

## COMPETÊNCIAS EM COMUNICAÇÃO: OBSERVAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL DE SALVADOR-BAHIA-BRASIL

**Jussara Borges\***

Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (ICI-UFBA)  
jussarab@ufba.br

**Gleise Brandão\*\***

ICI-UFBA  
gleise.br@gmail.com

**Gabrielle Alencar\*\*\***

ICI-UFBA  
gabriellealencar10@gmail.com

### Introdução

Este trabalho se insere na tentativa de compreender as competências que estão sendo solicitadas e promovidas por aqueles que atuam no ciberespaço. Nesse sentido, a pesquisa não pretende fixar critérios e habilidades que as pessoas têm de possuir, mas compreender a expressão de necessidades informacionais e as demandas em competências para comunicação de utilizadores/autores.

Para analisar essas questões, optou-se por focar a pesquisa empírica em Organizações da Sociedade Civil (OSC), entidades que congregam grupos de indivíduos em torno de interesses comuns. De maneira geral têm legitimidade e garantem aos seus participantes inclusão em seus processos decisórios, além de oportunidade de atuação social na solução de problemas dos quais estão próximos e cujos conceitos dominam ou têm com eles alguma intimidade.

Contudo, pouco ainda se sabe sobre as competências que essas organizações são levadas a desenvolver para usar proveitosamente os recursos digitais disponíveis. Cada vez mais o domínio dessas competências representa a possibilidade de se integrar socialmente, participar dos processos decisórios da sociedade e globalizar-se como entidade da sociedade civil.

---

\* Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia – (Póscom-UFBA). Professora adjunta no Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (ICI-UFBA)

\*\* Graduanda em Arquivologia (ICI-UFBA). Bolsista de iniciação científica (Pibic/UFBA-Fapesb)

\*\*\* Graduanda em Arquivologia (ICI-UFBA). Bolsista de iniciação científica (Pibic/UFBA-Fapesb)

No âmbito do doutoramento em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Borges (2011) observou que mudanças nas formas de participação política na democracia – ampliação dos meios de atuação e emergência de novos atores políticos – demandam a intensificação da comunicação entre esses atores e atualização constante, para o que a internet é imprescindível. Evidências estão na constatação de que 86,2% das organizações pesquisadas utilizavam a internet como fonte de informação para atuação política; e 71,9% das que atuavam em torno de políticas públicas a utilizavam para comunicação com pares.

No entanto, embora quase todas as organizações (95,4% do grupo) afirmassem ter percebido a necessidade de novas competências para atuar em ambientes digitais, elas tinham dificuldade em delimitar quais seriam essas competências. Ainda no âmbito da pesquisa para o doutoramento, foi desenvolvido um modelo sistematizado de observação direta em termos de competências operacionais, informacionais e comunicacionais - unificadas no conceito de competências infocomunicacionais – que contribuiu para o levantamento e sistematização das competências subjacentes ao conceito de competências em ambientes digitais.

Em suma, os resultados da tese (Borges, 2011) mostraram que as competências infocomunicacionais tendiam a atuar em convergência com as competências políticas. Ou seja, aqueles que possuíam a motivação e os conhecimentos necessários para participar e também dominavam as competências para aproveitar as oportunidades em ambientes digitais tinham sua ação potencializada.

No entanto, foi preciso avançar na delimitação do conceito das competências infocomunicacionais, no significado e alcance do próprio conceito e aprimorar seu método de aferição. Inclusive por ser inédito, o conceito, o método e o modelo necessitavam de maior número e diferenciadas aplicações, que conduzissem ao seu ajustamento. Assim, este artigo apresenta este desenvolvimento, com foco nas competências em comunicação. As competências operacionais e em informação já foram destaque em outra publicação (Borges et al, 2012)

O objetivo geral deste trabalho, portanto, é apresentar o desenvolvimento do conceito de competências em comunicação, apoiado tanto em referencial teórico, como em pesquisa empírica com 29 organizações da sociedade civil de Salvador. Nestas organizações, buscou-se verificar quais competências empregam em ambientes digitais.

