

**Área temática / Sub-área:**

**Redes de conhecimento / Informação, conhecimento e sociedade em rede**

**PORTAIS CORPORATIVOS: FERRAMENTA PARA  
COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL**

***Emanuelle Torino<sup>1</sup>***

***Lígia Patrícia Torino<sup>2</sup>***

***Terezinha Elisabeth da Silva<sup>3</sup>***

---

<sup>1</sup> Mestranda em Gestão da Informação (Universidade Estadual de Londrina). Bibliotecária/Documentalista da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)-Campus Apucarana. Rua Marcílio Dias 635 – Jardim Paraíso. Apucarana-Paraná- Brasil. E-mail: etorino@gmail.com

<sup>2</sup> Mestranda em Gestão da Informação (Universidade Estadual de Londrina). Bibliotecária/Documentalista da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)-Campus Campo Mourão. Rodovia BR-369 KM 0,5. Campo Mourão-Paraná-Brasil. E-mail: torino@utfpr.edu.br

<sup>3</sup> Doutora em Multimeios (Universidade Estadual de Campinas). Professora Adjunto do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Estadual de Londrina. Rodovia Celso Garcia Cid BR 445 KM 380. Londrina – Paraná-Brasil. E-mail: telis@uel.br

## RESUMO

Este estudo tem por objetivo apresentar a importância dos portais corporativos, que se destacam como importante ferramenta de gestão da informação para as organizações. O advento das tecnologias da informação, sobretudo com os avanços da internet, possibilitou a ampliação das possibilidades de acesso à informação. Contudo, observa-se que as organizações desperdiçam muito tempo e recurso na perspectiva de gerenciar suas informações. Os portais corporativos surgem na tentativa de integrar os dados estruturados, que estão disponíveis em sistemas de informação automatizados e os dados não-estruturados, que permeiam diversos setores da organização, tornando o acesso à informação mais ágil e preciso, em especial no que tange à tomada de decisão. A possibilidade de reunir em um único portal todos os sistemas de informação que a organização utiliza, agiliza o trabalho e reúne as informações que geralmente estão dispersas na organização. Entretanto, para que os portais corporativos cumpram com os objetivos propostos, é necessário que a organização promova capacitação para os usuários dessa ferramenta, a fim de gerar comprometimento dos indivíduos quanto à necessidade de compartilhamento e desbloqueio dos fluxos de informação.

**Palavras-chave:** Portais corporativos. Gestão da informação. Tecnologia da informação.

## ABSTRACT

This study aims to present the importance of corporate portals as special tools for information management in organizations. The outcome of information technologies, mainly the internet advancements, has broadened the possibilities for information access. However, it is noticeable that organizations waste a lot of time and resources attempting to manage their information. Corporate portals arise from the attempt to integrate structured data, which are available in computerized information systems, and non-structured data, that are present at a great part of the organization's sectors, in order to make the access for information agile and precise, especially in what concerns to decision making. The possibility of gathering all the information systems that the organization utilizes in only one portal speeds up work and gathers information that is generally dispersed in the corporation. However, in order to achieve its purposes, the organization must promote training for the users of corporate portals so that the individuals get compromised with the need of sharing and unblocking the information fluxes.

**Keywords:** Corporate portals. Management information. Information technology.

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um processo inerente ao ser humano e utilizada na maioria de suas ações, por tratar-se de uma forma de compartilhamento de informações entre os indivíduos. “É um fenômeno natural e intrínseco ao homem, variando de acordo com as características dos grupos nos quais e entre os quais se efetiva” (TARGINO, 2000, p. 10).

O ato de comunicar-se permite que o indivíduo possa associar-se a diferentes comunidades, entendidas aqui como grupos com interesses comuns e que surgem para facilitar o intercâmbio de informações sobre, por exemplo, áreas de pesquisa. Com a amplitude de acesso à informação e ao conhecimento verifica-se que gerenciar informação e conhecimento passa a ser o novo desafio das organizações.

Tal necessidade surge à medida que se faz necessário selecionar, organizar, armazenar e disseminar informações que obtidas e comunicadas poderão oportunizar a geração de conhecimento. Atente-se para o fato de que cada organização dispõe de diferentes sistemas de informação, que vão dos orais aos tecnológicos, que auxiliam na comunicação e no compartilhamento de informação e conhecimento organizacional.

