiveram quantidades significativas de analistas que não utilizam para uso pessoal. Os resultados foram compilados em tabelas, conforme abaixo:

Cluster 1 – Relevância profissional para os analistas que não utilizam fóruns e Grupos de Discussão para uso pessoal		
Irrelevante	2	9,09%
Pouco Relevante	5	22,73%
Relevante	6	27,27%
Muito relevante	9	40,91%
Total	22	

Tabela 4

Cluster 2 – Relevância profissional para os analistas que não utilizam Blogs e Microblogs para uso pessoal		
Irrelevante	9	28,13%
Pouco Relevante	10	31,25%
Relevante	11	34,38%
Muito relevante	2	6,25%
Total	32	

Tabela 5

Cluster 3 – Qualidade da informação para os analistas que não utilizam Fóruns e Grupos de Discussão para uso pessoal		
Nenhuma qualidade	1	4,55%
Baixa qualidade	3	13,64%
Qualidade aceitável	12	54,55%
Alta qualidade	6	27,27%
Total	22	

Tabela 6

Cluster 4 – Qualidade da informação para os analistas que não utilizam Blogs e Microblog para uso pessoal		
Nenhuma qualidade	2	6,25%
Baixa qualidade	12	37,50%
Qualidade aceitável	14	43,75%
Alta qualidade	4	12,50%
Total	32	

Tabela 7

Conforme a Tabela 4, podemos perceber que 40,91% percebem como muito relevante e 27,27% como relevante para uso profissional. Isso demonstra que mesmo aqueles não utilizam a ferramenta para uso pessoal, utilizam e julgam relevante seu uso em ambiente profissional. Ainda analisando quanto às ferramentas de Fóruns e Grupos de Discussão, conforme a Tabela 6 concluímos que mesmo os analistas que não utilizam essas ferramentas para uso pessoal percebem as informações contidas nesses ambientes, como de qualidade aceitável (54,55%) ou alta qualidade (27,27%).

Analisando o resultado da Tabela 5 quanto às ferramentas de Blogs e Microblogs, podemos perceber que, para aqueles que não utilizam a ferramenta para uso pessoal, 28,13% consideram seu uso irrelevante para ambiente profissional, 31,25% consideram pouco relevante e 34,38% consideram relevante. Podemos concluir que, a maioria daqueles que não usam essas ferramentas para uso pessoal consideram-na irrelevante ou pouco relevante(59,38%) para uso profissional. Apesar disso, segundo a tabela 7, a maioria dos analistas de TI do BB que não usam os Blogs e Microblogs para uso pessoal consideram as informações contidas nesses ambientes de qualidade aceitável ou alta qualidade (56,25%).

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Como foi visto na bibliografia consultada e explicitado através do referencial teórico, não há conhecimento impossível de se encontrar nas redes sociais e nas ferramentas de colaboração. Mesmo aquele conhecimento que ainda não foi produzido ou foi produzido em pouca quantidade e por isso difícil de se encontrar, a comunidade da web está pronta para reagir à estímulos simples e banais como uma simples pergunta em um fórum.

Ainda como vimos no referencial teórico, a filosofia de trocas e recompensas não materiais existentes nesse ambiente faz com que a comunidade tenha sempre o interesse “momentaneamente despretenso” de ajudar para ser ajudado no futuro e ser reconhecido ganhando reputação dentre seus iguais.

Usando essa filosofia, os analistas de TI de todas as empresas passam a ter um ambiente fértil e relevante para ajudar a resolver suas dificuldades, ou mesmo resolver em tempo que seja vantajoso para as empresas.

Levando em consideração que as informações contidas nesses ambientes podem facilitar o trabalho dos analistas muitos dos prazos exigidos pelas empresas podem mais facilmente ser cumpridos de forma satisfatória.