O artigo está estruturado em três seções além desta Introdução: na primeira é exposto o conceito das competências infocomunicacionais, destacando as competências em comunicação, sua relevância e pertinência aos estudos contemporâneos; em seguida elucida-se o método de estudo empregado; e por fim são apresentados os resultados empíricos, seguidos da conclusão.

## 1. Competências Infocomunicacionais

As principais mudanças sociais verificadas neste início de século estão alicerçadas em canais de comunicação que propiciam novas formas de interação social baseadas em tecnologias que, além de alargar o acesso à informação, também facilitam sua comunicação, repercutindo no comportamento político, social e cultural dos indivíduos. Sob o ponto de vista da participação social e política de cidadãos e organizações,

a rede passou a ser, cada vez mais, o instrumento de participação para a cidadania, em duas vertentes: a do acesso aos universos político-cultural e de informação globais, mas também, e esta é a vertente mais interessante, a do acesso a um lugar virtual público de expressão de convicções, de opiniões e de argumentação. (Babo, 2008: 13)

Essas transformações no escopo da sociedade impactam na produção, acesso e recuperação das informações que extrapolam os limites físicos e chegam ao meio digital. Com isso, é comum deparar-se com uma vasta gama de informações disponíveis em variados suportes, muitas vezes dispersas e desorganizadas. Nesse sentido, “se por um lado as tecnologias de informação e comunicação levam a uma superação das fronteiras espaço – temporais [...] por outro elas também demandam competências cada vez mais especializadas de busca, análise e seleção da informação disponibilizada”. (Fróes, 2000: 286).

Da mesma forma, é cada vez mais comum a construção de relações sociais a partir das redes digitais. Inegavelmente, as ferramentas disponíveis no ciberespaço propiciam facilidades para encontrar e estabelecer contatos com indivíduos com interesses comuns, trabalhar em colaboração a despeito de distância física, buscar apoio para causas sociais, entre outros. No entanto, ao mesmo tempo em que a liberdade de comunicação aumenta, a demanda por competências também cresce: o discernimento entre contatos relevantes e pessoas mal intencionadas, o direcionamento do conteúdo e da linguagem para cada receptor, a construção de confiança sem o contato face a face etc.

Na literatura científica em língua inglesa, na qual é publicada a maior parte dos estudos sobre essas questões, as principais expressões utilizadas são *information literacy*, *media literacy* e *digital literacy*. No Brasil, os primeiros trabalhos utilizavam termos como alfabetização, letramento e literacia para traduzir *literacy*. Atualmente, observa-se que a maior parte dos trabalhos envereda-se pela expressão “competência”.

Fleury (2001) entende competência como um “saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, que agreguem [...] valor social ao indivíduo”. Observa-se que o conceito de competências está relacionado ao saber

agir a fim de solucionar problemas e tomar decisões. Na Sociedade da Informação, o emprego e desenvolvimento de competências são fatores facilitadores, que possibilitam ao indivíduo não apenas ter acesso aos recursos informacionais, mas poder interagir com outros indivíduos através dos recursos digitais. Bélisle (2006: 53) também argumenta por uma abordagem mais globalizante “em termos não só de habilidades, mas de competências, como uma capacidade subjacente de saber quais habilidades usar em diferentes contextos e estar pronto para ativar instantaneamente as habilidades pertinentes para a tarefa em questão.”<sup>1</sup> (Tradução nossa). É nesse sentido que neste trabalho se optou pelo termo “competência”.

Diante disso, percebe-se a demanda por um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes de natureza infocomunicacional. Segundo Borges (2011), as competências em informação estão mais ligadas ao conteúdo, enquanto as competências em comunicação dizem respeito às relações, ao ato comunicativo. Enquanto a informação exige a produção de sentido a partir dos dados, a comunicação exige a produção de relações a partir da informação. (Mucchielli, 1998).