Sistemas de informação são criados a fim de possibilitar a gestão da informação neste momento em que as possibilidades de acesso crescem rapidamente. Tornar a informação acessível e organizada, visando facilitar o acesso à informação relevante e imprescindível a toda a organização que necessita dela é um dos objetivos dos sistemas de informação automatizados. Dessa forma as tecnologias de informação revolucionaram a forma de gerenciar informação. Cohen *apud* Cervantes (2006, p.9), entende como sistemas de informação “o conjunto de canais formais e informais de informação dentro de uma organização ou de uma comunidade”.

Esses sistemas de informação, internos e externos à organização, apóiam os colaboradores em suas atividades laborais. Com as tecnologias de informação disponíveis, desenvolvem-se diferentes ferramentas capazes de

minimizar as dificuldades dos processos de gestão da informação e do conhecimento, dentre os quais destacam-se os portais corporativos.

Esta comunicação trata dos portais corporativos e sua importância para as organizações. Os portais caracterizam-se como mecanismos de gestão da informação que visam integrar sistemas de informação já existentes na organização, com o objetivo de minimizar os custos e melhorar eficácia no uso da informação, possibilitando maior competitividade.

## **2 INFORMAÇÃO E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO**

A importância dos bens intangíveis no cenário organizacional sugere diferentes abordagens acerca do uso da informação, da comunicação e do conhecimento.

No século XVIII, ocorreu a Revolução Industrial, época em que a informação não possuía um fluxo estruturado, um período em que a base reducionista engrandecia o valor da tecnologia em detrimento do valor humano. Apenas no século XX, quando se inicia a chamada Era da Informação, os bens intangíveis e imensuráveis começam a ser discutidos no cenário organizacional, culminando, no século XXI, com a Era do Conhecimento, na qual a grande força está no que o indivíduo sabe, fator que determina sua importância para a organização. De fato, Davenport (1998), enfatiza que as organizações precisam observar que as tecnologias são apenas ferramentas e que o indivíduo deve ser o centro do processo.

Destaca-se que, a partir do século XX, e com maior foco nos últimos anos, têm-se a necessidade latente de gerir a informação e o conhecimento existentes na organização, cujos resultados tornam-se fundamentais para sua sobrevivência frente aos cenários mutáveis e competitivos.

Para Leme e Carvalho (2009, p.4) “[...] a informação está presente em todos os lugares, facilitada pelas *Intranets*, *Extranets*, pela *Internet* ou ainda por redes privadas de comunicação nas empresas, mas é preciso fazer uso de toda esta informação”.

Observam-se crescentes avanços tecnológicos, em especial, com o advento da Internet, que surge na década de 1970, como uma grande rede que revolucionou o acesso à informação e aos meios de comunicação no mundo globalizado.

Com o surgimento da *internet*, acelera-se desenfreadamente o acesso e o uso da informação, que passa a estar disponível independente de fronteiras geográficas. Contudo, há um crescimento vertiginoso do volume de informações que são disponibilizadas de forma desestruturada, fato que justifica quão fundamental é gerenciar as informações de modo a torná-las acessíveis, de forma estruturada e adequada à necessidade do usuário final.

O termo *intranet* surge em 1995, e refere-se ao uso de tecnologias que permitem a comunicação entre os colaboradores de uma mesma organização, por meio de computadores. Segundo Freitas et al. (2004, p.19) “uma *intranet* consiste em uma rede privativa de computadores que se baseia nos padrões de comunicação de dados da *internet* pública”. Diferente da *internet*, a *intranet* possui um público limitado e bem definido.

Os portais corporativos possuem forte relação com as *intranetes*. Corroboram com esta afirmativa Reynolds e Koupoulos (1999) *apud* Dias (2001), ao defenderem que os portais corporativos são

uma evolução do uso das intranets, incorporando a essa tecnologia, novas ferramentas que possibilitam a identificação, captura, armazenamento, recuperação e distribuição de grandes quantidades de informações de múltiplas fontes, internas e externas, para os indivíduos e equipes de uma instituição.

