


CONECTANDO O FUTURO: TRANSFORMANDO A COMUNICAÇÃO INTERNA DO EMITEC COM O AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM

 <https://doi.org/10.56238/arev6n3-240>

Data de submissão: 19/10/2024

Data de publicação: 19/11/2024

Camile Nascimento dos Santos Soares

Graduada em Administração de Empresas pela UESC

E-mail: cnssoares.adt@uesc.br

Rozilton Sales Ribeiro

Professor Assistente do DCAC (Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis),

Universidade Estadual de Santa Cruz

E-mail rosilton@uesc.br

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8811-9345>

Givaldo Corrêa dos Santos Neto

Prof. Aux. Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis – UESC

E-mail: gcsantos@uesc.br

ORCID: 0000-0001-7395-3724

Elifaz Pereira Anunciação

Prof. Da Faculdade de Ilhéus, Mestre em Contabilidade pela FUCAPE-ES, Ilhéus, Bahia, Brasil

E-mail: professorElifaz@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2502-9566>

Solange Rodrigues dos Santos Corrêa

Professora Titular do DCAC (Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis) na

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil

E-mail: srscorrea@uesc.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6849-8242>

Diego Pierotti Procópio

Professor do Departamento de Zootecnia e Extensão Rural (DZER). Universidade Federal do Mato

Grosso

Cuiabá – MT

E-mail: diego.procopio@ufmt.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1622-3335>

Gustavo da Cruz

Doutor pela ULPGC (Espanha) com Pós-doutorado pela Universidade (Inglaterra)

Docente do Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis – DCAC da Universidade

Estadual de Santa Cruz – UESC

E-mail: dacruz777@uesc.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6525-1298>

RESUMO

O presente estudo buscou verificar a importância do uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem para a facilitação do processo comunicativo interno do Ensino Médio com Intermediação Tecnológica, programa vinculado à Secretaria de Educação do Estado da Bahia. A garantia de um bom fluxo comunicativo interno favorece o alcance dos objetivos estratégicos institucionais. Desta forma, a pesquisa objetivou descrever as funcionalidades do Ambiente Virtual de Aprendizagem e os aspectos favoráveis e limitantes quanto ao seu uso. Trata-se de um estudo de caso, com análise descritiva e telematizada com abordagem qualitativa. Verificou-se que o Ambiente Virtual de Aprendizagem possibilita principalmente a centralização da comunicação com recursos multimídia, desta forma, concluiu-se que o uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem contribui para a facilitação da comunicação interna. Contudo, é necessário garantir que todos os envolvidos estejam incluídos digitalmente, pois seu uso depende da conectividade à internet e certo nível de habilidade digital pelos usuários.

Palavras-chave: Comunicação interna, Ambiente Virtual de Aprendizagem, EMITec, Tecnologia.

1 INTRODUÇÃO

Comunicar é uma necessidade social inerente a todo ser humano, além de uma ação cada vez mais valorizada dentro e fora das empresas. O ato de se comunicar bem nunca foi tão importante como é atualmente. Os avanços das tecnologias de comunicação, o olhar atento de uma sociedade cada vez mais consciente, informada e crítica, bem como os efeitos que esses aspectos geram na dinâmica socioeconômica global, afetam as organizações e desafiam os modelos de comunicação tradicionais. Tornou-se indispensável para o sucesso corporativo posicioná-la de forma estratégica.

Trata-se de uma temática que conversa com diversas áreas do conhecimento, como psicologia, sociologia, administração, dentre outras. Não é à toa que, a partir dessa multidisciplinaridade, seus conceitos, abrangência e escopo foram reavaliados sob diversas óticas, prevalecendo a influência das teorias da administração e das relações humanas (KUNSCH, 2016).

Daí em diante, eclodiu a visão da comunicação como um campo de estudo, e seu conceito passou a ser revisto, e amadurecido, para o que hoje conhecemos como Comunicação Organizacional. Esta amplificação dos estudos em comunicação resultou, dentro e fora dos centros acadêmicos, numa maior compreensão de sua função e aplicabilidade, em como usá-la de forma efetiva para o alcance dos objetivos organizacionais.

Paralelamente a esse fenômeno, ocorria a chamada Revolução Tecnológica Informacional, tendo seu *boom* nas três últimas décadas do século XX, que viria a modificar totalmente as formas de transmitir informações e a interação em sociedade. Isso se deve aos avanços tecnológicos em microeletrônica anos antes e, por último, ao desenvolvimento da computação juntamente à criação e lançamento da internet.

Essa nova dinâmica resultou, conforme Castells (2005), numa sociedade em rede, ou sociedade da informação, impulsionada pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação, tendo como característica principal a busca pela inovação de forma constante.

As TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação) e as mídias digitais já fazem parte irreversivelmente do cotidiano das pessoas, das comunidades e das organizações em geral. Devido a isso, é tempestivo investir em abordagens que visem compreender a extensão e alcance das vantagens oferecidas por elas, bem como suas limitações.

Logo, a complexidade da comunicação organizacional e o avanço das tecnologias comunicacionais, evidenciam a emergente e constante necessidade de se aprimorar e adequar os processos internos para a maximização dos resultados quanto a seu uso. Por isso, Cardoso (2006, p. 1125) alega “muito mais do que em épocas passadas, torna-se necessário entender a complexidade que envolve a informação e os processos comunicacionais na gestão estratégica das organizações”.

Por conseguinte, é urgente visualizar a comunicação de forma integrada e posicioná-la estrategicamente. Uma visão holística da comunicação interna, o envolvimento responsável no processo comunicativo pelos *stakeholders*, a institucionalização de uma política de comunicação interna e o fortalecimento de uma cultura organizacional coerente com esta visão, são elementos indispensáveis à manutenção dos objetivos estratégicos organizacionais.

A pesquisa se valerá de embasamento teórico e análise dos dados conforme os pontos de vista de alguns teóricos da comunicação, como Kunsch, Torquato e Pio, bem como de Castells, sociólogo de fala representativa acerca das temáticas referentes às mudanças socioeconômicas e culturais provenientes dos avanços da tecnologia da informação e do fenômeno resultante, quer seja a sociedade da informação e conhecimento, ou em rede.

O estudo de caso se dará com o programa EMITec – Ensino Médio com Intermediação Tecnológica, que consiste numa alternativa proposta pelo governo do Estado da Bahia para disponibilização da educação básica nas zonas de distante acesso no território estadual, bem como em regiões urbanas onde existe carência de profissionais especialistas. O programa é considerado uma ferramenta social inovadora, sendo inclusive selecionado para o Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, recebendo o certificado de tecnologia social (CARNEIRO; EUGENIO, 2021).

O EMITec se constitui em uma política pública estadual voltada para a educação, sendo “uma ação com elevado custo tecnológico” devido à necessidade de investimento em tecnologia, e contratação de pessoal técnico para operacionalizar os equipamentos e os estúdios de gravação de aulas. Partindo da premissa que os orçamentos do programa advêm de recursos públicos, é importante, dentre outros aspectos, que ocorra uma avaliação constante da eficiência e eficácia do programa e a comunicação esteja diretamente ligada a isso.

Partindo também deste contexto, é pertinente a realização de pesquisas que visem subsidiar cientificamente o mercado profissional, para que este, por sua vez, crie estratégias assertivas de gestão da comunicação, independente ou não de ser na administração pública, bem como, no âmbito do Ensino médio. A pergunta de pesquisa que essa pesquisa pretende responder é: qual a contribuição do Ambiente Virtual de Aprendizagem para a facilitação da comunicação interna do EMITec e quais suas limitações? Para responder a este questionamento, o objetivo geral irá analisar a contribuição do uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem para a comunicação interna do programa EMITec. Para tanto este estudo irá especificamente: (i) apontar a importância da comunicação organizacional como instrumento essencial para o alcance dos objetivos estratégicos organizacionais; (ii) discorrer sobre o impacto que o advento e utilização das TIC's teve nas relações sociais e organizacionais; e (iii) descrever as funcionalidades do Ambiente Virtual de Aprendizagem que servem de auxílio ao processo

comunicativo interno do programa EMITec, bem como, os aspectos favoráveis e limitantes quanto ao seu uso.