## 2. Competências em comunicação

Comunicar é uma necessidade social, embora nem sempre os indivíduos estejam cientes da repercussão da ação de tornar comum uma notícia, um assunto ou uma descoberta. Ao mesmo tempo em que está mais fácil e acessível economicamente manter-se conectado à internet – faz parte da cultura contemporânea obter informações a todo instante e transmiti-las instantaneamente – colocam-se novas demandas ao indivíduo, como customizar a mensagem aos interesses do receptor, adequar a linguagem e o meio à audiência e atentar às regras de etiqueta em rede. Como diz Koltay (2011: 212, tradução nossa): “Neste ambiente, quem escreve têm que perceber que está atingindo um público muito maior e mais diversificado, que inclui especialistas e leigos.”<sup>2</sup>

Assim, considerando-se que cibercultura inclui a concepção de que o indivíduo não é apenas um leitor, mas um participante apto a compartilhar informação, adicionar seu próprio pensamento, incorporar sua perspectiva, incluir ligações entre esta e outros conteúdos, entende-se a competência em comunicação como fator basilar do processo de interação social.

---

<sup>1</sup> Tradução livre de: “in terms not only of skills but of competence, as an underlying capacity to know which skills to use in different contexts and to be able to activate instantly the skills pertinent to the task at hand.”

<sup>2</sup> Tradução livre de: “In this environment writers have to realize that they are reaching a much wider and more varied audience, which comprises specialists and laymen”

Segundo Zarifian (2003) “[...] transmitir uma informação não é um ato simples e anódino; supõe dar atenção às condições que devem ser reunidas e necessita, então, de uma verdadeira competência”.

Igualmente a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE, 2013) entende o importante papel da comunicação no contexto da aplicação das TIC e o seu potencial para fortalecer e aumentar as possibilidades de comunicação, mas considera necessário que os jovens estudantes tenham a capacidade de comunicar, trocar, criticar e apresentar as informações e ideias. “A competência comunicativa pode ser ainda entendida como a capacidade para utilizar de modo estratégico os recursos de comunicação para o alcance de objetivos pessoais e sociais” (Macedo, 2008: 73).

A partir da comparação da literatura com a pesquisa de campo, para este estudo estabeleceu-se quatro componentes principais da competência em comunicação: estabelecer comunicação, desenvolver laços sociais, construir conhecimento em colaboração e avaliar a própria comunicação. Trataremos brevemente desses componentes.

No relatório final da Comissão Europeia - *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels* - são consideradas as habilidades comunicativas e participativas: “este fator é a capacidade dos indivíduos para fazer e manter contato com outros através do uso dos *media*”<sup>3</sup>. (Celot; Tornero, 2009: 42, tradução nossa).

Sob o ponto de vista da participação política, a capacidade de utilizar a internet para comunicação representa um empoderamento simbólico dos sujeitos que podem “dizer de si” sem intermediários: “Esto situa a las prácticas comunicacionales en un plano simbólico-cultural, en el que los sujetos utilizan los dispositivos tecnológicos como una forma de poder simbólico.” (Phillippi; Avendaño, 2011: 63). Também para Livingstone (2011: 32), um indivíduo com competências infocomunicacionais “está mais apto a ter uma opinião informada sobre a pauta do dia e a conseguir expressar sua opinião individual e coletivamente em público, nos domínios cívico e político.”

O ciberespaço propõe novas práticas comunicacionais. As pessoas precisam estar atentas ao contexto – cultural, político, filosófico etc. – no qual o receptor recebe e avalia a informação. Além disso, esse receptor deve ter a oportunidade de retorno e de comunicação multilateral com outros indivíduos.

---

<sup>3</sup> Tradução livre de: “This fator is the capacity of individuals to make and maintain contact with others via the media.”

Assim, considerando que a comunicação só se realiza se for respeitado o contrato que une emissor, mensagem e receptor, a competência em comunicação deve envolver a preocupação com esses elementos: “aceitar uma informação, qualquer que seja, é confiar naquele que a torna pública. Essas duas condições à eficácia da informação, a confiança e a relação, ilustram uma vez mais o facto de que o essencial do sentido encontra-se na problemática [...] da comunicação.” (Wolton, 2006: 75).

Portanto, se compreendermos a comunicação como o estabelecimento de uma relação com alguém, as competências em comunicação envolvem a capacidade de interação, argumentação, partilha, trabalho colaborativo e participação em redes e comunidades de acordo com os interesses de cada indivíduo ou organização.

