

---

## O USO DA *INTERNET* COMO CANAL DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DO TRIÂNGULO MINEIRO - IFTM

**LEITE, Maria Denilce Alves Teixeira<sup>1</sup>; CRUZ, Fernando Silvério da<sup>2</sup>; BRITO, Léia Torres de<sup>3</sup>.**

---

**RESUMO:** Sabe-se da importância que a *Internet* exerce no relacionamento interpessoal, como meio facilitador da interação e comunicação. Redes sociais como o *Facebook, Instagram e Twitter* aproximam pessoas de diversos lugares no mundo. O avanço tecnológico, a propagação dos meios de comunicação e a popularização da *Internet* vêm transformando o modo de fazer negócios no mundo. Através da *Internet*, hoje é possível conhecer pessoas, obter as mais variadas informações e até mesmo fazer compras. E é essa realidade que faz com que as empresas se preocupem cada vez mais com sua presença na rede. O Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Triângulo Mineiro - IFTM - vem se adaptando a esses novos meios de comunicação e informação. Dessa forma, esse trabalho tem como objetivo abordar a *Internet* como canal de comunicação no IFTM, evidenciando algumas ações de comunicação organizacional realizadas pelo IFTM e analisando sua eficácia.

**Palavras-chave:** Comunicação, Organização, Canal, *Internet*.

### INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico, a propagação dos meios de comunicação e a popularização da *Internet* vêm transformando o modo de fazer negócios no mundo e a comunicação organizacional. Através da *Internet*, hoje é possível conhecer pessoas, obter as mais variadas informações, se comunicar de forma instantânea e até mesmo fazer compras.

Essa realidade faz com que as empresas se preocupem cada vez mais com sua presença na rede, se conscientizando do novo processo no qual estão envolvidas, a comunicação.

---

<sup>1</sup>Auxiliar em Administração, Instituto Federal do Triângulo Mineiro. Patos de Minas-MG; E-mail: mariadenilce@iftm.edu.br.

<sup>2</sup>Administrador, Instituto Federal do Triângulo Mineiro, Patos de Minas-MG; E-mail: fernandosilverio@iftm.edu.br.

<sup>3</sup>Professora do Ensino Básico Técnico e Tecnológico. Instituto Federal do Triângulo Mineiro Campus Curso Técnico em Logística. Patos de Minas, e-mail: leiatorres@iftm.edu.br.

---

Comunicar é mais do que informar. Segundo Chiavenato (2002, p. 142), comunicação “é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social”.

Gil (2001, p. 73), a respeito do processo de comunicação, deixa claro que: “a comunicação vai além do simples ato de informar. Requer sintonia com o interlocutor e também o esclarecimento por parte deste acerca dos efeitos produzidos pela mensagem”.

As empresas estão usando cada vez mais a *Internet* para comunicar-se com seus colaboradores, clientes, fechar negociações entre outras ações. Ferramentas inovadoras como *e-mail*, canal de ajuda *on-line*, *chats* internos e *fórum* de dúvidas passaram a fazer parte do dia a dia dos seus negócios promovendo assim uma melhor agilidade e eficiência nas transações.

No meio educacional, a *Internet* destaca-se como um poderoso meio de informação e importante ferramenta de apoio ao desenvolvimento do processo ensino-aprendizagem por intermédio do emprego efetivo de alguns de seus recursos. A cooperação científica à distância, a publicação de revistas especializadas totalmente eletrônicas e a ampla disseminação da informação são apenas alguns dos impactos de uso dessa tecnologia no meio acadêmico.

Assim, as tecnologias de informação e comunicação (TIC), mais especificamente a *Internet*, vêm transformando e aperfeiçoando as técnicas de comunicação.

Feitas essas considerações, alvitramos, por meio deste artigo, analisar como a *Internet* corrobora com o processo comunicação organizacional no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro – IFTM.

O IFTM foi criado mediante uma fusão dos antigos Centros Federais de Educação Tecnológica, Escolas Técnicas e Agrotécnicas e define-se como uma "Instituição de Educação Superior, Básica e Profissional, Pluricurricular e Multicâmpus" (BRASIL; MEC; IFTM, 2008). Possui natureza autárquica, detentora de autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar.