O programa EMITec é uma iniciativa que utiliza tecnologias de ensino a distância para promover a educação de qualidade, alcançando alunos em diversas regiões. Nesse contexto, o Ambiente Virtual de Aprendizagem exerce um papel crucial na comunicação interna entre alunos, professores e demais atores envolvidos. Esta pesquisa é de extrema importância, pois visa compreender o entendimento sobre como o uso dessa plataforma contribui para a comunicação interna no EMITec. Compreender os benefícios e desafios enfrentados na sua implementação permitirá aprimorar as práticas e estratégias de comunicação, impulsionando a qualidade do programa e potencializando o impacto positivo na educação dos alunos.

Além disso, a pesquisa poderá fornecer benefícios para otimizar o uso de ferramentas virtuais no contexto educacional, promovendo a melhoria da comunicação interna e, conseqüentemente, o aprimoramento da experiência de aprendizagem dos participantes do EMITec.

O programa Emitec é vinculado à Secretaria de educação do Estado da Bahia, estando dessa forma, sujeito à complexidade da administração pública. O que corrobora para a pertinência da pesquisa, não somente por fomentar a demanda citada anteriormente, mas também por se concentrar na comunicação interna, área diretamente interligada ao alcance dos objetivos estratégicos organizacionais.

Outro fator é que as ações do programa ocorrem de forma descentralizada, dada à dispersão geográfica da equipe de trabalho. A solução empregada é o uso do AVA como canal de comunicação. A garantia de um bom fluxo comunicativo entre os mediadores com a equipe docente e, por vez, com a coordenação pedagógica do programa é de extrema importância, uma vez que, é através desse relacionamento que são alinhadas às orientações fundamentais para a organização das atividades letivas, avaliativas, bem como para o atendimento da classe em sala de aula.

Para a sociedade, é oportuna a pesquisa pois o programa visa atender a uma demanda social, uma política pública educacional na qual o alcance dos objetivos pedagógicos ensino/aprendizagem também perpassa, no caso do objeto de estudo, por uma mediação de qualidade, e essa só é possível através de uma interação real e efetiva entre as equipes docente e de coordenação com os mediadores que estão na ponta, através de uma comunicação assertiva.

A pesquisa é também um incremento a experiências anteriores da autora na área educacional, tendo em vista a mesma já ter trabalhado em outros programas de fomento à política pública da educação básica, como o Mais Educação, a nível municipal, e o Todos pela Alfabetização (TOPA), a

nível estadual, o que justifica a realização do estudo, haja vista a perspectiva de um aprofundamento na área.

Diante do exposto, o estudo se justifica dada a importância de se desenvolver um produto, através de pesquisa científica, que fomente a demanda citada, tendo como base a comunicação interna, e o uso da plataforma *MOODLE* como instrumento facilitador da transmissão de informações e comunicação entre equipes e colaboradores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE INTRODUÇÃO HISTÓRICA DAS PRÁTICAS EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO BRASIL

No Brasil, em decorrência dos avanços econômicos, sociais e políticos, os estudos no campo da Comunicação Organizacional se desenvolveram, primeiramente, com foco nas relações públicas e o jornalismo empresarial e, tendo como um marco impulsionador, a criação da ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas, em 1954. Nesta década, muito se fez para promover a atividade de relações públicas como campo de estudo profissional, técnico e científico (KUNSCH, 2006).

Contudo, somente na década seguinte, isso aconteceria de fato, através da expertise trazida por grandes multinacionais instaladas no Brasil, em seus departamentos de relações públicas e de relações industriais recém-expandidos. Estas empresas, por sua vez, replicaram o modelo norte-americano, promovendo culturalmente a comunicação, dando ênfase às áreas de relações públicas, propaganda/publicidade e jornalismo empresarial (KUNSCH, 2006).

O contexto socioeconômico, neste momento, exigia o aprimoramento da qualidade editorial e técnica das publicações institucionais. Daí, surgiu, em 1967, a Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresa, sendo de fundamental importância para a profissionalização desse segmento no Brasil (KUNSCH, 2006).

Um ano depois, surgiria a Proal – Programação e Assessoria Editorial, com o objetivo principal de prestar serviços de consultoria a publicações empresariais, sendo pioneira no ramo de terceirização desse serviço (Ibid.). Não demoraria para mudanças significativas ocorrerem, amadurecendo as perspectivas da Comunicação Organizacional (KUNSCH, 2006).

Nesse sentido, Bueno (2009, p.7, apud Scroferneker, 2011, p. 201) complementa que “no final da década de 70, a semente para a implantação da Comunicação Empresarial Brasileira começa a germinar”. E, logo em seguida, com a reabertura da política do país em 1985, estas mudanças serviram de catalise para a promoção da transparência e de relações democráticas com a sociedade (KUNSCH, 2006).

De acordo com Scroferneker (2011), a empresa Rhodia, com a ampla divulgação do seu trabalho de “políticas de Portas Abertas”, estabeleceu um novo paradigma, que por sua vez, iria ser adotado por outras organizações, dando início a oportunização da Comunicação Empresarial ser reconhecida como atividade estratégica na última década do século XX.

Além disso, Scroferneker (2011, p 202) complementa:

É provável que essa preocupação com os públicos estratégicos e/ou interesse, especialmente clientes/consumidores, em parte possa ser atribuído à promulgação da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, do Código de Defesa do Consumidor, que passou a exigir das organizações o desenvolvimento e/ou aprimoramento dos seus canais de comunicação para melhor interagir com esses públicos.

De qualquer forma, o processo de consolidação da Comunicação Organizacional já estava em curso, tendo como marco a criação da Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Organicom), em 2004, e da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), em 2006, (SCROFERNEKER; 2011). Pode-se inferir que essa jornada, do início à consolidação, durou pouco mais de cinco décadas, perpassando e sendo diretamente afetada pelas transformações correntes na dinâmica econômica e social do país.

A evolução do seu conceito no Brasil reflete o esforço de profissionais, grupos e instituições, pelo viés científico e profissional, na busca pela organização, sistematização e profissionalização da Comunicação Organizacional.

2.2 CONCEITO E IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Desde os primórdios da civilização humana, o homem investiga maneiras de se comunicar e interagir de forma eficaz. Por consequência, a comunicação foi objeto de estudo e reflexão por diversos autores e correntes de pensamento, nacionalmente e internacionalmente. Desenvolveram-se ao longo do tempo diversos conceitos, abordagens e perspectivas acerca da Comunicação Organizacional, desde uma visão aparentemente mais instrumental até um posicionamento mais crítico, conforme afirma Kunsch (2016).

Neste percurso, é notável as múltiplas denominações que esta recebeu ao longo do tempo, como, por exemplo, comunicação institucional, empresarial, corporativa etc., esse fato resultou num emaranhado de definições (KUNSCH, 2006). Esse fenômeno, por sua vez, gerou confusões e uma “dificuldade de entendimento e consolidação conceitual da comunicação organizacional”, conforme afirma Oliveira et al (2019, v. 8, p. 99). A esse respeito, o autor Curvello (2002 p. 12) explica:

Novos temas e conceitos foram agregados ao repertório da área, como culturas organizacionais, impactos tecnológicos, ergonomia, linguagem, imagem, identidade, discurso,

semiótica, relações com consumidores, marketing social e institucional, ética, criatividade, qualidade, imaginário, pragmática, entre outros.

Entendemos, portanto, que os conceitos sobre Comunicação Organizacional partiram do amadurecimento das pesquisas na área, passado de um enfoque dado às relações públicas e jornalismo empresarial para uma visão estratégica e integrada das subáreas organizacionais (KUNSCH, 2006).