Além disso, uma vez que as tecnologias digitais favoreçam a produção de conteúdo e os processos de colaboração entre indivíduos, emerge uma sociabilidade própria desse ambiente. Isso implica mobilizar argumentos, negociar posições e conseguir colaboração usando ferramentas digitais diversas e respeitando regras sociais inerentes. Para Martin (2008: 162) “[...] o advento do digital, que oferece comunicação instantânea de um ou muitos, separados a partir de uma situação face-a-face, exige que o usuário esteja ciente da natureza e das implicações do meio.”<sup>4</sup> (Tradução nossa).

Os indivíduos competentes em comunicação também sabem evitar armadilhas ao mesmo tempo que aproveitam as vantagens da comunicação digital para compartilhar informações e construir conhecimento colaborativamente com outros utilizadores. Isso requer perspicácia no trato social. Por exemplo, saber distinguir entre amigos e utilizadores mal intencionados numa sala de bate-papo; avaliar o interesse do receptor antes de reencaminhar mensagens indiscriminadamente para toda a lista de contatos; revelar informações pessoais sem atenção ao possível uso dessas informações. Num ambiente prolixo de comunicação, essas são decisões rotineiras a se tomar.

Também é preciso compreender as possíveis consequências das suas publicações *on-line*. Como salienta Mucchielli (1998: 39), “uma característica fundamental de qualquer comunicação é que ela é, ao mesmo tempo, comunicação (diz algo) e metacomunicação (descreve o que foi dito)”<sup>5</sup>. Portanto, a comunicação envolve a capacidade de avaliar o que se diz.

---

<sup>4</sup> Tradução livre de: “[...] the advent of the digital, offering instant communication to one or many disassembled from a face-to-face situation requires the user to be aware of the nature and implications of the medium.”

<sup>5</sup> Tradução livre de: “Une caractéristique fondamentale de toute communication est qu’elle est à la fois communication (elle dit quelque chose) et métacommunication (elle qualifie ce qui vient d’être dit).”

### 3. Estratégias metodológicas

Este artigo apresenta os resultados parciais do projeto de pesquisa “Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento” desenvolvido no âmbito do Grupo de Estudos em Políticas de Informação, Comunicação e Conhecimento (Gepicc), vinculado à Universidade Federal da Bahia (UFBA). O projeto, como o título indica, pesquisa em âmbito teórico o conceito das competências infocomunicacionais, bem como sua relevância e aplicabilidade em contextos de participação política, principalmente aqueles mediados pela internet. O objeto empírico de observação são organizações da sociedade civil. Do ponto de vista dos processos gerais da sociedade estas organizações servem também como território de treinamento e formação de cidadãos, neles inoculando o “espírito cívico” necessário à sobrevivência e fortalecimento da democracia. Tal qualificação geralmente conduz a uma desejável maior participação na sociedade e inevitavelmente termina por assumir um também desejável caráter político.

Assim, foram observadas 29 organizações da sociedade civil sediadas em Salvador, capital do Estado da Bahia, Brasil. As organizações foram selecionadas a partir do Cadastro Nacional de Entidades, banco de dados disponibilizado *on-line* pelo Ministério da Justiça brasileiro. Os critérios de seleção foram: a) organizações que disseram atuar no desenvolvimento da democracia; b) organizações com assento em conselhos de políticas públicas; c) organizações que já atuavam em 1995, ano de entrada da internet comercial no Brasil. Com os dois primeiros critérios objetivou-se selecionar organizações com atuação política e social, enquanto o terceiro critério justifica-se pela pretensão de observar o impacto que a internet gera em termos de competências em organizações que já existiam antes da disseminação da Rede.

Todas as organizações foram entrevistadas individualmente. As entrevistas foram transcritas em todos os trechos potencialmente relevantes para a temática de pesquisa. Os indicadores das competências infocomunicacionais foram aferidos a partir do discurso das organizações e dos produtos de informação e comunicação que disponibilizam (sítios eletrônicos, *blogs* e redes sociais *on-line*).

A análise dos dados é primariamente qualitativa, mas sempre que possível e relevante para a compreensão dos resultados, os dados foram quantificados e representados por meio de gráficos e tabelas. Portanto, o estudo abrange análises quantitativas, ainda que secundárias às análises qualitativas. Devido ao caráter qualitativo da pesquisa não se empregou o uso de instrumentos e

técnicas estatísticas sofisticadas no tratamento dos dados e sim análise de conteúdo e inferências a partir das falas dos entrevistados.

