

**TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO
DE CASO NO INSTITUTO FEDERAL GOIANO – *Campus* URUTAÍ - GO**

**MÁRCIO FERNANDES¹, GISELE DE ARAÚJO BORGES², MICHELE FERNANDA PIRES
DE OLIVEIRA³, LETÍCIA TAVARES DE FARIA⁴**

RESUMO

A comunicação humana é uma área de investigação e de estudos muito complexa, é tanto um fenômeno quanto uma função social e profissional. Ela é processada através de dois níveis: o verbal e o não verbal. A comunicação não – verbal é a forma não discursiva que pode ser transmitida através de três suportes: o corpo, os objetos associados ao corpo e os produtos da habilidade humana. Investigações científicas têm evidenciado que a importância das palavras, em uma interação entre pessoas é apenas indireta. Resultados de diversos estudos demonstram que as relações interpessoais são mais influenciadas por canais de comunicação não – verbais do que verbais. Isto é indicativo que o discurso não – verbal assume relevância nos processos de comunicação humana. Fica, então, evidente que em determinadas profissões os sinais não – verbais são de capital importância, principalmente, para aqueles profissionais cuja ação está mais diretamente relacionada ao corpo e ao movimento, na medida em que contribui de forma relevante a melhor percepção de outras pessoas – os clientes. E para ressaltar a independência e cultivar a iniciativa a boa comunicação, conduz ir à resolução de problemas, verificamos que a Tecnologia da Informação é um processo de transformação de comunicação capaz de invadir todos os espaços dentro da realidade dos tempos atuais, que a modernidade tecnológica que toma conta do mundo.

Palavras-chave: Comunicação não verbal, comunicação corporal, Tecnologia da Informação, processo de comunicação, linguagem corporal.

INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é ressaltar, que o processo de comunicação exige um vasto repertório de habilidades em processamento intrapessoal e interpessoal, ouvir, observar, falar, questionar, analisar e avaliar.

A comunicação é uma troca de informações entre duas pessoas ou um determinado grupo, é uma troca, um entendimento, uma compreensão. É o processo de que o homem dispõe para transmitir idéias, sentimentos, experiências e informações.

O interesse pelo presente trabalho, foi estabelecido a partir de uma análise de resultados alcançados, os quais deverão estar voltados principalmente, para os canais de comunicação utilizados, com o objetivo de manter e melhorar a qualidade da tecnologia aperfeiçoando-os constantemente.

O objetivo proposto para a elaboração deste trabalho acredita-se foi alcançado na medida em que se descreveu o processo de comunicação empresarial voltado para alguns exemplos de meios de comunicação que podem ser utilizados pelas organizações para manter seus empregados, fornecedores e clientes bem informados. Em nenhum momento teve-se a intenção de esgotar o tema que é extremamente importante e complexo. Ficando o desejo que o assunto seja estudado tanto pelas autoras quanto por outros pesquisadores. Que os empresários vejam no processo de comunicação

¹ Professor Adjunto do Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutai, GO. brancoad@hotmail.com

² Graduada em Gestão da Tecnologia da Informação pelo Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutai, GO

³ Graduada em Gestão da Tecnologia da Informação pelo Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutai, GO.

⁴ Professora Assistente do Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutai, GO.

empresarial um importante instrumento para a sobrevivência, consolidação de seus negócios e parcerias com seus públicos alvos.

A fundação teórica foi pautada nos autores: TORQUATO (2007), KUNSCH (1997), SCHULLER (2000), COSTA (2004), BUENO (2001). São autores cujos estudos focalizam a tecnologia como um ponto importante para um bom desenvolvimento em diversas áreas escolares ou profissionais, a saber.

O objetivo geral foi verificar como se dá a comunicação interna entre os servidores administrativos, docentes e discentes. Conhecer e analisar os instrumentos que a Assessoria de Imprensa utiliza para se comunicar com o público interno.