Adicionalmente, é importante traçar a diferença entre comunicar e apenas informar. Após analisar diversos pontos de vista sobre o limite dos conceitos de informação e comunicação, Torquato (2015, p. 67) conclui que “a informação tem o objetivo imediato de aumentar o conhecimento de quem a recebe, enquanto a comunicação objetiva, essencialmente, alterar ou influenciar comportamentos.”

Esse entendimento já está consolidado entre os teóricos, como afirma Pio (2016, p. 28) “transmitir uma informação é apenas um dos ciclos da comunicação que só se completa quando o interlocutor recebe a informação, a consome e a entende”. Logo, a comunicação é vista dentro de um contexto de interação.

Esta dinâmica, conforme Torquato (2015), é influenciada diretamente pelo nível de conhecimento, ou seja, pela capacidade de não apenas capturar a mensagem, mas em absorver o significado trazido por ela. Logo, conforme acrescenta Oliveira et al (2019, v. 8, p. 100), podemos dizer “[...] que os processos comunicacionais são fundamentalmente interativos, e acontecem na medida em que as pessoas constroem, negociam e compartilham sentidos”.

Assim, compreende-se a comunicação como um processo de interação, em que todos os colaboradores devem estar consensualmente envolvidos nos objetivos organizacionais, sendo necessário para este fim, uma boa gestão da comunicação culturalmente estabelecida. Este entendimento contribuiu para cair em desuso a visão da comunicação meramente como algo instrumental, passando cada vez mais a ser enxergada como orgânica, holística e integrada.

Kunsch (2016) concorda ao propor uma visão mais integrativa da comunicação organizacional, analisando-a em quatro dimensões: instrumental, humana, cultural e estratégica. Dentre estas, a mais utilizada é a instrumental, onde o foco consiste na transmissão de informações e na viabilização do fluxo contínuo das rotinas de trabalho para o alcance dos objetivos gerais.

A dimensão humana está ligada à percepção da subjetividade, da visão de cada envolvido no processo comunicacional e nas formas de interação destes. Já a dimensão cultural, sugere a urgência de se considerar nos processos de comunicação os padrões culturais de forma individual, bem como, em sentido mais amplo, o contexto geral do ambiente em que a organização está inserida e sendo influenciada e afetada. A última citada, a dimensão estratégica se subdivide em dois pontos de vista.

Um está representado pela visão tradicional, focada em resultados, e o outro absorve a ideia da complexidade da comunicação organizacional (KUNSCH, 2016).

Sua complexidade se deve, em parte, à sua abrangência e repercussão no ambiente interno e externo da organização. As novas variáveis sociais, econômicas, políticas e culturais provenientes dos diversos avanços tecnológicos, sobretudo informacionais e comunicacionais na contemporaneidade, bem como o impulso a corrida pela inovação, influenciam à convergência na ideia de “renovação” da visão quanto ao modo de se executar a comunicação organizacional, aos seus objetivos e relevância (KUNSCH, 2016).

Como resultante deste cenário, surge o fenômeno de mudança na dinâmica relacional, em que, quem recebe a informação também reage, fazendo uso de redes e mídias digitais para isto (KUNSCH, 2016). Daí, surge o desafio para as organizações de realizarem a manutenção da imagem da empresa frente aos seus diversos públicos. Sobre a temática, Kunsch (2016, p. 56) declara o seguinte:

Não podemos mais falar em modelos e estratégias de comunicação fechados, muito menos em processos altamente pré-planejados e controlados. Os desafios atuais das organizações passam por flexibilidade e adaptabilidade estratégicas, proximidade com os públicos, adequação narrativa e multiplicidade de vozes.

Isso se deve ao fato de que as mudanças sociais afetam diretamente as organizações. Daí entendemos que, para lograr êxito em suas atividades, é necessário adaptabilidade e dinamismo na gestão da comunicação. “Afinal, uma empresa é uma sociedade em miniatura, uma maquete do que acontece no mundo e, como tal, deve ser viva e dinâmica, representando o que para ela tem valor” (MARQUIORI, 2018, p. 33).

Assim, deve-se pensar a comunicação de forma estratégica para o alcance das metas institucionais. Logo, é essencial que cada organização tenha uma política de comunicação organizacional institucionalizada, com valores expressos em sua cultura, através de uma gestão da comunicação efetiva e atenta à qualidade dos fluxos e canais comunicacionais.

2.3 COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna pode ser compreendida como uma atividade estratégica que visa a articulação dos relacionamentos entre a organização e seus colaboradores, a nível setorial e pessoal, através dos fluxos comunicacionais oriundos dos canais e redes internas (KUNSCH, 2015). A comunicação “é algo indivisível, uno, integrado, orgânico”, corrobora Pio (2016, p. 6).

Dessa forma, uma boa política de comunicação interna favorece o compartilhamento dos valores, crenças e visão da empresa, atuando diretamente na sedimentação da cultura organizacional e

identidade corporativa. Agindo na “mediação das situações de tensão e das contradições entre as necessidades humanas individuais e aquelas da organização voltadas ao desempenho e ao alcance de resultados de negócios” (KUNSCH, 2016, p. 213). Em contraponto, Pio (2016, p. 16) afirma:

A comunicação negligente, falha, de má qualidade, também obscurece as competências de uma organização, deprecia a motivação de seus colaboradores; produz ineficácia e gera crises causadas pela falta de comprometimento e aderência dos colaboradores a seus movimentos estratégicos.

Estes efeitos podem atingir a organização como um todo, já que a comunicação interna tem caráter integrativo e orgânico. Pio (2016, p. 8) enfatiza que, “ou se dá qualidades aos processos de comunicação, ou o empreendimento pode ir à ruína”.

Para se evitar este cenário, é necessário que se faça um processo comunicativo interno eficaz, incorporando o envolvimento de forma ativa do emissor e do receptor na comunicação, influenciando o seu comportamento (TORQUATO, 2015). Isso, por sua vez, resulta desde a melhoria do clima organizacional à geração de engajamento dos colaboradores (KUNSCH, 2016).

Para Torquato (2015), a finalidade da comunicação interna é justamente gerar este consenso entre o público interno. Contudo, ele afirma que para criar integração entre os valores e necessidades de todos, é necessário antes de tudo criar canais de comunicação mútua e em que cada integrante consiga se identificar, o que permitiria uma maior coerência entre as percepções sociais gerais à da organização como instituição.

Para o mesmo autor, consentimento advém, prioritariamente, através de uma comunicação agradável, que o mesmo intitula como sendo “consumatória”. Em outras palavras, seria a mescla entre o ato comunicativo técnico e instrumental com a comunicação direcionada à difusão das normas, valores, políticas internas e cultura organizacional.

Neste intento, Vigneron (2000) aponta a necessidade de atualizar a visão sobre comunicação interna, para além de uma atividade instrumentalista, para uma visão mais integrativa, onde todos os agentes organizacionais são responsáveis pelos resultados alcançados. Através de uma comunicação eficiente que “[...] está relacionada ao estilo de gestão moderno e sincronizado com as transformações de qualidade introduzidas nas relações de trabalho” (PIO, 2016, p. 13).

Logo, a integração com os objetivos organizacionais deve ser a nível pessoal e setorial, que todos os colaboradores devem estar envolvidos no processo comunicativo através de uma atitude positiva e isso certamente contribuirá para o melhor desempenho da comunicação interna. Entretanto, não se pode pensar que configura uma tarefa fácil, à medida que as organizações estão imersas num ambiente complexo, a comunicação encontra diversas barreiras e desafios, um deles é, a deficiência

na integração entre as subáreas organizacionais, devido a divergências na visão e foco existente entre elas (CURVELLO, 2002).