Na redação dos resultados, algumas falas são utilizadas a título de ilustração e estão sinalizadas em *itálico*. Optou-se por ocultar a identidade das organizações em função do compromisso com a confidencialidade. Nesse sentido, sempre que a fala do entrevistado incluiu o nome da organização, esse foi substituído por “[organização]”. No entanto, a fim de identificar a área de atuação da organização cuja fala está sendo transcrita, utilizar-se-á os seguintes códigos:

REL – organizações que atuam na área religiosa;

DEF - organizações que trabalham com deficientes;

SAU – organizações que atuam na promoção da saúde;

COM – organizações que promovem o fortalecimento comunitário;

EDU – organizações que trabalham na área de educação;

ABR – organizações que mantêm abrigos para menores;

AMB – organizações que atuam na proteção do meio ambiente.

#### **4. Competências infocomunicacionais em organizações da sociedade civil de Salvador**

As competências demandadas ou desenvolvidas são bastante diversificadas, principalmente porque as organizações possuem sistemas próprios de gestão da informação e precisam que os colaboradores os dominem. Deve-se destacar também que as competências não são estanques ou claramente delimitadas, elas se permeiam e variam de acordo com as funções e mudanças do ambiente. Isso pode ser visto na fala seguinte, na qual o entrevistado citou competências que, em boa medida, seguem a média das organizações se tomadas no conjunto:

*“Principalmente aquelas [competências] associadas aos treinamentos para o domínio ou compreensão de programas, manejo de equipamentos, ferramentas da internet e multimídia, as diversas formas de comunicação em vias digitais; arquivamento de informações e desenvolvimento de novos materiais didáticos e de divulgação da instituição.”(AMB)*

Um dos pontos, no entanto, que mais chamou a atenção foi a questão da cibercultura, de uma forma ou outra valorizada por seis organizações. A percepção de que não se trata meramente de usar uma máquina ou um programa, mas de rever atitudes, senso de responsabilidade e ética profissional:

*Percebe-se que precisava ter um controle maior com as notas, com o sigilo, com as senhas de determinados funcionários. É uma outra cultura, são outras competências que você tem de exercitar. Pessoas de confiança para*



*determinados cargos [...] São novas habilidade, novas competências [...]. É um instrumento que democratiza, mas ao mesmo tempo é uma arma que se coloca na mão dos atores da instituição.”(EDU)*

A fala exemplifica a reorientação pela qual essas organizações passaram com a inclusão dos computadores, ferramentas, aplicativos e conseqüentemente a necessidade de profissionais capacitados para manusear os equipamentos e ainda senso ético e profissional. Não se trata apenas de aprender a usar determinada ferramenta, são mudanças culturais que incidem mesmo na forma de trabalhar, buscar informação e interagir com outras pessoas. De fato, organizações e pesquisadores têm chamado a atenção para a necessidade de avançar as competências para extrapolar o domínio de habilidades técnicas: “a competência com a qual estamos lidando implica uma compreensão crítica das tecnologias, uma base cognitiva e cultural, e em particular a habilidade de selecionar e gerir informação junto com consciência ética e relacional.”<sup>6</sup> (Calvani et al., 2008: 184, tradução nossa).

O uso das redes digitais envolve a aplicação de competências diversas como habilidades motoras para usar as ferramentas tecnológicas, a navegação em ambientes virtuais, a competência em informação, a comunicação, a publicação, enfim a aplicação da tecnologia para o desenvolvimento de uma ampla gama de atividades humanas. Observando a atuação política das organizações, verificou-se que elas são solicitadas em competências relacionadas à comunicação – troca de informações com diversos atores sociais, negociação com o poder público, articulação com parceiros, argumentação com público-alvo etc. – e também competências em informação – busca de editais, localização de informação para tomada de decisão, disseminação de informação relativa às causas com que trabalham etc. Subjacentes a essas duas competências estão as competências operacionais, ligadas ao manuseio de *hardware* e *software*.

