



O JORNAL INSTITUCIONAL COMO INSTRUMENTO DE MEMÓRIA

INSTITUTIONAL NEWSPAPER AS A MEMORY INSTRUMENT

Edna Carvalho da Cunha¹
Magnólia Rejane Andrade dos Santos²

Resumo: O presente trabalho se propõe a analisar o jornal institucional como instrumento de memória, abordando também seu uso em plataforma digital. Esse tipo de canal de comunicação envolve usuário, jornalismo institucional e organização. A comunicação organizacional lida com a necessidade de informação, com a cultura organizacional e com jornalismo institucional. Reconhecemos que não é tarefa fácil entender a interseção entre eles, portanto, como forma de auxiliar a compreensão, esse estudo pretende, longe de esgotar o assunto, estabelecer um diálogo conceitual entre os temas. Para realizar o estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica com autores que tratam do assunto.

Palavras-Chave: jornal institucional, comunicação organizacional, memória.

Abstract: This paper aims to analyze the institutional journal as a memory instrument, also addressing its use in a digital platform. This type of communication channel involves user, institutional journalism and organization. Organizational communication deals with the need for information, organizational culture and institutional journalism. We recognize that it is not an easy task to understand the intersection between them, so as a way to help understanding, this study aims, far from exhausting the subject, to establish a conceptual dialogue between the themes. To carry out the study, a bibliographic research was conducted with authors who deal with the subject.

Keywords: institutional journal, organizational communication, memorial.

¹ Mestranda em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e especialista em Comunicação e Processos Midiáticos pela mesma instituição
E-mail comunicar.mcz@gmail.com

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e professora adjunta do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas.
E-mail magnoliasantos@hotmail.com



1 INTRODUÇÃO

O Jornal institucional tem sido discutido como importante elemento de informação nas organizações, sejam elas públicas ou privadas. Ele é um informativo direcionado ao público da instituição, na maior parte das vezes direcionado ao público interno, mas também pode atingir o externo. O seu objetivo visa informar assuntos de interesses institucionais e de seus usuários. Esse tipo de jornal divulga informações importantes como eventos, prêmios, reuniões, ações corporativas e notícias de impacto para a organização. Esses veículos de informação podem ser impressos ou virtuais, com uso na internet e intranet.

A comunicação organizacional engloba o jornalismo institucional, portanto, esse canal de comunicação influencia no comportamento dos indivíduos, em particular na cultura organizacional. Tendo como usuários os funcionários, gestores, fornecedores, entre outros colaboradores, o *house-organ*³ também se apresenta como sistematizador e acionador da memória institucional. O registro sequencial dos acontecimentos, fotos, ilustrações e documentos pessoais e institucionais contam a história da instituição.

Quando tratamos de cultura no contexto da organização se faz necessário observar certos pressupostos, um deles é que a cultura se forma a partir da necessidade que os seres humanos têm de administrar sua existência dentro do ambiente no qual ele está inserido, logo, a organização onde ele trabalha estabelece laços com ele. O jornal institucional faz parte dessa organização, portanto, quando o usuário tem acesso ao canal de informação e tem seu comportamento mudado ou influenciado por ele, existe uma mudança também organizacional podendo gerar um comportamento coletivo diferenciado, mudando desta forma a cultura organizacional.

Schuler (2009, p.244) traz a seguinte informação:

Os seres humanos precisam, de alguma forma, conhecer o mundo em que existem. Para fazer isso, valem-se da representação do mundo como forma de introjetar dele uma ideia e poder lidar intimamente com ela. Essa representação que cada indivíduo realiza do mundo, para refletir sobre ele e tomar decisões, deve ser, até certa medida, compartilhada com os demais indivíduos, desde que haja a necessidade de organização social, de coexistência e de comunicação. Cultura é, assim definida como um processo coletivo de construção da realidade, por meio de

³ House-organ é a denominação dada aos jornais ou revista de uma organização, seja ela pública ou privada.



representação, que permite que as pessoas vejam, interpretem, e entendam a realidade compartilhada de forma semelhante.

Compartilhar a informação de um jornal institucional com várias pessoas, até mesmo fazer postagens sobre notícias empresariais e criar juízo de valor em cima dessas publicações pode gerar comportamentos que podem modificar o ambiente institucional com relação ao seu clima, logo, o jornal institucional pode, através de suas informações burilar não apenas a comunicação organizacional, mas pode influenciar sobremaneira a cultura da organização. Vale ressaltar que a cultura organizacional é permeada por comportamentos coletivos e estes podem gerar memórias coletivas.