A utilização da comunicação organizacional como ferramenta estratégica interligada à manutenção da cultura organizacional, na qual os colaboradores são participantes ativos no alcance das metas organizacionais, instiga o colaborador a se sentir coparticipe na elaboração, definição e no alcance das metas estratégicas, e faz com que ele se sinta motivado a contribuir aos objetivos organizacionais, demonstrando um sentimento de pertencimento e identificação com a empresa (PIO, 2016). Daí, eventualmente, o compartilhamento do processo decisório entre os funcionários de níveis mais baixos também seja um ponto a se considerar, afirma Torquato (2015).

Atualmente, os colaboradores querem, cada vez mais, participar dos processos decisórios, contribuir com o desenvolvimento organizacional com seus conhecimentos, e receber proporcionalmente ao tamanho de sua contribuição (PIO, 2016). Essa atitude auxiliaria na aprovação dos colaboradores, da visão estratégica global e a seus objetivos, influenciando em maior engajamento por parte dos colaboradores, o que resultaria, por fim, no comprometimento dos mesmos com as metas organizacionais (TORQUATO, 2015).

Este comprometimento é resultante de um processo comunicativo contínuo no qual todos participam, exprimindo suas dúvidas, anseios e negociando necessidades. Dessa forma, induz-se uma relação bilateral de significância mútua entre colaboradores e organização (OLIVEIRA et al, 2019). Entretanto, pode-se inferir que esta visão deve estar inserida no componente cultural da instituição, através de uma comunicação aberta à participação de agentes de todos os níveis hierárquicos.

Pio (2016) concorda com essa visão ao criticar modelos de gestão em que os objetivos e a visão estratégica não são partilhados de forma institucional aos colaboradores. Para ela, qualquer imprecisão ou lacuna neste compartilhamento, resulta em descaracterização da visão estratégica geral nos diversos setores da empresa. Segundo ele, pode ocorrer desvirtuamentos ao passar pelos “*loops*” comunicacionais sob o ponto de vista de um colaborador ou outro, gerando assim a dissonância interna organizacional quanto à condução das estratégias e ações da comunicação.

O mesmo autor salienta que, após diversas experiências e observações profissionais, pôde concluir que é mais importante elevar o compromisso do público interno com sua participação no processo interno de transmissão de informações e interação, do que a especialização com uso de diversas ferramentas e tecnologias comunicacionais.

Contudo, configura-se um desafio garantir a sincronicidade de objetivos, uma vez que o ambiente burocrático empresarial pode esfacelar a espontaneidade que favorece o engajamento, conforme afirma Torquato (2015). Este fator configura-se um desafio à fluidez comunicativa interna,

sendo imperativo que as organizações façam movimentos de intervenção e incentivo através de uma política de comunicação interna integrativa, perceptível em sua cultura organizacional.

Outro ponto a ser considerado, conforme Torquato (2015), é o planejamento e investimento em treinamento adequado do público interno para execução de suas funções específicas. Este, por sua vez, mitiga previamente possíveis lacunas do conhecimento, diminuindo a necessidade individual na busca de informações instrumentais e funcionais, inferindo em uma maior agilidade na execução laboral e auxiliando na fluidez do processo comunicativo interno.

Para isso, conforme Torquato (2015), é importante levar em consideração o contexto da organização e suas especificidades, sua padronização de processos, seu tamanho e como se exhibe a sistematização do controle interno. Pio (2016) parece concordar com esse posicionamento ao afirmar que, devido à complexidade inerente à comunicação organizacional, é difícil mensurar e avaliar a qualidade da mesma.

O autor também critica a visão de correlacionar eficiência com resultados imediatos. “Ela gera resultados dentro de determinado tempo, um cronograma temporal que deve ser cuidadosamente planejado e integrado a uma visão globalizante do planejamento estratégico” (TORQUATO, 2015, p. 54).

Entretanto, é de suma importância pontuar que muitos dos gargalos e ruídos na comunicação interna são provenientes dos fluxos comunicacionais, pois estes exercem, de forma direta, influência na eficácia da comunicação. O bom gerenciamento de aspectos como o volume, o tipo e a direção da comunicação estão relacionados com o atendimento dos objetivos gerais institucionais.

Neste intento, o próximo tópico explana sobre tipos, redes, fluxos e canais comunicacionais.

2.3.1 Tipos, Redes, Fluxos e Canais comunicacionais

Existem dois tipos de comunicação, a unilateral e a bilateral. A primeira, respectivamente, caracteriza-se por uma comunicação de cima para baixo e limita o controle por parte do emissor, pois não permite o *feedback*. Dessa forma, é preferível a comunicação bilateral que possibilita a retroalimentação da comunicação, conforme destaca Torquato (2015). Estas, por sua vez, possibilitam maior confluência e harmonia relacional ao criar consenso entre colaboradores de posições hierárquicas diferentes. Logo, observa-se a dinâmica em que “as pessoas obedecerão porque querem fazê-lo e não porque têm de fazê-lo”, conforme Leyton (1970, p. 26) apud (TORQUATO, 2015, p. 70).

Existem as redes comunicacionais, a formal e a informal. Respectivamente, a primeira trata das interações formais dentro de uma organização. A segunda não se vale de formalizações burocráticas, mas sim da livre expressão coletiva nos corredores da empresa e entre os diversos colaboradores.

Existe também a rede interna de boatos, está se caracteriza como uma comunicação informal, com potencial negativo dentro das empresas, uma vez que a mesma pode desvirtuar a narrativa da mensagem original e difundi-la a todos, estimulando conflitos e disfuncionalidades (TORQUATO, 2015).

Estas redes fazem uso de canais formais ou informais. Os canais formais estão institucionalizados nas políticas de comunicação interna da empresa e processam os fluxos descendentes e ascendentes, auxiliando a eficiência dos processos através de uma comunicação e interação entre setores, colaboradores e níveis hierárquicos. Estes podem ser exibidos em formatos: visual; auditivo; visual/auditivo e hipertexto (TORQUATO, 2015).

Os canais informais, por outro lado, “são aqueles não planejados pela diretoria que fogem ao seu controle ou ignoram, inclusive, a existência dos canais formais” (TORQUATO, 2015, p. 71). Pode-se dizer que são caracterizados por comunicações extraoficiais, em que cada participante se exprime de forma espontânea e não controlada pela organização, não sendo registrada em nenhum mecanismo oficial.

Três fluxos comunicativos circulam dentro desses canais, sendo eles, descendentes, ascendentes e laterais. Estes estão dispostos em uma direção específica. Como se observa na tabela abaixo:

Quadro 1 – Fluxos da comunicação interna

<i>Fluxos</i>	<i>Direção do ato comunicativo</i>	
DESCENDENTE	↓	Da posição superior hierarquicamente para a inferior
ASCENDENTE	↑	Da posição inferior para a superior hierarquicamente
LATERAL	↔	Da mesma posição hierárquica

Fonte: Elaborado pela autora (2023), com base em Torquato (2015, p. 44).

Devido a descentralização geográfica das unidades operacionais, Torquato (2015) pontua que o termo “para baixo” compreende também “para fora”; e o termo “para cima” também pode significar “para dentro”.

A comunicação ascendente centrípeta ocorre quando um colaborador de nível hierárquico baixo se direciona a um superior para se posicionar, dirimir dúvidas, fazer reclamações ou dar *feedbacks* etc.

(TORQUATO, 2015). Os meios orais e escritos são os mais utilizados. Através das informações recebidas, o gestor tem a possibilidade de investigar se existe coerência entre a atitude interna com as políticas da empresa.

O fluxo horizontal, ou lateral, ocorre dentro de relações em que seus integrantes, quer sejam setores, departamentos ou colaboradores, estão no mesmo patamar hierárquico (TORQUATO, 2015). Nesse contexto, utiliza-se, rotineiramente, canais orais e escritos.

Deve-se atentar para o uso e manutenção de canais de comunicação adequados, trazendo fluidez ao ato comunicativo. Embora seja preferível os canais naturais, devido a sua característica de gerar *feedback* tempestivo, conforme Torquato (2015), não se pode esquecer que existem informações que, por natureza, devem ser trabalhadas através da escrita ou oralidade.