Destaca-se que os portais corporativos surgem, no final da década de 1990, como uma alternativa de integração entre os dados desestruturados e os dados estruturados, tornando o acesso à informação mais ágil e preciso, utilizando-se de um ambiente personalizado, geralmente on-line e de acesso em níveis (SOARES, 2007). Entende-se por dados estruturados aqueles presentes em sistemas de informação automatizados, e não-estruturados, todos os demais dados presentes na organização, porém, sem nenhuma sistematização que permita fácil acesso ao seu conteúdo.

Cabe ressaltar que as tecnologias de informação (TIs) oportunizam relevantes modificações nas organizações, em especial, no que tange ao gerenciamento e disseminação da informação.

Utilizando-se das TIs, o processo de busca, armazenagem e disseminação da informação certamente necessitará de uma estrutura ordenada para que possa atingir os objetivos propostos, uma vez que a explosão de dados e informações, à medida que beneficiam o indivíduo com o acesso, geram grande ansiedade, em especial, quando da tomada de decisão.

### **3 PORTAIS CORPORATIVOS**

A informação deve ser estratégica, para que possa apoiar a tomada de decisão e, para que isso ocorra, precisa estar acessível a todos os membros da organização. Neste contexto, os portais corporativos auxiliam unindo os diversos sistemas de informação automatizados existentes na organização em um único portal, visando reduzir a redundância e facilitar o acesso à informação por meio de metadados que são “elementos de descrição/definição/avaliação de recursos informacionais armazenados em sistemas computadorizados e organizados por padrões específicos, de forma estruturada” (TOUTAIN, 2006, p.19).

Esses portais possuem duas características essenciais, (i) fornecer suporte à tomada de decisão, integrando diferentes bancos de dados e unindo informações dispersas na organização; (ii) processamento colaborativo, permitindo o compartilhamento de informações entre os indivíduos da organização.

Terra e Bax (2003) afirmam que se configuram em ferramentas destinadas a apoiar a missão, as estratégias e os objetivos das organizações, criando e gerenciando um modelo sustentável de negócios à medida em que centralizam toda a informação que circula na organização, de forma que os usuários possam acessar, extrair, analisar e utilizar.

Ao considerar os portais como sistemas de informação centrados no usuário, que integram e divulgam conhecimentos e experiências de toda a organização, de forma a atender às suas necessidades, Soares (2007), corrobora a idéia dos autores acima. Os portais utilizam-se de ferramentas interativas de gestão da informação e do conhecimento para expor e disponibilizar informações específicas que tornam os indivíduos e a organização mais competitivos.

Buscando caracterizar os objetivos dos portais corporativos, Terra e Bax (2003, p. 34) afirmam que

seu objetivo primário é promover eficiência e vantagens competitivas para a organização que o implementa. A idéia por trás desses portais é a de desbloquear a informação armazenada na empresa, disponibilizando-a aos utilizadores através de um único ponto de acesso [...] que lhe confere o signo de "portal", disponibiliza aplicações e informações personalizadas, essenciais para a tomada de decisões nos níveis estratégico (de negócio), tático e operacional.

A relevância dos portais corporativos consiste em agregar todas as informações da organização, inclusive as informações sigilosas e cujo acesso deve ser restrito. Dessa forma, a organização pode configurar diferentes níveis de acesso aos conteúdos do portal, de acordo com a necessidade de cada colaborador, maximizando o nível de segurança. Os colaboradores, por sua vez, possuem a liberdade de personalizar suas preferências nas páginas do portal, permitindo agilidade no acesso aos recursos disponíveis.

Para Freitas, Quintanilha e Nogueira, (2004, p.7)

os portais corporativos, além de serem um avanço tecnológico – pois possuem capacidade de integrar sistemas já existentes e usados nas empresas que trabalham desconectadas entre si, aproveitando todo o investimento em TI já existentes – oferecem um completo conceito de Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento nunca antes alcançado.

Trata-se de um valioso mecanismo para a organização, pois além de minimizar custos e o tempo de busca de informação, possibilita ainda que se faça gestão da informação e que sejam incorporados à organização, ambientes capacitadores para o processo de gestão do conhecimento.