O IFTM faz parte da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, e atualmente oferece cursos técnicos de nível médio, cursos de graduação

(tecnologia, licenciatura, bacharelado) e cursos de pós-graduação *lato sensu* (especialização) e *stricto sensu* (mestrado) (BRASIL; MEC; IFTM, 2013).

Na modalidade de educação a distância, o IFTM também possui grande participação na educação nacional e possui mais de 4.000 alunos matriculados. São 11 cursos oferecidos à distância, sendo três licenciaturas, sete cursos técnicos profissionalizantes e uma especialização *lato sensu*, alocados em 24 polos presenciais (BRASIL; MEC; IFTM, 2014).

O IFTM possui a preocupação de oferecer ensino de qualidade e servir à sociedade, “promovendo o desenvolvimento na perspectiva de uma sociedade inclusiva e democrática” (IFTM). Para isso, ele busca inovar em todos os seus processos, não somente no processo de ensino-aprendizagem. O setor administrativo também tem sido incluído nos novos processos de comunicação e informação.

Atento às tendências do mercado, o IFTM vem se modernizando e acompanhando as necessidades organizacionais em tempos de globalização. Um exemplo disso foi a criação dos canais de comunicação eletrônica: Boletins de Serviço e Informativo de Gestão de Pessoas “DGP-Info”, criados com o objetivo de disseminar a informação formal, dando maior publicidade aos atos e decisões do Instituto.

O portal do IFTM também contribui para melhoria da comunicação organizacional, mantendo seu conteúdo atualizado com notícias e fatos relevantes ao cotidiano institucional.

Além disso, tem o canal do Blog do Reitor, que também representa uma inovação no setor de comunicação.

Este trabalho visa apresentar alguns canais de comunicação utilizados pelo IFTM, analisar seus benefícios e se são eficientes e satisfatórios para a produtividade dos servidores.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

O uso da *Internet* como canal de comunicação se converteu em valiosa ferramenta de acesso a recursos e serviços em todos os segmentos da sociedade atual. A sociedade da informação e da automação tem se firmado por meio de novas relações que têm sido estabelecidas, de forma interativa e democrática, no ciber espaço. Dentro deste contexto foi realizada uma pesquisa e revisão bibliográfica para o estudo da investigação.

Para John Perry de Barlow, 1994 (*apud* LAQUEY, 1994, p. 256), o espaço cibernético, em sua condição atual, configura-se como o ocidente do século XIX. É vasto, impossível ser desenhado em um mapa, ambíguo em termos culturais e jurídicos, de linguagem concisa, difícil de percorrer e dominar e intangível, pois toda comunicação se encontra de forma digitada. Nesse contexto, a aplicação social, cultural, econômica, científica e informacional da *Internet* é imensurável, visto que boa parte das informações que circulam pela rede são temas de investigação na atualidade.

O processo de comunicação envolve os seguintes canais: emissor, codificador, mensagem, canal, decodificador e receptor. Infere-se do esquema que a comunicação necessita de interação entre o receptor e o emissor. Pode-se concluir que só há comunicação quando o receptor compreende o significado da mensagem enviada pelo emissor.

Segundo Robbins (2010), as organizações estabelecem dentro dos processos os canais de comunicação, que podem ser formais e informais. Os canais formais transmitem mensagens relacionadas com o trabalho e os informais participam as mensagens pessoais e sociais. Observa-se também que dentro das instituições a comunicação flui em direção vertical e horizontal. A vertical subdivide em descendente e ascendente. A primeira flui dos níveis mais altos para os mais baixos e é usada pelos gestores e líderes para comunicar com os funcionários, distribuir tarefas, instruções, informar e políticas e procedimentos. A outra, ascendente, é a que se dirige à alta direção da organização, utilizada para fornecer *feedback* aos gestores, realimentação do processo.

A comunicação horizontal acontece entre membros de grupos do mesmo nível, contribui com o entrosamento e a colaboração dos membros e permite estabelecer relações interpessoais.