2.3.2 Problemas provenientes dos fluxos comunicacionais

Como já foi explicitado, uma comunicação interna ineficaz gera problemas em todos os setores de uma organização, influenciando assim em prejuízos no alcance dos objetivos organizacionais. Longe de se pretender esgotar o assunto, serão elencados alguns fatores que se constituem desafios provenientes dos fluxos comunicativos, nos quais a gestão deve estar atenta e criar subsídios e estratégias de intervenção e mitigação dos efeitos dentro do processo comunicativo.

É importante pontuar a problemática existente na institucionalização da dinâmica dos fluxos comunicativos. Quanto aos fluxos ascendentes, Torquato (2015) afirma que se constitui um grande inconveniente para as empresas a ausência de uma comunicação ascendente efetiva, em que os colaboradores da base se sintam à vontade para se comunicar com aqueles hierarquicamente superiores de forma espontânea. Em decorrência dessa “carência comunicativa”, colaboradores criam grupos informais para suprir esta necessidade de expressão.

Por conseguinte, ocorre que “essas redes absorvem grandes quantidades de mensagens ambientais [...], constituindo verdadeiros focos de tensão e alterando os comportamentos normativos” (TORQUATO, 2015 p. 45). Logo, é interessante uma política de comunicação interna que favoreça a comunicação de “baixo para cima” de forma efetiva e institucionalizada.

Por outro lado, a comunicação descendente não é clara sobre o que se espera dos subordinados. Os subordinados, por sua vez, estão programados culturalmente a não indagar e nem questionar, ou seja, temem desagradar (TORQUATO, 2015). Logo, é importante que os colaboradores tenham *feedbacks* oportunos e tempestivos, e se sintam à vontade para expressar necessidades, dúvidas e reclamações.

Pesquisa realizada por Falcioni (2006) em pequenas empresas do setor calçadista de Fortaleza sobre a relação do nível de comprometimento com a eficácia da comunicação interna percebida, corrobora com o que já fora exposto, uma vez que, demonstrou que a maioria dos entrevistados não se sentiam confortáveis em se expressar dentro da organização. O que ficou claro no decorrer da pesquisa é que os fluxos comunicacionais eram falhos em suas empresas. A autora conclui “que as políticas de gestão dessas empresas não consideram a comunicação interna uma ferramenta estratégica” (FALCIONI, 2009, p. 102).

Morais (2020) também constatou o mesmo problema ao pesquisar os ruídos nos fluxos comunicacionais no setor de compras de uma Universidade Federal, verificando que esta problemática nos fluxos comunicacionais estava gerando conflitos por falta de planejamento e determinação de prioridades pelos colaboradores.

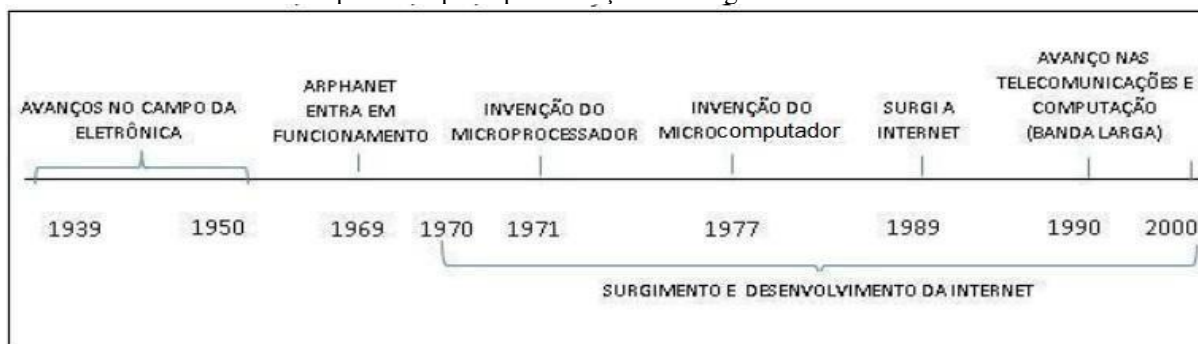
Em relação a essa problemática, Torquato (2015) afirma sobre a importância de integrar os fluxos horizontais e verticais da comunicação, e incentivar a autonomia e segurança dos funcionários através de feedbacks tempestivos para a promoção de um relacionamento interno e comunicacional mais espontâneo e eficaz. Essa forma de gerir a comunicação interna reduz falhas e equívocos na comunicação, o que evita frustrações no relacionamento e conduz a um processo interno comunicativo mais eficiente

Logo, a “empresa que utiliza os canais e meios de comunicação favorece o diálogo, a comunicação bilateral e o feedback, fazendo nascer no empregado um sentimento de identificação com a empresa” (FALCIONI, 2009 p. 100). Esta identificação consiste em um fator impulsionador ao comprometimento, por parte dos colaboradores às metas organizacionais.

2.4 BREVE HISTÓRICO SOBRE A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA INFORMACIONAL

Para melhor entendimento do surgimento e o desenvolvimento das TICs, bem como do seu significado e importância na sociedade moderna, utilizaremos uma linha do tempo que exponha em síntese, e de forma clara, os marcos temporais evolutivos que foram decisivos para a ascensão de um novo paradigma tecnológico. Essa linha do tempo abrangerá os pontos altos, perpassando pela revolução tecnológica e a revolução da informação, resultando numa sociedade em rede.

FIGURA 1 - Linha temporal dos principais avanços tecnológicos informacionais da década de 70.



Fonte: Autoria própria (2023), baseada em (PEREIRA et al, 2011, p. 151 - 158).

O contexto tecnológico informacional disponível atualmente teve sua impulsão na década de 70, com invenções que transformaram completamente as formas de se comunicar e ver a tecnologia. Nesta mesma década, foram criados e difundidos, o microprocessador e o primeiro microcomputador comercial da Apple, o Apple-1. (PEREIRA et al, 2011).

Foram significativas as pesquisas do serviço militar norte-americano na área tecnológica comunicacional, principalmente no desenvolvimento e criação do que se tornaria hoje a internet. Esses esforços objetivavam justamente a criação de um sistema informacional sem fraquezas, que continuasse operacionalizando mesmo mediante a um atentado de guerra. Este fenômeno, somado aos esforços provenientes do polo tecnológico norte-americano Vale do Silício, resultaria em descobertas e lançamentos inovadores que provocaram uma mudança radical nos paradigmas tecnológicos já existentes (PEREIRA et al, 2011).

Mas até chegar na concepção atual que temos hoje de TICs, houve um longo percurso percorrido, com esforços científicos e técnicos. Toda essa revolução se deve, além da “sinergia” tão comentada por Castells (1999), à inventividade e ao espírito livre dos pioneiros ao desenvolver e espalhar suas descobertas (PEREIRA et al, 2011).

Castells et al (1999) afirma que o desenvolvimento tecnológico informacional não se configurou como um fenômeno isolado, mas como um momento marcado por um estágio de maior abrangência do conhecimento. Deste entendimento, infere-se que todas as evoluções tecnológicas nos diversos campos, principalmente na década de 70, estavam interligadas e interdependentes, daí a justificativa do uso do termo “sinergia” pelo autor, que traz à tona a ideia de mutualidade, dinamismo e coesão.

Após a década de 60, durante a revolução tecnológica iniciada no fim da Segunda Guerra Mundial, configura-se a Sociedade da Informação, que modifica, em um curto período, diversos aspectos da vida cotidiana (PEREIRA et al, 2011, p. 152.).

Castells et al (1999) aponta que a criação do primeiro computador e transistor foi um marco importante para a sociedade, pois configurou o início da revolução tecnológica da informação. Contudo, para o autor, a sua difusão só se deu posteriormente, na década de 70. O segundo fator importante foi a criação da internet. “Essas tecnologias mudaram a quantidade, a qualidade e a velocidade das informações nos dias atuais”, assim afirma Pereira et al (2011, p. 155). Tecnologia da informação, segundo Le Coadic (2004, p. 84) Apud (BEMBEM et al, 2013, p. 141), é:

É o estudo científico das técnicas de informação - conjuntos de processos metódicos, os quais baseiam-se ou não “[...] em conhecimentos científicos, empregados na produção, tratamento, comunicação, uso e armazenamento de informações.