Com objetivo de reduzir a sobrecarga de informação que a organização possui, os portais corporativos têm como foco personalizar o sistema, os mecanismos de busca e a categorização do sistema. Tal ação consiste em adaptar o sistema às necessidades dos usuários diminuindo o tempo

utilizado para encontrar a informação que necessita. Os mecanismos de busca devem possibilitar o acesso rápido, além do resultado esperado e no momento exato. As categorizações, por sua vez, são estruturas que organizam as informações em categorias para que sejam facilmente consultadas pelos usuários (TERRA e BAX, 2004).

Cabe enfatizar que a evolução da tecnologia utilizada no desenvolvimento dos portais, de acordo com Freitas, Quintanilha e Nogueira (2004, p. 23), ocorreu em quatro gerações: (i) a **categoria referencial**, é a primeira geração dos portais, na qual faz-se a busca em um catálogo hierárquico de conteúdo *web*, acompanhado da descrição e *link*. Têm-se aqui, a disseminação em massa de informações no cenário organizacional. (ii) Na segunda geração, **categoria personalizada**, o usuário utiliza-se de um *login* e uma senha para personalizar as informações que necessita e serve-se frequentemente, de um espaço conhecido como “minha página”; além disso, pode ainda disponibilizar conteúdos que poderão ser acessados por todos os colaboradores da organização. (iii) Na terceira geração, a **categoria interativo**, agrega ao portal diferentes serviços utilizados pelos usuários, tais como: *e-mail*, calendários, agendas, gestor de projetos e outros aplicativos de uso rotineiro. (iv) Com a evolução, na quarta geração, a **categoria especializado**, baseia-se nas funções profissionais e atividades específicas da organização, e integra aplicativos ao portal, de forma a possibilitar que sejam executadas transações por meio do portal corporativo.

Dias (2001, p. 4) cita que os portais corporativos surgem

constituindo-se em um conjunto de aplicativos de software que consolida, gerencia, analisa e distribui informação, não só internamente, como também para o ambiente externo à organização incluindo ferramentas de inteligência de negócios, gestão de conteúdo, data warehouse, gestão de dados e informações.

Verifica-se que são utilizadas diferentes ferramentas para atingir aos objetivos propostos pelos portais corporativos e assim aumentar a eficiência e a qualidade das organizações, tais como: estratégia de negócios, gestão de dados, gestão de conteúdos e *datawarehouse*.

Um estudo conduzido em portais de grandes empresas, a exemplo da HP, Ford, GM e Procter & Gamble, deixa evidências acerca dos

potenciais benefícios dos portais como ferramentas de compartilhamento de informação em ambientes complexos (BENBYA, PASSIANTE e BELBALY, 2004).

Para a gestão dessa complexidade dispõe-se, atualmente, de estruturas tecnológicas que podem ser divididas, de acordo com Freitas et al. (2004, p.19), em quatro camadas, cuja estruturação pode ser entendida como níveis que facilitam, ao usuário, o acesso à informação desejada no portal, quanto maior o número da camada, mais distante do indivíduo. Assim, a partir do uso de dispositivos – computador, celular, *palmtop* – têm-se acesso à primeira camada, chamada de camada de apresentação ou personalizada; trata-se da camada à qual o usuário tem acesso, e que responde por duas funções essenciais, identificar o dispositivo de acesso, a fim de apresentar a interface adequada e personalizar o conteúdo de acordo com interesses individuais customizados em um perfil, que resulta na redução do tempo de busca à informação.

A segunda camada, de mecanismos de busca, utiliza-se dos princípios de taxonomia para recuperar o conteúdo necessário, dentre uma infinidade de informações disponíveis. Vale destacar que, para que os resultados sejam satisfatórios, é necessário que os dados inseridos estejam padronizados e organizados, a fim de minimizar que se percam nesse universo.

Na terceira camada ocorre a integração entre as aplicações disponíveis na organização e na *web*, com o objetivo de disponibilizar em um único ponto de acesso todas as informações necessárias para o desenvolvimento das atividades.