Para este trabalho, no entanto, estamos privilegiando o comparativo entre as competências, mais que entre as organizações. Essa opção por não comparar as organizações justifica-se porque não se encontrou entre elas uma variável comum que pudesse ser relacionada com uma predisposição para o desenvolvimento dessas competências. Com isso e com base na literatura construiu-se uma proposta de síntese das competências em ambientes digitais em termos de competências comunicacionais, acompanhadas de indicadores, apresentados no Quadro 1.

#### Quadro 1: Competências comunicacionais dominadas pelas OSC no ciberespaço

---

<sup>6</sup> Tradução livre de: “The competence we are dealing with entails a critical understanding of technologies, a cognitive and cultural background, and in particular the ability to select and manage information, along with relational and ethical awareness.”

Indicadores O usuário...	Componentes	Percentual
- Compreende e responde as mensagens recebidas	Estabelecer comunicação	70,6%
- Consegue expressar suas ideias		
- Customiza a mensagem e o meio, considerando as características do receptor		
- Propicia que o receptor tenha oportunidade de resposta		
- Participa em redes e comunidades virtuais de acordo com seus interesses	Desenvolver laços sociais	58,6%
- Compartilha informações, vivências, experiências (em redes sociais <i>on-line</i> , <i>wikis</i> , <i>blogs</i> , fóruns etc.)		
- Mobiliza as redes sociais para conseguir ajuda quando precisa	Construir conhecimento em colaboração	46,5%
- Consegue trabalhar em cooperação via Rede		
- Contribui com seu próprio conhecimento		
- Argumenta e defende opiniões		
- Discrimina mensagens indesejáveis, como <i>spams</i> e vírus	Avaliar a comunicação	64,1%
- Julga questões de privacidade e segurança antes de disponibilizar informações		
- Compreende as consequências de uma publicação <i>on-line</i>		
- Considera aspectos legais e éticos da comunicação		
- Avalia a própria comunicação		
Média		59,9%

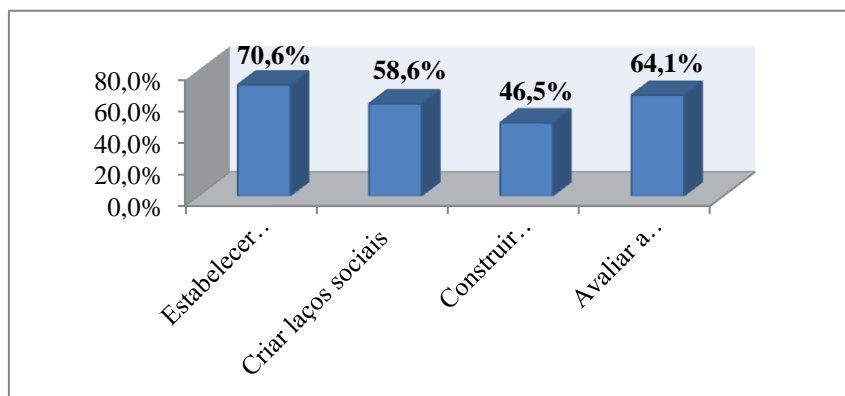
Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa, 2013

Cabe ressaltar que o Quadro 1 apresenta os indicadores observados em cada componente das competências e os respectivos percentuais por eles alcançados a partir dos indicadores. Diante disso, o Gráfico 1 ilustra as competências comunicacionais a partir dos percentuais associados aos seus respectivos componentes.

Em geral, as organizações desenvolveram competências operacionais para lidar com recursos de hardware e software de acordo com suas necessidades comunicacionais (85,5%). No entanto, apesar de manterem canais de contato via internet - redes sociais, “Fale Conosco” nos sites eletrônicos e blogs, a competência comunicacional ainda não está plenamente desenvolvida. A fala seguinte é ilustrativa da média das organizações quanto às ferramentas e aplicativos que utilizam cotidianamente:

*“Utilizamos basicamente o Word para digitarmos textos e o Excel, onde elaboramos a tabela de nossos associados. Utilizamos mais o navegador Internet Explorer para acessar a internet. Usamos o MSN para comunicação e o Power Point para elaboração dos slides para as palestras que oferecemos nas empresas.” (DEF)*