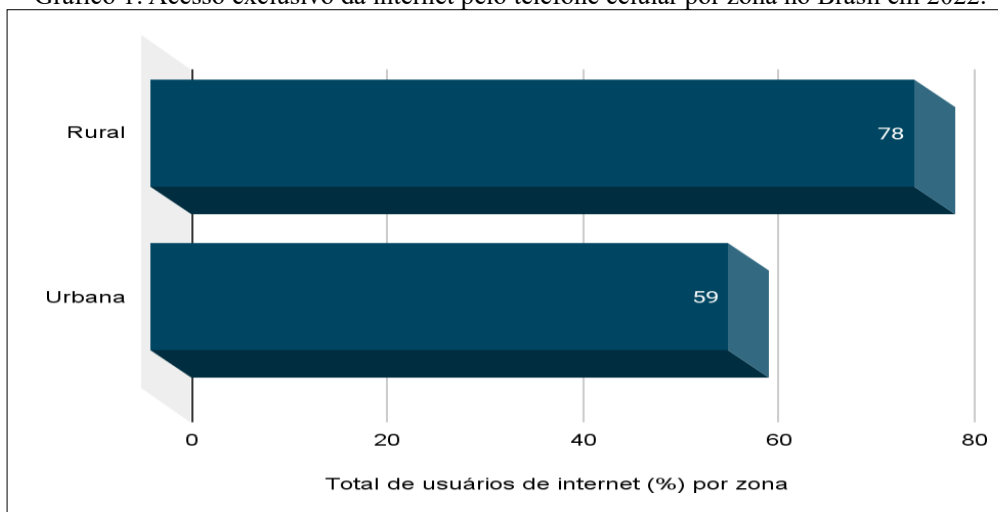
As TICs, além de exercer influência na vida social, ela possibilita o desenvolvimento local (PEREIRA et al, 2011 p. 155). Atualmente, elas estão presentes em todos os momentos da vida em sociedade, desde a mediação digital no ambiente escolar até o acesso de abertura de uma conta bancária a partir de um smartphone. Observa-se que as mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais provenientes dos avanços tecnológicos informacionais afetaram também a forma que as organizações passaram a enxergar a comunicação organizacional. Como afirma Kunsch (2016), a forma de se relacionar, processar, promover e guardar informação mudou.

2.5 ATUALIZAÇÕES RECENTES DO PANORAMA DE ACESSO À INTERNET NO BRASIL

O acesso à internet é um dos pilares da inclusão digital. Desta forma, é interessante situar o cenário do acesso à internet no Brasil. A pesquisa TIC Domicílios (2022), organizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), divulgada através de Coletiva de Imprensa em São Paulo, no dia 16 de maio de 2023, tem o objetivo de subsidiar decisões quanto a políticas públicas referentes à inclusão digital no Brasil, ela também é utilizada como fonte de pesquisa para diversos trabalhos acadêmicos. As últimas edições adotaram a ideia de conectividade significativa e universal, partindo da premissa que o acesso deve ser amplo e não superficial. (CGI.BR, 2023).

Os resultados desta revelaram que no ano de 2022, 80% da população brasileira possuía acesso à internet, perfazendo um total aproximado de 60 milhões de domicílios e 149 milhões de indivíduos. A pesquisa indicou que 15 milhões de domicílios não possuíam acesso à Internet, sendo 36 milhões de indivíduos não usuários no Brasil. A população das Classe D e E, não usuárias, chegou a 19 milhões, totalizando o percentual de 34%, o maior dentre todas as classes. Dentre os motivos apontados pela população em geral para o não uso da internet, os principais foram o preço com um percentual de 28%, seguido da falta de habilidade com a internet com o percentual de 26% (CGI.BR, 2023).

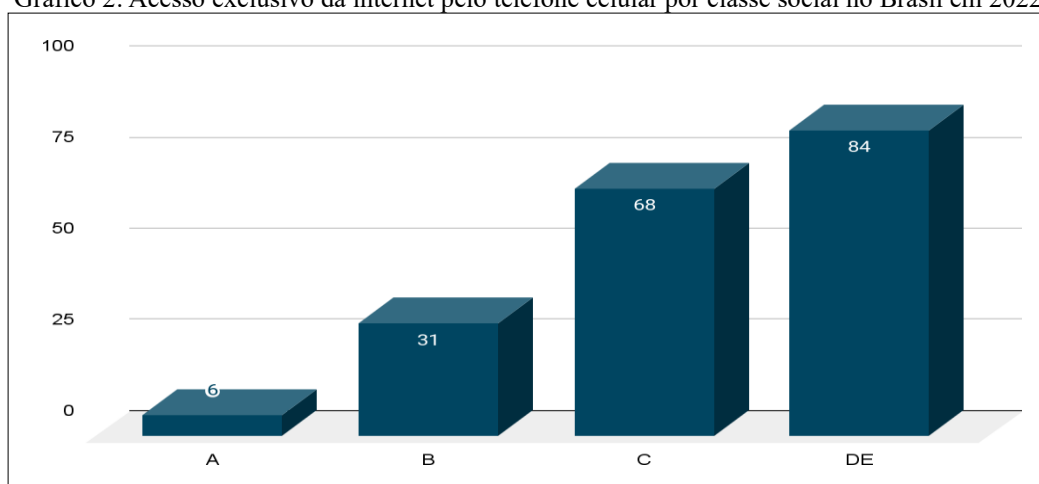
Gráfico 1: Acesso exclusivo da internet pelo telefone celular por zona no Brasil em 2022.



Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa TIC Domicílios 2022 (CGI.br;2023).

Conforme o gráfico, 78% dos usuários da zona rural no Brasil usam o celular como meio exclusivo de acesso à internet, uma taxa superior à da zona urbana.

Gráfico 2: Acesso exclusivo da internet pelo telefone celular por classe social no Brasil em 2022.



Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa TIC Domicílios 2022 (CGI.br;2023).

O Nordeste, por sua vez, é a região em que mais usuários usam exclusivamente o celular, com 71% da população usuária. Quanto às classes sociais, as classes D e E juntas possuem o percentual de 84% dos usuários que utilizam exclusivamente o celular, como meio de acesso à internet, sendo o maior percentual dentre todas as classes.

O Coordenador Alexandre Barbosa do Cetic.br afirma que a conectividade apenas no dispositivo celular é limitante, pois a experiência por multi dispositivos é mais rica e proporciona maiores chances de melhor aproveitamento de todas as ferramentas da internet. Este afirma que, quem faz uso exclusivo do celular, em grande parte, pertence às classes desfavorecidas, sendo um desafio

garantir a inclusão digital de forma equitativa (CGI.BR, 2023). Quanto a isso a coordenadora do CGI.br, Renata Mielli, afirmou no lançamento da pesquisa no youtube:

A maioria dos usuários da internet no Brasil, acessam a internet, exclusivamente, pelo dispositivo celular e que o acesso pelo dispositivo celular é uma limitação para que a gente tenha um uso adequado de todas as ferramentas da internet (NIC.BR, 2023).

Em adição, o Coordenador Alexandre Barbosa do Cetic.br, afirmou que a pesquisa leva em conta o conceito de conectividade significativa, aquela em que demonstra outros aspectos não somente a questão do acesso à internet, mas outras dinâmicas envolvidas na inclusão digital de forma significativa, como ao dispositivo utilizado, a habilidade digital do usuário e a qualidade da internet acessada.