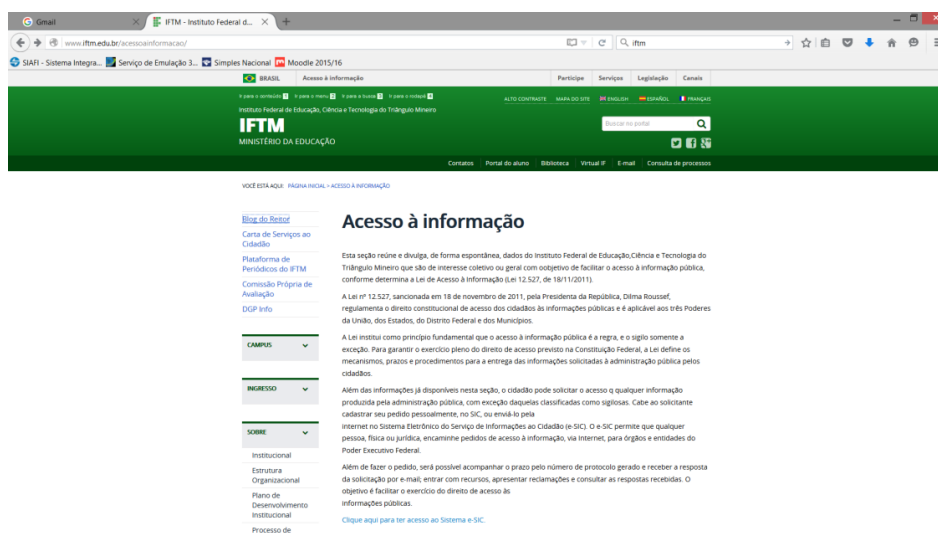
A comunicação é imprescindível para qualquer organização, uma vez que é o fator viabilizador do sistema organizacional por meio de redes de comunicação, sejam elas formais ou informais. São essas redes que ligam entre si os colaboradores da organização e esta com o meio ambiente (KUNSCH, 1997).

A comunicação interna não é um fim em si mesmo; é um meio para obter os objetivos corporativos. Para tanto, é necessário que as organizações considerem as informações como um ativo (que há de gerir) e um recurso (que há de aproveitar), ao

em vez de considerá-la como um suporte de suas diferentes atividades. Quando assim acontecer, a comunicação interna poderá ser entendida como um indicador de modernidade da cultura corporativa dessa organização (URRUTIA, 1999a).

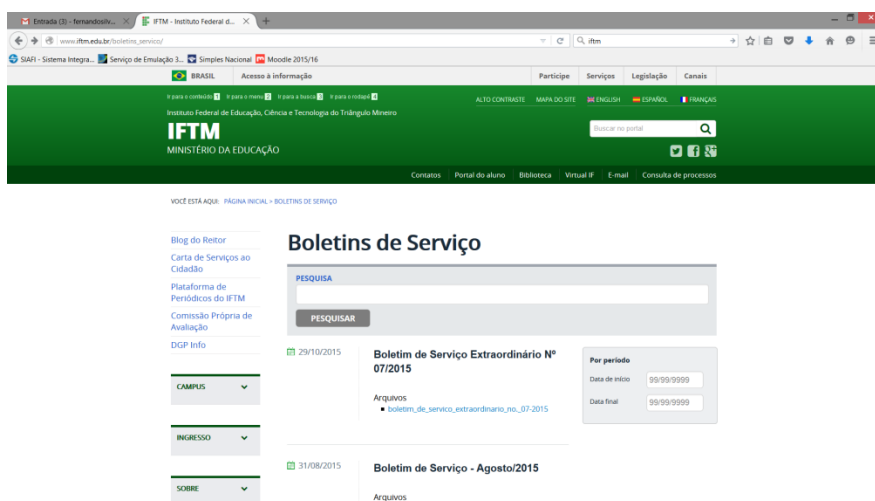
A chegada de novos meios comunicacionais vem auxiliar na disseminação da informação e da comunicação interna e fazem parte da estratégia de comunicação organizacional. Se por um lado essas tecnologias permitem a concentração de informações em um único lugar, por outro lado elas permitem uma distribuição sem fronteiras de informações que antes ficavam restritas a poucos (REBECCHI, 1990).

O IFTM vem usando a *internet* como canal de comunicação organizacional para disseminar as informações, dando publicidade aos atos administrativos da instituição. Na figura é apresentada a tela principal do IFTM para acesso à informação.