A memória coletiva é um dos alicerces culturais que dá sentido à vida. Com uma instituição pública ou privada, não é diferente. Preservar a memória institucional é manter a instituição viva e uma forma de fortalecer suas bases. Para que essa memória seja preservada, é preciso conservar fotos, documentos, objetos e organizar os registros dos fatos. O jornal empresarial registra essas informações da empresa e se mostra como aliado na preservação dessa memória.

O conceito de cultura, no contexto da organização é próximo ao conceito de comunicação, isso explica porque a informação, por meio da comunicação pode influenciar pessoas, portanto, como destaca Schuler (2009, p244):

Gerar cultura é, antes de tudo, compartilhar significados, ou seja, tornar significados comuns. É essa capacidade de comunicar que torna possível a aprendizagem dos modos sociais escolhidos pelo grupo, permitindo sua organização para funcionar como unidade. A cultura permite a organização dos indivíduos em grupo.

Como canal de informação o jornal institucional permite que seja estabelecido um diálogo conceitual entre novas tecnologias, memória e notícia empresarial. A linha editorial desse tipo de informativo privilegia acontecimentos que marcam a história da empresa, sendo que nos últimos anos esse direcionamento também tem se dado por via digital, com a publicação dele por via de plataformas on-line.

O jornal institucional é como um espelho reproduzidor das dinâmicas vivenciadas pela instituição, através da série histórica que publica, pois, por trás de cada aspecto levantado, há muitos sujeitos que contribuíram com seu trabalho e ações, motivados



pelas conjunturas do seu tempo, isto é, pela situação social, política e econômica de cada época. Por isso, um jornal empresarial cuja existência tenha longevidade, em cada fase de sua publicação pode ser apresentado de forma diferente, independente da linha editorial em vigência, os usuários da empresa e seus leitores influenciam muito na forma como cada edição é publicada e também são influenciados pela leitura desse jornal.

2 O JORNAL INSTITUCIONAL MODIFICADO PELAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Diante da realidade das organizações no âmbito da comunicação e informação, e considerando as relações atuais de tecnologias da informação e memória institucional, percebe-se a necessidade de registros e resgates das práticas organizacionais através do processo comunicacional, seus canais e instrumentos.

Considera-se que os públicos contribuem para o desenvolvimento e funcionamento das organizações e, portanto, parte-se do pressuposto que cada organização tem sua história, mas também faz parte da vida das pessoas que possuem relações com ela, com a cidade, e com a comunidade onde está inserida. Desse modo, é indispensável considerar os jornais institucionais como elementos na construção da memória organizacional.

Para fundamentar o debate teórico desse estudo contamos com autores como Nassar (2012) e Marchiori (2013), demonstrando como as organizações podem utilizar veículos de comunicação, no caso, jornais institucionais, como forma de relacionamento e compartilhamento, promovendo a comunicação efetiva e, inclusive, construindo memória.

Adaptar-se às novas tecnologias em um mundo cada vez mais digital tornou-se rotina de empresas que visam à evolução como uma constante forma de melhoria interna e competitiva. Em um cenário tecnológico onde a experiência do usuário é tida como essencial, as inovações surgem com maior frequência nas ferramentas de comunicação. As evoluções no mundo da comunicação organizacional surgem de forma rápida, porém, há a necessidade de observar o acompanhamento dessa evolução por parte do seu público.



Gerenciar, tratar, organizar e tratar a informação organizacional tem sido um problema que as instituições enfrentam, diante do crescente volume de informações produzidas e recebidas. Diante de novidades no contexto midiático on-line, há que se manter e adotar meios de impulsionar qualidade aos conteúdos informacionais já produzidos pela organização. Sem deixar de ter como um dos interesses de valor primordial, a recepção e uso da informação por parte do seu público, ou seja, o usuário da informação deve ser visto, entendido e tratado como parte muito importante no processo informacional.