2.6 ACEPÇÕES SOBRE SOCIEDADE EM REDE

Para Lopes (2009), o desenvolvimento das TICs é um dos componentes fundamentais para o estímulo ao crescimento socioeconômico das regiões onde são empregadas. A nível global as TICs, para Pereira et al (2011, p. 152), trazem à tona modificações e consequências que:

[...] convergem para uma sociedade caracterizada pela importância crescente dos recursos tecnológicos e pelo avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) com impacto nas relações sociais, empresariais e nas instituições.

Esta sociedade é definida por sociedade da informação ou do conhecimento “que cogita uma capacidade constante de inovação” conforme Pereira et al (2011, p. 152). Referente a essa terminologia, Castells (2005) discorda quanto ao seu uso e argumenta que, em todas as sociedades anteriores, sempre se buscou por conhecimento e informação. Logo, este comportamento, ou fenômeno, não é exclusivo desta sociedade atual, e afirma que a única característica diferencial é que sua base se encontra nos avanços da microeletrônica e da computação, dando-lhe uma *performance* superior em comparação aos sistemas tecnológicos anteriores. Castells (2005, p. 20) define sociedade em rede, em termos simples, sendo:

[...] uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes.

Dessa forma, o autor descreve uma sociedade oriunda e cercada pelo avanço tecnológico na área de informação e comunicação, marcada pelo fenômeno da globalização.

2.7 A CONTRIBUIÇÃO DAS TICS PARA A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Define-se TICs, como:

A realidade composta por um conjunto de sistemas, processos, procedimentos e instrumentos, que tem por objetivo a transformação – criação, armazenamento e difusão da informação, através de diversos meios, para satisfazer as necessidades informativas dos indivíduos e da sociedade (GARCÍA YRUELA, 1997, p. 78 apud MACIEL, 2012, p. 21).

É notável a mudança na dinâmica das sociedades em decorrência da evolução tecnológica, sobretudo, a informacional, o que trouxe desdobramentos para as organizações e a sua comunicação interna. De acordo com Kunsch (2016, p. 57), “[...] a digitalização da sociedade e dos processos econômicos é irreversível e evolui tecnologicamente em modo contínuo”.

O uso dessas tecnologias, sobretudo as TICs, traz praticidade para diversas atividades do dia a dia, por meio de facilitação no processo comunicacional. Em sentido organizacional, elas proporcionam mais agilidade ao processo comunicativo através de alguns aspectos, como, por exemplo, a facilitação do uso de diversas mídias simultâneas, a interação entre pessoas geograficamente separadas, dentre outros fatores.

Conforme afirma Pio (2016), outra vantagem que as TICs propiciam aos negócios é a capacidade de atender um volume imenso e robusto de informações setoriais, instrumentais e gerenciais. Esse quesito é de extrema necessidade, pois o fluxo comunicacional é denso e contínuo dentro das organizações, daí a dificuldade de processamento e guarda da informação e da memória comunicativa.

Além disso, as tecnologias propuseram mudanças no comportamento do receptor, de agente passivo para alguém que participa ativamente no ato comunicativo, configurando assim uma relação de comunicador/comunicador, como afirma Curvello (2002). Em relação à qualificação das pessoas, completa Curvello (2002, p. 10):

Também a qualificação das pessoas tende a aumentar com a maior circulação e o maior acesso às informações globalizadas. As organizações estão propensas a obter ganhos em eficácia, em razão do livre trânsito de ideias e do incentivo permanente à inovação. O diálogo, a comunicação, em suma, apesar da impessoalidade, tendem a se tornar mais franco, em razão da maior interatividade. As amarras burocráticas e hierárquicas tendem a se tornar mais maleáveis.

Contudo, para se fazer bom uso das funções, atributos e facilitações que uma das Tecnologias da Informação e Comunicação pode ofertar, é necessário, antes de tudo, averiguar as características e possibilidades dessa tecnologia em detrimento ao contexto em que será utilizada (MACIEL, 2018). Para este autor, esta ação envolve três dimensões muito importantes, sendo elas: o tipo de interação permitido pelas tecnologias, o tempo em que acontece a comunicação e a direção da comunicação.

Para administrar e captar com agilidade todo o potencial destas tecnologias, é necessário profissionais capacitados, bem como, uma política da comunicação institucionalmente voltada para o incentivo, manutenção e uso das TICs nos diversos relacionamentos organizacionais (VIGNERON, 2000). Entretanto, o que se observa, muitas vezes, é uma comunicação interna moldada à visão ultrapassada da comunicação, sob a ótica de um viés instrumental, sendo a mesma inflexível e pouco participativa (KUNSCH, 2016).

Se, por um lado, a inovação e tecnologia auxiliam a comunicação organizacional, por outro, expõe um grande desafio para as empresas, o de se adequar a essa nova realidade digital, que está sempre em movimento. Contudo, é importante a incorporação à cultura organizacional de uma nova forma de pensar e planejar a comunicação nesta era digital, atuando de forma participativa e colaborativa com seus públicos externos e em seus processos e rotinas internas (KUNSCH, 2016). Entretanto, este processo de mudança para essa nova realidade deve ser encarado de forma personalizada. Cada organização terá suas próprias especificidades e necessidades a serem observadas, bem como um contexto organizacional interno peculiar que deverá sempre ser levado em conta (KUNSCH 2016).

2.8 A PLATAFORMA MOODLE E O AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM

O Moodle é o acrônimo de *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment* e consiste em um sistema de gerenciamento de aprendizado de código aberto, com mais de 316,000,000 usuários em todo o mundo (MOODLE, 2023). A plataforma foi fundada por Martin Dougiamas com o objetivo de criar uma solução de aprendizado on-line flexível, acessível, e que pudesse ser adaptada a qualquer instituição ou organização educacional. Conta com desenvolvedores, parceiros certificados e provedores de serviços que contribuem para fornecer um sistema que protege a privacidade e a segurança dos dados (MOODLE, 2023).

Isso se dá através de um Ambiente Virtual de Aprendizagem personalizável e flexível. O sistema pode ser estendido ou modificado, desde aspectos como *layout* até integrações e *plugins* (MOODLE, 2023). Os *plug-ins* permitem adicionar recursos e funcionalidades adicionais à plataforma Moodle, como é o caso do *BigBlueButton* (2023).

O *BigBlueButton* é um software livre, lançado externamente em 2007, e surgiu a partir do programa Technology Innovation Management (TIM) do Carleton University's Institute for Technology Entrepreneurship and Commercialization em Ottawa, Canadá. Tem por objetivo central “apoiar o ensino com ferramentas on-line aprimoradas que permitam que os professores se conectem com os alunos de maneira sincronizada” (BIGBLUEBUTTON, 2023).

Ambientes virtuais de aprendizagem são salas de aulas virtuais que recebem as terminologias AVA e LMS, sendo uma das ferramentas utilizadas mais utilizadas na modalidade de EaD (ensino a distância). Exibem diversas funcionalidades, desde aquelas que garantem a interação em tempo real, como chat virtual e web conferências, a assíncronas, como os fóruns de discussão. Existem vários AVAs, porém, levando em consideração o objeto de estudo, esta pesquisa dará enfoque à plataforma Moodle por se tratar da plataforma utilizada no programa EMITec.

A importância dessas plataformas digitais vai para além dos pátios educacionais. Como Tecnologias de Informação e Comunicação, elas facilitam o acesso e a transferência de informações, bem como a interação entre entes espacialmente distantes, sendo uma ferramenta útil para o processo comunicativo interno.

3 METODOLOGIA

A pesquisa se trata de um estudo de caso no programa EMITec, com foco na comunicação interna intermediada por um Ambiente Virtual de Aprendizagem como meio de comunicação entre os mediadores, as equipes docentes e coordenação pedagógica. Logo, se trata de um estudo detalhado das funcionalidades do AVA, conforme afirma Yin (2001) apud Prodanov et al (2013, p. 51), “O estudo de caso refere-se ao estudo minucioso e profundo de um ou mais objetos”.