MATERIAL E MÉTODOS

Como metodologia optou-se por pesquisa de campo para averiguar o impacto da comunicação dentro do IF Goiano - *campus* Urutaí. Entender o processo de comunicação Institucional dentro da Instituição. Entender como a comunicação Institucional atinge os alunos e os servidores dentro do *campus*. Avaliar a receptividade da comunicação Institucional entre os alunos e servidores dentro do IF Goiano. Detectar falhas na comunicação interna do Instituto. Propor ações ou melhorias de processo de comunicação dando sugestão na área tecnológica. Para tanto, foram aplicados questionários para os servidores administrativos, servidores docentes, e discentes com a finalidade de avaliar como cada um dos grupos recebem as informações, como os membros da Instituição com o fim de averiguar como e o processo comunicativo no IF Goiano - *campus* Urutaí e apontar o impacto do uso da tecnologia no processo comunicativo empresarial. E essa pesquisa foi uma amostra sistemática onde pegamos apenas 10% de cada população, onde 10% corresponde uma amostra representativa de toda a população, ou seja, indica um todo, pois não precisamos avaliar mais de 10% para comprovar cientificamente a pesquisa.

Foi feita uma pesquisa bibliográfica que englobou além de obras na área da comunicação, da comunicação jornalística e empresarial, as principais tendências em artigos publicados recentemente em meio digital.

Os recursos para a realização desta pesquisa foram materiais escritório de naturezas diversas, desde caneta e papel, tinta para impressora, recursos para encadernação e livros adquiridos pela equipe.

Público Alvo da Pesquisa

A pesquisa foi aplicada a todo público interno do Instituto onde foram entrevistados alguns discentes, servidores administrativos e docentes.

- No setor Administrativo – 11 servidores entrevistados.
- No setor dos docentes – 9 entrevistados.
- Com os discentes foram aplicados em todos os cursos, mas apenas alguns selecionados para responder os questionários.

Tipo da Pesquisa

Foi feito um levantamento, entre a população interna do Instituto com todos os discentes matriculados, docentes e servidores administrativos. Essa pesquisa é uma amostra Sistemática onde avaliamos apenas 10% da população interna do Instituto para comprovar cientificamente o nosso trabalho de conclusão de curso. Aplicamos a pesquisa no Instituto Federal Goiano – *Campus Urutaí* nos dias 26 e 27 de abril de 2010, no dia 26 de abril foram aplicados os questionários no período vespertino e no dia 27 de abril voltamos no período matutino e retornamos no período noturno. Todos os questionários foram respondidos e entregues com sucesso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Análise de resposta referente à comunicação interna do IF Goiano – *Campus Urutaí*

Como ficam sabendo das informações que acontece no IF Goiano, segundo os professores que responderam os questionários, 66% ficam sabendo por meio do Site do Instituto, 55% ficam sabendo das informações por e-mail, 22% ficam sabendo das informações por meio de cartazes, telefone e outros meios. E 11% por meio de banner. Segundo os Servidores Administrativos ficam sabendo as informações por meio do e-mail que é de 100%, por meio do site do Instituto 81% dos servidores ficam sabendo das informações já 45% é por meio de cartazes, 27% por telefone, 18% outros meios e 9% recebem a informação por banner. Em relação aos alunos 64% recebem pelo site do Instituto, por e-mail 10% outros meios 17%, cartazes 32%, por banner 3% e 1% ficam sabendo por outdoor.

Segundo os professores, o site é em primeiro lugar e em segundo lugar o e-mail estão sendo mais eficazes informando-os do que ocorre no IF Goiano - *Campus Urutaí*. Já no setor administrativo o e-mail, o site do Instituto, cartazes e o telefone é o mais informativo. Já os alunos ficam sabendo das informações do site do Instituto e os cartazes. Podemos observar que a Assessoria de Imprensa está abrangendo mais com seus instrumentos de comunicação no setor administrativo e os alunos deixando a desejar com os docentes.

Como prefere receber as informações do que acontece no IF Goiano - *Campus Urutaí*, segundo os professores 44% deles preferem receber pelo site do IF Goiano – *Campus Urutaí* e 55% por e-mail, 33% por jornais. Em relação aos Servidores Administrativos 63% preferem receber pelo próprio site da Instituição e por e-mail. Agora os alunos com 44% preferem ficar sabendo dos acontecimentos por meio do site do Instituto, e 25% preferem por cartazes.

Os professores vêem o trabalho da Assessoria de Imprensa 45% deles afirma que a Assessoria de Imprensa está desempenhando um bom trabalho, e 33% disseram que o trabalho está regular, pois ela esta deixando a desejar na comunicação do Instituto. Na visão dos servidores administrativos com 64% dos entrevistados diz que a Assessoria está tendo um ótimo desempenho e 36% dos mesmos disseram que esta boa. Segundo os alunos com 44% dos que responderam o questionário disseram que o trabalho da Assessoria de Imprensa está bom desempenhando seu papel na comunicação, e entre essa população de alunos 21% diz que o trabalho da Assessoria de Imprensa está ótimo, e 23% disseram que seu trabalho está ficando a desejar no sentido da comunicação.