Os colaboradores de uma organização são o público imediato dos jornais institucionais, são seus primeiros leitores, portanto, no caso de modificação nesses periódicos há que se levar em consideração como será a receptividade por esses sujeitos. Moraes e Fadel (2010, p.34) afirmam:

As organizações necessitam tratar seus colaboradores como sujeito na sua totalidade e na sua complexidade, ou seja, como parceiros cuja potencialidades precisam ser incentivadas e valorizadas, uma vez que todos os integrantes da organização participam da cadeia informacional e de criação do conhecimento já que são as pessoas que se vinculam com usuários e fornecedores e são elas que tomam decisões.

As tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs), utilizadas em âmbito organizacional, modificaram sobremaneira a forma de funcionamento das empresas. Com as atividades de comunicação organizacional também não foi diferente. Como exemplo, podemos citar os jornais institucionais (anteriormente explorados apenas em papel) na sua forma impressa, para logo após estar presente nos dois tipos de plataforma (impressa e *on-line*), tanto em internet quanto em intranet, sendo hoje em dia, utilizado apenas de forma virtual por muitas empresas.

A forma na qual o jornal é publicado determina como o leitor vai se comportar na busca da informação, logo, é possível afirmar que a cultura informacional de uma organização pode ser influenciada pela TIC adotada. Tal qual a sociedade sofre modificações em seu cotidiano por meio das modernidades tecnológicas, as organizações também são passíveis de mudança comportamental na busca da informação ao adotarem tecnologias para aprimorar, agilizar ou facilitar determinados procedimentos.



A sociedade contemporânea, desde a consolidação das TICs como forma e meio predominantes para se comunicar e informar, tem passado por contínuas experiências de transição na economia, no ambiente, nas relações sociais e interpessoais [...] Se as TICs configuradas emblematicamente na *world wide web* – a rede mundial de computadores e sua interface gráfica – tiveram um papel decisivo no caráter constitutivo da sociedade deste início de século XXI, acrescentando o ciberespaço como uma ambiência cotidiana, as suas ferramentas e interfaces (sítios na web, *weblogs*, ambiências de produção e compartilhamento de som, imagem, e texto, entre as principais) tiveram um papel transformador e paradigmático para os processos e produtos da Comunicação, incluindo o ciberespaço no composto de comunicação”. (CORRÊA, 2009, p. 169-170).

Percebemos evidências de que o processo informacional, no que tange ao comportamento, é afetado quando o meio de comunicação que comporta a informação sofre bruscas ou suaves modificações, advindas de implantações de TICs que trazem à sua apresentação e forma de acesso, novas situações quanto ao seu uso. Com relação a uma modificação mais suave, ainda adotando o jornal institucional como exemplo, podemos destacar a sua adoção na plataforma *on-line*, sem extinguir seu uso em formato impresso. Desta forma, o uso de forma virtual viria como mais uma forma de exploração agregadora e não em substituição a já instalada. A modificação mais impactante seria se esse mesmo veículo informativo abandonasse totalmente o uso do papel impresso e se apresentasse apenas em plataforma *on-line*.

Em ambas as situações supracitadas, nota-se que o comportamento informacional do usuário é modificado, podendo ele ocupar uma destas quatro situações: a) permanecer usuário apenas do jornal impresso; b) migrar de forma espontânea para a busca da informação no dispositivo *on-line*; c) de forma involuntária ser levado a fazer uso da informação na plataforma virtual; ou, de forma mais peremptória, o que não é desejado pela organização, d) que abandone a leitura do jornal empresarial de forma digital, por desinteresse, dificuldade de acesso ou não adaptação à TIC adotada.

O que fica evidente é que, em qualquer das quatro situações citadas acima, existe uma mudança no comportamento em informação no que tange ao usuário, neste caso, o leitor do jornal. As modificações sofridas pelas empresas nem sempre obedecem às escolhas que os usuários preferem, mas por força de escolha do *staff* empresarial ou por

imposição de conjuntura econômica, social ou outra, as mudanças surgem e são implantadas, mesmo que desagrade a uma parcela de usuários.

2.1 O jornal vinculando memória à organização

Vincular a memória à história da organização torna-se uma importante estratégia de comunicação, quando pensamos em relacionamento e comunicação organizacional. De acordo com Nassar (2012, p. 120), a memória organizacional “[...] é uma seleção subjetiva daquilo que é o passado, com presença afirmada no presente influência no futuro da empresa ou instituição”. O autor considera que as organizações são sistemas abertos e complexos, que nos permitem compreender a memória como colaboradora das interações e relações. É relevante pensar a história de uma organização como uma referência que marca valores e experiências nas vidas daqueles que com ela se relacionam, podendo criar vínculos e empatia com a organização (NASSAR, 2012).