Gráfico 1: Comparativo entre as competências comunicacionais empregadas pelas OSC no ciberespaço



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

A partir dos dados apresentados, constatou-se que 70,6% das organizações estabelecem comunicação com a sociedade, compreendem e respondem as mensagens recebidas, de forma a expressar suas ideias. Entre as ferramentas mais utilizadas para fins de **estabelecer a comunicação** e interação estão o correio eletrônico, o “Fale Conosco”, as redes sociais e os blogs. Também aparecem, porém com menos intensidade, mecanismos como *chats*, teleconferências e aplicativos como o Skype. Embora o correio eletrônico ainda seja a ferramenta mais utilizada pelas OSC (presente em 100% da amostra).

Em geral, a comunicação oficial da instituição está centralizada sob a responsabilidade do gestor e/ou presidente da organização ou circunscrita a funcionários autorizados, “*o diretor seleciona e autoriza a disponibilização dos conteúdos nos recursos utilizados*” (EDU). Isso revela a preocupação com o conteúdo que é disponibilizado pelas organizações:

*“Tudo que publicamos passa por uma avaliação de nossa diretoria. Todas as informações, independente de quais sejam, passam, incondicionalmente, pelo crivo de nossa diretoria. O critério que eles utilizam é, basicamente, publicar informações seguras e, acima de tudo, com a permissão das pessoas ou fontes para não ocorrer problemas futuros”* (REL).

Um dos obstáculos percebidos consiste em customizar a mensagem e o meio, considerando as características do receptor (14 organizações atenderam ao indicar) que pode estar relacionado ao fato de somente duas organizações possuírem um setor responsável pela Comunicação. Em contrapartida, outras seis delegam essa responsabilidade a outros setores ou

mesmo a profissionais de diversas outras áreas como assistente social, secretária e assessor de tecnologia da informação.

É importante atentar para o espaço que tem sido ocupado pelas redes e comunidades sociais no sentido de **criar laços sociais**: 16 organizações participam das redes e comunidades sociais, seja para manter a comunicação interna e externa, seja para divulgar e compartilhar seus serviços, informações, experiências e a própria organização. Vejamos: *“usamos mais do facebook para divulgarmos a nossa opinião ou colocamos o link do parceiro”* (COM). Outra diz utilizar as redes sociais para dar *“Visibilidade institucional, transparência e principalmente como ferramenta de pesquisa para buscar adolescentes egressos”* (COM).

Observa-se que a participação em redes e comunidades sociais também visa **construir conhecimento em colaboração**, na medida em que as principais razões que impulsionam essa participação é o interesse das OSC em obter auxílio para suas causas ou ou prestar ajuda e contribuições para outras organizações. As redes ainda são usadas para obter doações e defender uma opinião ou posição diante de diversos assuntos.

Observa-se que ao **avaliar a comunicação**, 13 organizações a consideram como “boa” e duas outras como “excelente”, embora algumas dessas OSC tenham deficiências na forma como aplicam os mecanismos de comunicação. Apenas 10 acreditam que a sua comunicação é “regular” e pode melhorar. A auto-avaliação faz-se muito útil para o aprimoramento dos processos comunicacionais.

Observou-se que ao transmitir e disponibilizar informações para seus membros ou para o público externo, 23 organizações citaram atenção a questões éticas, legais e morais. Ademais, 18 demonstram compreender que ao transmitir e/ou publicar informações tornam-se responsáveis por elas, assim como assumem riscos quanto à disseminação de informações confidenciais imprecisas e/ou inverídicas.

Dessa forma, observa-se que apenas 59,9% dos indicadores referentes a essas competências foram satisfeitos. Isso é um indicativo de que há fragilidade quanto ao domínio de competência comunicacional, embora seja das competências mais demandadas atualmente, quando as organizações precisam constantemente criar e desenvolver laços sociais a partir de recursos digitais como elemento estratégico para alcançar seus objetivos

## 5. Conclusão

As competências de natureza operacional, informacional e comunicacional se unem, relacionam-se e estão na base dos processos sociais atuais - crescentemente realizados no ambiente digital - na medida em que contribuem para que as organizações atinjam seus objetivos e efetivem sua atuação na sociedade globalizada.