Como foi possível observar, a maioria dos analistas entrevistados considera relevante as ferramentas apresentadas nessa pesquisa e em alguns casos muito relevante. Mesmo aqueles que não as utilizam em âmbito pessoal consideram algumas das ferramentas relevante para uso profissional. Porém essa relação não é direta, conforme observado no caso das Redes Sociais, que são utilizadas pela grande maioria dos analistas para uso pessoal porém considerado irrelevante por uma parte considerável dos analistas.

Com relação à qualidade das informações existentes, devido à grande participação de diversos profissionais e de diversos níveis, a própria comunidade tem a capacidade de se autorregular. Essa característica se traduziu na entrevista de modo que a maioria dos analistas considerou a qualidade das informações aceitável para utilização no seu dia a dia profissional.

Com a análise da pesquisa, conclui-se que os objetivos foram atendidos e que essas ferramentas se mostram úteis. Em um ambiente de constantes pressões, mudanças e prazos cada vez mais exíguos, algumas pausas para descontração já ocorrem e são extremamente válidas para a continuidade de um trabalho essencialmente intelectual e criativo como o trabalho dos analistas de TI. Agora espera-se que as instituições, em poder dessa informação possam considerar a possibilidade de valorizar e reconhecer que o acesso à essas ferramentas pode gerar mais benefícios do que o contrário.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Uajara Pessoa; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; BRITO, Mozar J. De; GUERRINI, Fábio Müller. **Capital Social em um Consórcio de Pesquisa**. Rae Publicações, Volume 50, Número 4, 2010. Disponível em <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=5650>>. Acesso em 26 abril de 2011, 22:30:00.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues; HENRIQUE, Luiz Cláudio Junqueira. **Busca de Informação em Marketing: A perspectiva da Ciência da Informação**. Rae Publicações, Volume 49, Número 2, 2009. Disponível em <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902009000200008.pdf>. Acesso em 15 de Maio de 2011, 20:20:00.

BASTOS, Antonio Virgílio B.; SANTOS, Mariana Viana. **Redes Sociais Informais e Compartilhamento de Significados sobre Mudança Organizacional**. Rae Publicações, Volume 47, Número 3, 2007. Disponível em <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=3635>>. Acesso em 25 abril de 2011, 20:30:00.

BULGACOV, Sérgio; MARTES, Ana Cristina Braga; AUGUSTO, Paulo Mussi; NASCIMENTO, Maurício Reinert do; GONÇALVES, Sandro Aparecido. **Fórum – Redes Sociais e Interorganizacional**. Rae Publicações, Volume 46, Número 3, 2006. Disponível em <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=4499>>. Acesso em 17 nov 2010, 21:30:00.

COSTA, Rogério da. **Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva**. Interface (Botucatu), Botucatu, v. 9, n. 17, Aug. 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832005000200003&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 18 de Agosto de 2010.

CROSS, Rob; THOMAS, Robert J. **Redes Sociais: Como empresários e Executivos as Utilizam para a Obtenção de Resultados**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

CSILLAG, João Mario; MARTINS, Guilherme Silveira; ROSSONI, Luciano; MARTINS, Michele Esteves; PEREIRA, Susana Carla Farias. **Gestão de operações no Brasil: uma análise do campo científico a partir da rede social de pesquisadores**. Rae Publicações, Volume 9, Número 2, 2010. Disponível em <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=5612>>. Acesso em 24 nov. de 2010, 22:15:00.

DEMO, Pedro. **Coisas velhas em coisas novas: novas “velhas tecnologias”**. Ci. Inf. 39(1): 108-121, ND., Abril de 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a07.pdf>>. Acesso em 07 de Junho de 2011.

FIUZA, Gustavo de Abreu. **A percepção dos analistas de TI do Banco do Brasil quanto à importância da transformação do conhecimento tácito em conhecimento explícito**. Brasília, 2011.

HUNT, Tara. **O Poder das Redes Sociais: como o Fator Whuffie – seu valor no mundo digital – pode maximizar os resultados de seus negócios**. São Paulo: Editora Gente, 2010.