Worcman (2004) relata que para trabalhar com a memória, é preciso considerar que ela não significa somente o passado, mas sim a compreensão do que a organização faz com sua história. Na realidade organizacional, a memória é um processo inserido no pensamento e nas operações de comunicação organizacional nas quais uma empresa ou instituição tem que conservar e recuperar informações de sua história, disponíveis no âmbito de suas dimensões humanas e sociais (memórias biológicas), e tecnológicas (memórias artificiais). Por sua vez, a organização é um produto cotidiano de sua memória e das vozes que falam de sua tradição (COGO; NASSAR, 2013, p. 86).

Comprendemos assim, que a memória é um marco referencial das organizações e precisa fazer sentido de acordo com as experiências de cada indivíduo que possui relações com ela. Dessa maneira, a formação da identidade das organizações passa pela cultura, que engloba elementos como comportamentos e identidades, criando os pilares da memória, expressada na imagem que os públicos têm dela (RIBEIRO, 2013).

O jornal institucional serve à sistematização da memória de uma empresa tanto quanto é instrumento noticioso da comunicação empresarial e corporativa. As notícias veiculadas não são narrativas que se acumulam sem sentido. “Tudo o que se vive é fruto

de um processo histórico. O grande desafio está em saber utilizar as informações como memória” (WORCMAN, 2004, p. 23).

2.2 O comportamento informacional do usuário do jornal empresarial

Esse estudo não tem a pretensão de esgotar o assunto, mas trazer um olhar sobre o comportamento em informação do usuário, expondo elementos sobre prática informacional e destacando a forma como o usuário se porta em determinado momento ao fazer uso de informações. Também destaca que o usuário da informação pode se tornar um disseminador dela, um multiplicador, uma vez que de posse da informação ele pode transmiti-la, reproduzi-la de forma escrita ou oral ou postá-la. O modelo de prática informacional de Yeoman dá suporte a essa informação justamente quando ressalta que o sujeito pode se tornar fonte de informações para outros na rede de interações (YEOMAN, 2010). Desta forma, a partir do momento que o usuário consome uma informação, nada impede que ele seja um reproduzidor desse elemento informacional.

Como a tecnologia perpassa a discussão e a modernização dos diversos elementos de evolução adotados pelas empresas, torna-se necessário explicar à luz da Ciência da Informação como o usuário se comporta nessa contextualização, estudando o impacto da tecnologia e como ela se constitui como ferramenta essencial em situações específicas, e não apenas de modo geral. Nesse estudo procuramos relacionar a comunicação organizacional ao usuário e sua prática informacional, usando como exemplo de canal de informação o jornal empresarial e atribuindo ao leitor o lugar de usuário.

Segundo Corrêa (2009, p.173), “[...] a comunicação digital se configura no ambiente corporativo na medida em que a combinação entre proposta comunicacional e características do público tiverem mais ambiência digital”. Ou seja, seria mais benéfico no campo do aproveitamento da informação se a forma como ela estivesse exposta fosse mais atrativa ao usuário que a busca. A ambiência dessa informação proporcionaria maior ou menor procura de acordo com o gosto e necessidade do usuário.

Na busca por definir o termo usuário no contexto da Informação nos deparamos com uma variedade de entendimentos e uma gama de designações, mas neste estudo usaremos um conceito básico que afirma que usuário é aquele que faz uso da informação. Sendo assim, no contexto corporativo, o leitor do jornal empresarial também é usuário,

ou seja, ele é a pessoa que faz uso da informação veiculada por aquele meio de comunicação. Ele tem um comportamento informacional também, visto que está dentro do que Wilson (2000) afirma: “Comportamento informacional é todo comportamento humano relacionado às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva de informação e o uso da informação”.

O contexto de necessidade de um usuário, mesmo dentro de um mesmo sistema de informação, pode ser muito díspar de outro. Cunha, Amaral e Dantas (2015, p.3), apresentam a necessidade da seguinte forma: “é o que o indivíduo deve ter para desenvolver seu trabalho e suas pesquisas”. Porém, quando trazemos esse usuário para a ambiência corporativa salientamos que além da necessidade de informação para trabalhar e pesquisar, o jornal empresarial pode trazer informações que atendam outras necessidades, por exemplo, entretenimento e cultura.