Fonte: <http://www.iftm.edu.br/acessoainformacao/>

Dentre as varias ações do IFTM, nesse sentido, podemos destacar a criação do Boletim de Serviço, meio usado para dar publicidade dos atos administrativos aos cidadãos. Esta seção reúne e divulga, de forma espontânea, dados do IFTM que são de interesse coletivo ou geral com o objetivo de facilitar o acesso à informação pública, conforme determina a Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527, de 18/11/2011), que regulamenta o direito constitucional de acesso dos cidadãos às informações públicas. A figura seguinte mostra a tela onde é possível ter acesso aos Boletins de Serviços.

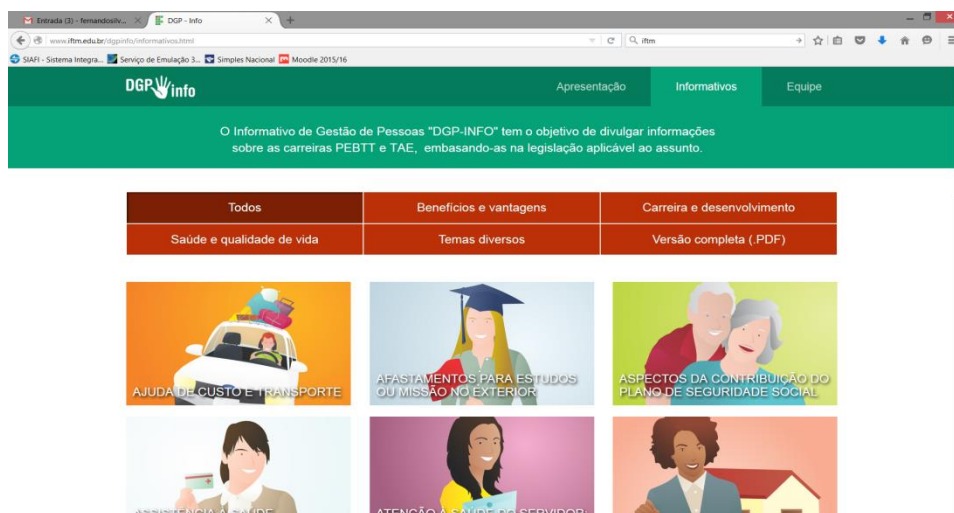


Fonte: [http://www.iftm.edu.br/boletins\\_servico/](http://www.iftm.edu.br/boletins_servico/)

Além da ferramenta de comunicação Boletins de Serviço, o IFTM possui o “DGP-Info”. A Pró-Reitoria de Desenvolvimento Institucional – PRODIN, por meio da Diretoria de Gestão de Pessoas, publica mensalmente a edição do Informativo "DGP-Info" com o objetivo divulgar informações sobre as carreiras dos Professores do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico - PEBTT e dos Técnicos Administrativos em Educação - TAE, embasando-as na legislação aplicável ao assunto.

O “DGP-Info” trata diversos assuntos, como exemplo, podemos citar edições que contemplaram temas como estágio obrigatório, auxílio moradia, imposto de renda, programação de férias, remoção, dentre outros.

Percebe-se que essa ferramenta contribui para a informação do servidor a respeito de vários assuntos de seu interesse. Abaixo segue a tela do Informativo DGP-Info.



Fonte: <http://www.iftm.edu.br/dgpinfo/informativos.html>

Pensando em um modo de interagir e minimizar a falta de *feedback*, foi criado o Blog do Reitor, mostrado na próxima figura, que já atingiu mais de 492.422 visualizações. Por meio dele, os cidadãos podem tirar suas dúvidas, externar suas opiniões e inclusive tecer críticas sobre as ações apresentadas pelos dirigentes do IFTM.

É uma ferramenta de comunicação muito eficiente, pois por ser um canal moderno e inovador, os jovens participam e acreditam nessa ideia sem dificuldades.

Esses três canais de comunicação apresentados são as ferramentas mais recentes e mais usadas para disseminar informações e se comunicar no IFTM. Eles evidenciam a preocupação constante em adotar estratégias de comunicação que atinjam a todo o público – servidores, alunos e sociedade – e transmitam as informações de forma eficaz e sem ruídos. Além de fornecer a informação, o IFTM preocupou-se em adotar, também, um canal que permita que o público forneça *feedback* para a alta administração, *Blog do Reitor*. Dessa forma, a organização viabiliza que a comunicação vertical aconteça nos fluxos ascendente e descendente.