Partindo do pressuposto de que as competências infocomunicacionais são interdependentes, o desnivelamento entre as competências podem interferir em todo o processo informacional e comunicacional. Isso porque não basta apenas saber operar os aparatos tecnológicos, é elementar mobilizar conhecimentos, habilidades e atitudes em informação e comunicação.

A comunicação no âmbito das OSC envolve o uso de diversas ferramentas tecnológicas. No entanto, para uma satisfatória aplicação dessas ferramentas e/ou mecanismos comunicacionais é fundamental desenvolver competências comunicacionais, como estabelecer e manter comunicação customizando os diversos recursos - correio eletrônico, websites, blogs e redes sociais etc. – de acordo com o público e os objetivos pretendidos; criar laços com outros atores sociais passíveis de parcerias, com os quais possam construir conhecimento em colaboração; avaliar a comunicação, compreendendo os impactos da transmissão e disseminação de informações.

Embora muitas vezes reconheçam a necessidade de desenvolver tais competências, uma parte significativa das organizações pesquisadas ainda não tem clareza dos processos comunicacionais de que faz parte e suas implicações. Isso pode ter reflexos na participação social das OSC, uma vez reconhecida inter-relação entre capacidade de informação e comunicação para atuar nos processos decisórios da sociedade.

## Referências

Babo, Maria Augusta. (2008) Literacia para a cidadania. In: Comunicação e Sociedade, no. 14, pp.7-14

Bélisle, C. (2006) Literacy and the digital knowledge revolution. In: Martin, A.; Madigan, D. (Org.). Digital literacies for learning. London: Facet Publishing. pp. 51-67.

Borges, Jussara. (2011) Participação política, internet e competências infocomunicacionais: estudo com organizações da sociedade civil de Salvador. Tese (doutoramento) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador.

Borges, Jussara et al (2012). Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento. In: Enancib, 13., 2012, Rio de Janeiro. Anais Digitais. Rio de Janeiro: Ancib

Calvani, A. et al. (2008) Models and instruments for assessing digital competence at school. In: Journal of e-Learning and Knowledge Society, v. 4, n. 3, pp. 183-193

Celot, P.; Tornero, J. M. P. (2009) Study assessment criteria for media literacy levels: a comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels should be assessed: final report. Brussels: European Commission

Fleury, M. T. L.; Fleury, A. (2001) Construindo o conceito de competência. In: RAC, v. Edição especial, pp. 183-196. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v5nspe/v5nspea10.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2011.

Fróes, Teresinha. (2000) Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento, Sociedade da Aprendizagem: implicações ético-políticas no limiar do século. In: Lubisco, Nídia. Brandão, Lídia. Informação & Informática. Salvador: EDUFBA.

Koltay, Tibor. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. In: Media, Culture & Society, no. 33(2), pp. 211-221

Livingstone, S. (2011) Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. In: **Matrizes**, v. 4, n. 2, pp. 11-42.

Macedo, Lurdes. (2008) Competências em comunicação para a sociedade da informação: alguns elementos sobre a situação dos recém-licenciados em Portugal. In: Comunicação e Sociedade, no. 14, pp. 69-94

Martin, A. (2008) Digital literacy and the "digital society". In: Lankshear, C.; Knobel, M. (Org.). **Digital literacies: concepts, policies and practices**. New York: Peter Lang. Cap.7. pp. 151-176.

Mucchielli, A. (1998) Les sciences de l'information et de la communication. 2. ed. Paris: Hachette

OCDE. Habilidades y competencias del siglo XXI para los aprendices del nuevo milenio en los países de la OCDE. España. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Tecnologías Educativas. 2006. Disponível em: <[http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Habilidades\\_y\\_competencias\\_siglo21\\_OCDE.pdf](http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Habilidades_y_competencias_siglo21_OCDE.pdf)>. Acesso em: 16 mai. 2013.

Phillippi, A.; Avendaño, C. (2011) Empoderamiento comunicacional: competencias narrativas de los sujetos. In: Comunicar: Revista Científica de Educomunicación, v. 18, n. 36, pp. 61-68