Além da questão da necessidade, há que haver também atenção a questão dos desejos dos usuários, conforme afirma Pinto (2010) em seu artigo “Usuário da Informação”, quando afirma que “os estudos de usuários devem investigar os desejos de informação, ou seja, aquele que irá de fato, alterar o estado de conhecimento do usuário”. Para o autor quem é obrigado a buscar informação a qual não deseja, que não lhe desperta interesse, não estaria de certa forma, tendo seu estado de percepção do conhecimento, modificado e alterado.

Os ambientes organizacionais são compostos por pessoas e nenhum diagnóstico ecológico⁴, será completo sem uma compreensão do tipo de indivíduos que trabalham nesses ambientes. Ou seja, há a necessidade de entender o usuário da informação e mais que isso, analisar seu comportamento informacional, o que ele procura, o que ele usa como informação, o que ele necessita e o que ele deseja.

No contexto da instituição, a informação e sua administração estão imbricadas nos resultados de evolução da empresa, pois não há setores, procedimentos, documentos e funcionamentos que estejam apartados de informação. O jornal institucional pode permear toda estrutura institucional, portanto, o tratamento deste como um importante

⁴ Ecológico no sentido de Davenport, que chama de ecologia da informação a abordagem da informação que enfatiza o ambiente no qual ela está inserida, levando em consideração aspectos diversos como armazenamento, complexidade e compartilhamento de informação.



elemento de informação pode contribuir para seu desenvolvimento à medida que está diretamente ligado ao usuário leitor.

Embora nas instituições as pessoas usem, gerem e distribuam informações, nem sempre elas são administradas com a devida atenção e geralmente o comportamento informacional não é compreendido como um sistema que engloba um leque de atitudes que comprometem todo o funcionamento da instituição; porém ele é uma peça fundamental que movimenta a empresa, ele “se refere ao modo como os indivíduos lidam com a informação. Inclui a busca, o uso, a alteração, a troca, o acúmulo e até mesmo o ato de ignorar os informes”, (DAVENPORT, 1998, p. 110).

No que se refere à cultura e comportamento em relação à informação é importante ressaltar a necessidade de refletir e entender o usuário, identificando sua necessidade de informação, produzindo-a e estabelecendo meios de administrar o comportamento deste frente ao seu uso. Só com entendimento dessa dinâmica que privilegia o usuário é que tornamos a informação e sua aplicação, funcional.

Davenport propõe uma mudança na forma como as empresas usam a informação e como fruto dessa modificação sugere a possibilidade de uma construção de cultura informacional. Essa construção é colocada pelo autor como elemento crucial da ecologia da informação. Mesmo ressaltando essa mudança como fundamental, ele destaca que ela é difícil de conseguir, pois não funciona como um equipamento que uma vez comprado e instalado, basta ter quem o opere e seja feita sua manutenção; ela é criada, alimentada e estabelecida através de alterações diárias no comportamento e atitudes diante do uso da informação. Com relação à mudança Davenport (1998, p117) enfatiza que:

Se quisermos fazer uso integral de toda a informação gerada por uma organização, nossas perspectivas e nossas ações precisam mudar drasticamente. Embora os fornecedores de informação vejam o acesso aos dados como objetivo principal, isso não é suficiente. Temos acesso a uma quantidade de informações que supera muito nossa capacidade de atenção. Novas fontes e novos meios surgem o tempo todo, e os antigos continuam existindo.

As tecnologias são abraçadas pelas instituições como salvadoras e milagrosas, visto que funcionam como uma solução para todos os problemas; mas é imperioso pensar



para quem é essa tecnologia, quem a usará e, uma vez já instalada, se perguntar se ela atende não apenas interesses empresariais, mas se respeita os anseios dos usuários.

No campo da comunicação organizacional, utilizando o jornal empresarial como canal de informação, há que se pensar se esse meio que adota determinada tecnologia agrega valor e resolve o problema informacional. Por exemplo, transpor um jornal impresso para plataforma virtual talvez não traga novos usuários ou talvez amplie o número de leitores. O ideal é identificar com clareza os tipos de comportamento e cultura informacional com relação a esse canal informativo.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar o Jornal institucional, seu alcance, sua funcionalidade dentro da comunicação, seu valor como instrumento de informação é um exercício permanente, um estudo que não se concretiza completamente em virtude de constantes mudanças que podem ocorrer no ambiente no qual é publicado, na rotatividade dos usuários leitores do informativo e nas possíveis modificações nas plataformas onde é apresentado.