A quarta e última camada, a de conectores, é a camada mais complexa, que integra e conecta todos os sistemas e bancos de dados disponíveis na organização, tais como: ferramentas de colaboração; documentos produzidos em aplicativos; sistemas de gestão de conteúdo, de documentos e *workflow*; gestão de relacionamento com o cliente; ERP; sistemas que atendam às funções profissionais e atividades específicas da organização; *datawarehouse*.

Esse conjunto de camadas é que possibilita que os dados altamente desestruturados sejam estruturados e tornem-se acessíveis aos usuários.

A despeito de todas as inovações acerca dos portais, ainda há muitos desafios a enfrentar. Um portal será tanto mais efetivo quanto maior for a

integração dessas várias camadas e também de três contextos básicos, conforme argumentam Benbya, Passiante e Belbaly (2004): a) contexto técnico, que compreende design, usabilidade, segmentação e informação efetiva; b) contexto gerencial, que abarca custo-efetividade, estratégia, liderança e sistema de recompensas; c) contexto social, ou seja, cultura organizacional, satisfação, confiança e comprometimento.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os portais corporativos oportunizaram mudanças nos processos gerenciais das organizações, uma vez que se tratam de mecanismos que visam o compartilhamento da informação, melhorando o ciclo decisório e os processos e fluxos de trabalho, beneficiam as comunidades de prática e promovem a colaboração entre os indivíduos que o utilizam.

Destaca-se ainda a importância dos portais no acesso à informação de forma rápida, ágil e centralizada, reduzindo consideravelmente o custo com troca de mensagens e distribuição física de informação entre os colaboradores, utilização de aplicativos e bancos de dados duplicados, quadro de colaboradores envolvidos na disponibilização de informações, tráfego de documentos pela rede.

É visível que tal ferramenta amplia a produtividade individual e organizacional, porém, para que isso ocorra, é necessário que haja o engajamento de todos os colaboradores e da própria organização, criando incentivos para que sejam compartilhados documentos e para que ocorra a interação entre os indivíduos, visando a utilização adequada do portal.

A implantação de um portal corporativo possibilita a ampliação da comunicação entre os usuários internos e externos da organização potencializando suas ações e transformando dados em informação, que uma vez processadas e compartilhadas, compõem o conhecimento organizacional.

Por fim, percebe-se que a tecnologia por si só não basta. Fica evidente a necessidade de uma informação que seja precisa e disponibilizada em tempo hábil para que possa ser utilizada. Tal afirmação mais uma vez enfatiza a relevância dos portais corporativos como ferramentas utilizadas no cenário organizacional.

## 5 REFERÊNCIAS

- BENBYA, H.; PASSIANTE, G.; BELBALY, N. A. Corporate portal: a tool for knowledge management synchronization. **International Journal of Information Management**, v. 24, p. 201-220, 2004. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/B6VB4-4BN0H0G-1/2/81323def8c060fea320de59eded568bf>> Acesso em 07 abr. 2009.
- CERVANTES, B. M. N. **Terminologia do processo de inteligência competitiva: estudo teórico e metodológico**. Londrina: EDUEL, 2006.
- DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**. São Paulo: Futura, 1998.
- DIAS, C. A. Portal corporativo: conceitos e características. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a07v30n1.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2009.
- FREITAS, R. A.; QUINTANILHA, L. W.; NOGUEIRA, A. dos S. **Portais corporativos: uma ferramenta estratégica para a gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.
- LEME, Murilo; CARVALHO, H. G de. Requisitos mínimos para um portal corporativo de gestão do conhecimento. Disponível em: <<http://www.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS/42.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2009.
- SOARES, V. de L. **A agenda setting e a comunicação nas organizações: um encontro possível**. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- TARGINO, M. das G. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 10, n. 2, 2000. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/326/248>>. Acesso em: 07 jan. 2009.

TERRA, J. C.; BAX, M. P. **Portais corporativos**: instrumento de gestão da informação e do conhecimento. Disponível em: <<http://www.bax.com.br/research/publications/portaisCorporativosInstrumentosGestao.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2008

TOUTAIN, L. M. B. B. Biblioteca digital: definição de termos. In: MARCONDES, Carlos H.; KURAMOTO, H.; TOUTAIN, L. M. B. B (Org.). **Bibliotecas digitais**: saberes e práticas. Brasília: IBICT, 2006. p. 15-24.