De acordo com os professores 51% disseram que tem conhecimento de como se divulga o Instituto para atrair o público e da população dos docentes 44% disseram que possui nenhum conhecimento relacionado a divulgação. Segundo os servidores administrativos 91% deles possui esse conhecimento dessa divulgação, e 9% dos entrevistados disseram que não tem conhecimento sobre esta divulgação. Dos alunos que fizeram parte dessa amostra 68% disseram que tem conhecimento dessa divulgação e 32% deles afirmam que não conhece. Podemos concluir com essa amostra que os alunos estão necessitando mais de divulgação para atrair seu público alvo.

Atualmente os meios que o Instituto Federal Goiano utiliza para fazer sua divulgação e atrair mais público, os professores relatam que 44% são por meio do site do IF Goiano - *Campus Urutaí* e 22% é por meio da TV, Panfletos e outros. De acordo com os servidores administrativos eles afirmam que 54% essa divulgação é feita pelo site, a maioria deles com 63% disseram que é feita por panfletos e 36% por Via Direta e TV. De acordo com os alunos 44% afirma que o meio que eles conhecem é o site da Instituição e 13% por panfletos. Ao analisar esses resultados, podemos perceber que a

XIX CONGRESSO DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UFLA
27 de setembro a 01 de outubro de 2010

Assessoria ela não está sendo efetiva em relação aos alunos, pois falta conhecimento de alguns meios de comunicação.

Segundo os professores, quando ocorre alguma mudança relacionada à Instituição como eles ficam sabendo, 66% disseram que é por meio dos Coordenadores de Setor e 33% é pelos comentários dos colegas. O que podemos perceber que a única comunicação que está oficial é dos coordenadores com os professores. De acordo com os servidores 45% ficam sabendo da mudança por meio dos comentários dos colegas e 36% pelos coordenadores de setor. Ao analisar esses dados percebemos que os servidores estão tendo uma comunicação informal, pois é feita por meio do bate papo. De acordo com os alunos 64% ficam sabendo pelos comentários dos colegas sendo 10% informado pela a secretaria e 22% são comunicados pelos coordenadores de setor. O que podemos notar é que a secretaria não está desempenhando seu papel de comunicação com os alunos; sendo que muitas das vezes ficam sabendo das mudanças (paralisação não havendo aula) pelos comentários dos colegas podendo ser informação falsa.

De acordo com os professores os sites que eles têm costume de visitar com 88% do site do Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutaí e dessa população de professores 44% visitam o Instituto Federal Goiano e com 33% tem o costume de visitar o MEC e 44% visitam os Jornais. Segundo os servidores administrativos 90% visitam o IF Goiano – *Campus* Urutaí e 36% têm costume de visitar o site do IFG e 54% dos entrevistados visitam o site do MEC e os restantes com 36% Jornais. Já os alunos têm costume de visitar o site do IF Goiano – *Campus* Urutaí com 71% e com 16% tem costume de visitar outros sites. O que podemos concluir entre os sites mais solicitados entre essas três populações entrevistadas os sites mais visitados é o site do Instituto Federal Goiano – *Campus* Urutaí, o site do IFG o site do MEC e os Jornais.

CONCLUSÃO

O que podemos concluir com esse estudo de caso com essas três populações que a comunicação não está sendo muito efetiva no setor dos Servidores Administrativos. Sendo que quando ocorre alguma mudança na Instituição ficam sabendo por meio de comentários de colegas, ou seja, bate-papo, podendo ser uma informação falsa. Para que essa comunicação de alta administração seja efetiva com os servidores sugerimos a Tecnologia Voip e Intranet para facilitar essa comunicação entre eles. Podemos concluir também com esse estudo de caso que a Assessoria de imprensa está, tendo uma deficiência em relação aos discentes e docentes dos outros meios que ela utiliza para atrair o público alvo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, W. C. **Com texto educação a distância – Curso de Comunicação Interna**, 2001.

COSTA, A. A. M. **Relações Públicas e Hotelaria**. 17 de Julho, 2004.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradgmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

SCHULER, M. **Administração de Imagem Organizacional: um método para a configuração de imagem organizacional**. São Paulo 2000.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação Empresarial / Comunicação Institucional**. São Paulo: Atlas, 2007.