A memória da instituição não está desvinculada de acontecimentos, das comunicações e das informações por ela publicadas, nem está dissociada das pessoas que fazem com que ela funcione como um organismo. O próprio jornal institucional, em cada edição, traz elementos constituintes de memória organizacional. Basta que se analise o último jornal institucional do ano nas organizações, normalmente eles trazem uma retrospectiva do ano, ou seja, é uma edição permeada de acontecimentos que registram a história da empresa.

As publicações institucionais em formatos eletrônicos exigem avaliação contínua no que tange à sua publicação e aceitação. Esse estudo não esgota o assunto, mas pretende colaborar para evidenciar o alcance do jornal institucional para construção da memória da instituição. No caso de mudanças de versões impressas para versões totalmente digitalizadas, implica em atenção diferente para essa incursão, pois não basta apenas transpor o que é impresso para o ambiente on-line, mas há necessidade de adaptações a fim de atingir melhor o público e conquistar a sua satisfação no tocante ao uso da informação do jornal.



Tanto os usuários de jornais institucionais tipificados como presenciais, os que têm acesso ao jornal em meio impresso, quanto os usuários não presenciais, os que acessam por plataforma digital, através de intranet ou de *sites*, são usuários que recebem e reproduzem as informações da organização, em ambas as situações devem ser analisados com cuidado pela instituição, pois cabe estudar a necessidade dos dois tipos. Os usuários são atores sociais e construtores da história da empresa, não importa se passaram seis meses, dez anos ou mais como participantes da empresa, pois, pelo tempo que ficaram, auxiliaram a construir a história da instituição e tiveram papel constitutivo nessa construção.



REFERÊNCIAS

COGO, Rodrigo Silveira; NASSAR, Paulo. Identidade é o território organizado e assegurado pela memória e pelas narrativas. IN: *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas / Departamento de Relações públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.* – v. 1, n. 1 (2004). – São Paulo: ECA-USP/Gestcorp, 2004.

CORRÊA, E. S. Comunicação Digital e seus usos institucionais. In. *KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas.* 2ª. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 169, 170 e 173.

CUNHA, M. B; AMARAL, S.A; DANTAS, E.B. **Manual de Estudos de Usuários da Informação.** São Paulo: Atlas, 2015.

DAVENPORT, T.H. **Cultura e comportamento em relação à informação.** Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. p. 109-139.

MARCHIORI, M. **Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização.** 2.ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2013.

MORAES, C. R. B e FADEL, B. Gestão do conhecimento nas organizações: perspectivas de uso da metodologia sistêmica soft. In: VALENTIM, M. L. P. *Gestão Mediação e uso da informação.* São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010, cap. 2, p.34.

NASSAR, P. A comunicação organizacional na contemporaneidade (entrevista). **Novos Olhares** – Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos, São Paulo, n. 17 , p. 33-39, 1º semestre 2012.

PINTO, Lourival Pereira. **Os usuários da informação.** Ponto de Acesso, Salvador, V.4,n.3, p. 3-15, dez 2010. Disponível em:<https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/4667>. Acesso em: 09 jul. 2019.

RIBEIRO, Suzana Lopes Salgado. Histórias e memórias: elementos constitutivos da expressão e da compreensão de culturas nas organizações. IN: MARCHIORI, Marlene (org.). **História e Memória.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2013.

SCHULER, M. In In. *KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas, volume 2.* São Paulo, SP: Saraiva, 2009. p. 144.



TORQUATO, P.R.G.; SILVA, G. P. **Tecnologia e estratégia**: uma abordagem analítica e prática. Revista de Administração, São Paulo: v. 35, n.1, p.72-85, jan./mar. 2000.

WILSON, T. D. **Human information behavior**. Informing Science, v. 3, n. 2, p. 49-53, 2000.

WORCMAN, Karen; PEREIRA, Jesus Vasquez (coord.).**História Falada**: memória, rede e mudança social. São Paulo: SESC SP, 2004.