A comunicação horizontal acontece através do *chat* no *e-mail* organizacional, que permite que os servidores conversem entre si de forma instantânea. Todos esses canais de comunicação e informação permitem que os servidores realizem suas atividades de forma eficaz e eficiente.

Baseados nestes conceitos e fazendo uma relação com a TIC, percebe-se que recursos como a *intranet* e o *e-mail*, devem ser mais do que uma ferramenta de trabalho, um veículo de comunicação. Com toda sua potencialidade a *internet*, e em especial a *intranet*, promove uma comunicação de mão dupla de forma ágil e fácil. A *intranet* tem condições de assumir a dimensão estratégica da comunicação, destacando-se como uma rede interna de comunicação, que facilita a gestão da informação e do conhecimento.

## CONCLUSÕES

A inserção das TICs nas organizações apresenta um grande desenvolvimento do processo de comunicação e disponibiliza vários canais para a disseminação das informações, proporcionando maior acesso ao conhecimento organizacional.

A tecnologia da comunicação é um recurso diferenciador da estrutura organizacional. O IFTM utiliza das ferramentas digitais para comunicar com seus servidores e com a comunidade. Além de ter uma plataforma de trabalho por meio da



qual disponibiliza seus atos administrativos, possibilita a disseminação de suas informações e interação com os colaboradores e a sociedade.

Um dos grandes benefícios que as tecnologias como a *Internet* e a *Intranet* trazem às organizações é o compartilhamento das informações, possibilitando o crescimento do fluxo informativo e comunicacional nas instituições.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL; MEC; IFTM. **Resolução “Ad Referendum” N° 96/2013, De 26 De Dezembro De 2013.** Disponível em: <<http://www.iftm.edu.br/instituto/pdi.pdf>>. Acessado em: 24 nov. 2015.
- BUESA, C. B.; LÓPEZ, J. F. **Internet.** Madri: UNED, 2000.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública.** / Idalberto Chiavenato. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos: fundamentos básicos.** 7 ed. São Paulo, 2009.
- DAFT, Richard L. **Administração.** / Richard L. Dart; revisão técnica Denis Forte; [tradução Harue Ohara Avritcher]. 2ª. Ed. – São Paulo: Cengage Learnig, 2010.
- EUROSTAT. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nas empresas brasileiras [livro eletrônico]: TIC empresas 2014 = Survey on the use of information and communication technologies in brazilian enterprises : ICT enterprises 2014 / [coordenação executiva e editorial/executive and editorial coordination, Alexandre F. Barbosa]. -- São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015. Disponível em: <  
[http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_Empresas\\_2014\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Empresas_2014_livro_eletronico.pdf)  
> acessado em 30/nov. de 2015.
- GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais.** São Paulo: Atlas, 2001.
- GIL, A. C. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais.** 1 ed. São Paulo, Atlas, 2014.
- KUNSCH, M. M. K. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional.** São Paulo: Summus, 1997.



---

LAQUEY, T. **O manual da *Internet*: um guia introdutório para acesso às redes globais.** Tradução de Insight Serviços de Informática. Rio de Janeiro: Campus, 1994. Título original: The *Internet* companion.

MARINS, Luciana e SCHAAPER, Martin. O Impacto Das Tecnologias De Informação e Comunicação Na Inovação Empresarial: Um Estudo Exploratório; Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nas empresas brasileiras [livro eletrônico]: TIC empresas 2014 = Survey on the use of information and communication technologies in brazilian enterprises : ICT enterprises 2014 / [coordenação executiva e editorial/executive and editorial coordination, Alexandre F. Barbosa]. -- São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015. Disponível em: <  
[http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_Empresas\\_2014\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Empresas_2014_livro_eletronico.pdf)  
> acessado em 30/nov. de 2015.

REBECCHI, E. **O sujeito frente à inovação tecnológica.** Petrópolis: Vozes: 1990.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional.** / Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, Filipe Sobral; [tradução Rita de Cássia Gomes]. – 14ª. Ed. – São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

URRUTIA, A. A . Nuevos retos comunicativos en la empresa ante las nuevas tecnologías de la comunicacion. 1999a. Disponível em: <  
[http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/anopub.php?anopub=1999](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/anopub.php?anopub=1999)>. Acesso em: 29/nov/2015.