KIMURA, Herbert; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes; GODOY, Arilda Schmidt. **Redes Sociais, Valores e Competências: Simulação de Conexões**. Rae Publicações, Volume 46, Número 3, 2006. Disponível em <<http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=3691>>. Acesso em 26 abril de 2011, 23:06:00.

LÓPEZ, Yanai Valdés. **Avatares del profesional de la información al organizar y representar el conocimiento en la WEB**. Ci. Inf. vol.39 no.2 Brasília Maio/Agosto. 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n2/05.pdf>>. Acesso em 07 de Junho de 2011, 11:00.

OLIVEIRA, Eloiza da Silva Gomes de; REGO, Marta Cardoso Lima C.; VILLARDI, Raquel Marques. **Aprendizagem Mediada por Ferramentas de Interação: Análise do Discurso de Professores em um Curso de Formação Continuada a Distância**. Educ. Soc. vol.28 no.101. Campinas Set./Dez. de 2007. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/es/v28n101/a0828101.pdf>>. Acesso em 07 de Junho de 2011, 20:00.

PRADO, Cláudia; MARTINS, Christiane Pereira; FRANÇA, Luciana; LEITE, Maria Madalena Januário; PERES, Heloísa Helena Ciqueto. **Metodologia de utilização do chat na enfermagem**. Revista brasileira de enfermagem - Scielo - vol.62 no.4 Brasília, Julho/Agosto de 2009. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v62n4/17.pdf>>. Acesso em 07 de Junho de 2011, 13:00.

SPYER, Juliano. **Conectado: o que a Internet fez com você e o que você pode fazer com ela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

TERRA, Carolina Frazon. **Blogs Corporativos: modismo ou tendência ?** São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário

Colega,

Venho por meio desta solicitar seu auxílio em minha pesquisa para conclusão de curso de Administração de Empresas. Essa pesquisa tem como objetivo avaliar a relevância das redes sociais e ferramentas de colaboração, em âmbito pessoal e profissional. Desde já, agradeço sua colaboração.

Silvio Sznifer

PARTE I

Nessa parte as perguntas deverão ser respondidas marcando-se “SIM” ou “NÃO”.

- 1) Você utiliza algum tipo de rede social para uso **PESSOAL** ?
 SIM NÃO
- 2) Você utiliza algum tipo fórum ou grupo de discussão para uso **PESSOAL** ?
 SIM NÃO
- 3) Você utiliza algum tipo de blog ou microblog para uso **PESSOAL** ?
 SIM NÃO
- 4) Você utiliza algum tipo de chat on-line para uso **PESSOAL** ?
 SIM NÃO
- 5) Você utiliza algum tipo de ferramenta de colaboração (Wikipédia) para uso **PESSOAL** ?
 SIM NÃO

PARTE II

Nessa parte, você deverá avaliar o quão relevante essas ferramentas são para o seu dia a dia, usando a escala de avaliação conforme abaixo:

1	2	3	4
Irrelevante	Pouco relevante	Relevante	Muito relevante

Quanto à vida **PROFISSIONAL**:

Redes sociais	1	2	3	4
Fóruns ou Grupos de Discussão	1	2	3	4
Blogs ou Microblogs	1	2	3	4
Chat on-line	1	2	3	4
Wikipédia	1	2	3	4

PARTE III

Nessa parte solicito avaliar se, na sua opinião, as informações encontradas nessas ferramentas consideram as melhores práticas de TI com relação à qualidade. Para isso, solicito utilizar a escala de avaliação conforme abaixo:

1	2	3	4
Nenhuma qualidade	Baixa qualidade	Qualidade aceitável	Alta Qualidade

Redes sociais	1	2	3	4
Fóruns ou Grupos de Discussão	1	2	3	4
Blogs ou Microblogs	1	2	3	4
Chat on-line	1	2	3	4
Wikipédia	1	2	3	4