A pesquisa, quanto aos seus objetivos, é descritiva, pois buscou levantar dados referentes às funcionalidades do AVA, ou seja, visou registrá-las e descrevê-las quanto às suas características e colocá-las em certa ordem. Em suma, foi inserido um método de classificação, quanto ao tipo de comunicação promovida.

Sendo a análise descritiva, buscou identificar o acréscimo do AVA como canal comunicativo a partir de resultados e fatos, já que se caracteriza por uma pesquisa que “procura classificar, explicar e interpretar fatos que ocorrem” (PRODANOV et al, 2013, p. 51).

Quanto à abordagem, é qualitativa, uma vez que a recepção dos dados foi através de uma análise que “[...] consiste em examinar, classificar e, muito frequentemente, categorizar os dados, opiniões e informações coletadas”, conforme Martins et al (2007, p. 69).

Quanto aos meios, a pesquisa consiste em documental, bibliográfica e telematizada. Foram utilizados documentos como: portarias estaduais, documentos de organização escolar (projeto de planejamento pedagógico) e manuais. Quanto ao levantamento bibliográfico, foi elaborada uma plataforma teórica que, conforme Martins et al (2007), consiste em um levantamento dos teóricos da área para fundamentar a pesquisa, “que aponte o que investigar, como demonstrar as proposições do

estudo e oriente a abordagem e aproximação com o fenômeno propriamente dito” (MARTINS et al, 2007 p. 64). Desta forma foram utilizados dados primários e secundários.

Conforme esse entendimento, a pesquisa está fundamentada nos pressupostos teóricos Kunsch, Torquato e Pio, devido aos seus conhecimentos e experiências na área de comunicação organizacional. Para a contextualização quanto ao uso de TICs, foi necessário criar uma ambiência com o tema tecnologia informacional e comunicacional e Sociedade em Rede.

Posteriormente, foi executada uma busca nos diretórios do Ambiente Virtual de Aprendizagem, utilizado pelo Programa EMITec, por funcionalidades que promovessem a comunicação interna, caracterizando a pesquisa como telematizada.

3.1 CONTEXTO DO OBJETO DE ESTUDO – O EMITEC

O Ensino Médio com Intermediação Tecnológica, EMITec, foi implantado na Bahia por meio da Portaria nº 424, de 21 de janeiro de 2011 (BAHIA, 2018). Através da modalidade de Ensino Médio Regular, foi criado para suprir as necessidades de comunidades residentes em zonas distantes do perímetro urbano, longe dos centros de educação, e também de localidades que não dispõem de profissionais habilitados em todas as especialidades requeridas (CARNEIRO et al, 2019, p. 83-84).

As aulas são intermediadas por tecnologia via satélite, chegando as tele salas cedidas pelos municípios com convênio com o Estado da Bahia. Entre o público atendido estão as comunidades quilombolas, indígenas, população presidiária e da zona rural (SANTOS, 2017). Devido a isso, é visto como uma alternativa pedagógica social inclusiva e inovadora (BAHIA, 2016).

Para se tornar possível a comunicação de forma centralizada, é utilizado o *software* AVA-EMITec que consiste em um Ambiente Virtual na Plataforma *Moodle*, utilizado principalmente como canal de comunicação e interação entre os mediadores, os docentes e equipe de coordenação pedagógica do Programa EMITec (BAHIA; [2011]).

Sua estrutura é composta de diretórios de acesso, nos quais podem ser observadas: disposição de diversas informações referentes à condução das atividades letivas e administrativas, documentos referentes a secretaria escolar, material de apoio às aulas, fóruns de discussão, chat interno, link de acesso ao plugin *BigBlueButton*, que por sua vez permite acesso ao bate papo público através de web conferência, dentre outros.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 A IMPORTÂNCIA DO USO DO AVA PARA A COMUNICAÇÃO INTERNA DO EMITEC

Dentre os aspectos facilitadores quanto ao uso do AVA para a comunicação interna do EMITEC, o principal encontra-se na possibilidade de se promover uma comunicação centralizada, sendo isto fundamental, uma vez que, a maioria dos integrantes (mediadores) estão dispersos geograficamente em todo o território baiano. Este fato oportuniza uma amplificação da participação, conforme Genelot (2001, apud Cardoso, 2006, p.1128) indica que a comunicação deve ser vista como uma ferramenta que reafirma na cultura organizacional a importância da participação.

O segundo aspecto positivo é a interatividade através de recursos multimídias, sendo fácil enviar e receber áudios, arquivos, bem como participar do bate-papo online através da comunicação em tempo real. Isto é possível através do plugin *BigBlueButton*, que faz a comunicação ser dinâmica e o *feedback* imediato. Conforme Curvello (2002, p .5), a “[...] comunicação organizacional como processo transacional leva em conta a presença do *feedback* como uma sinalização de como a emissão foi percebida e reconstruída pelo receptor”.

O terceiro aspecto é a possibilidade de personalização do AVA para a garantia do atendimento oportuno das demandas específicas do programa, levando em consideração suas características (MOODLE, 2023).

Em contraponto, a necessidade de conectividade à internet, e a exigência de certo nível de habilidade digital para acessar o AVA, configura-se um aspecto limitante, pois não adianta possuir o software adequado e este nunca, ou raramente, ser utilizado por falta de internet ou habilidade no uso do computador ou internet.

Tendo em vista que, apesar das salas de aula serem equipadas com internet, o mediador deve participar das reuniões de alinhamento em horário oposto ao turno de trabalho, conforme exposto no cronograma de atividades do mediador nas unidades letivas, ou seja, fora do ambiente que foi equipado pelo programa. Logo, o mediador terá que dispor de outros ambientes para participar das reuniões de alinhamento ou dispor de internet móvel.

Contudo, o programa não prevê inclusão digital aos mediadores em ambiente que não seja o de trabalho. E, a falta de acesso à internet pode comprometer a participação nas videoconferências, esta sendo a funcionalidade que oferece maior interatividade na comunicação interna e *feedback* imediato.

Daí, constata-se o desafio de garantir a constância na assistência e participação dos mediadores nas reuniões de alinhamento.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como tema a comunicação interna do EMITec intermediada pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem, em que buscou-se verificar a utilidade do AVA como canal de apoio ao processo de comunicação interna do programa. Já é entendido pelos teóricos da área, bem como no campo profissional, que a comunicação é uma atividade estratégica essencial para o alcance dos objetivos Institucionais. Logo, favorecer a construção da comunicação de forma integrada, deve fazer parte da cultura da empresa. Esta pesquisa visou descrever os benefícios que um Ambiente Virtual de Aprendizagem pode fornecer para a comunicação interna do EMITec, que se trata da efetivação de uma política pública educacional do Estado da Bahia.

Para cumprimento dos objetivos, foi feito a primeiro momento uma pesquisa de bases teóricas e pesquisa documental sobre o EMITec e, posteriormente, foi executada uma pesquisa telematizada através do AVA sobre as funcionalidades que corroboram para a efetivação da comunicação interna entre mediadores e equipes da área pedagógica.

Por conseguinte, é necessário visualizar a comunicação de forma integrada e posicioná-la estrategicamente, a institucionalizando na cultura organizacional. Soma-se também a importância de se compreender as implicações do uso de TICs para a comunicação interna, levando em consideração o contexto da constante evolução tecnológica e sua repercussão para as organizações.

A pesquisa demonstrou que o AVA fornece funcionalidades importantes à comunicação interna do programa, podendo os integrantes fazerem uso de ferramentas de comunicação em tempo real ou não. Isto se dá através de fóruns de discussão, bem como, do chat interno e da web conferência com bate-papo e recurso multimídia, garantindo o *feedback* oportuno.

Entre os pontos favoráveis observados, consta a interatividade com recursos multimídia e a possibilidade de conectar pessoas em diferentes lugares geográficos num mesmo espaço comunicativo, em que elas podem opinar, sugerir, enviar relatórios e sanar dúvidas.

Quanto às limitações, pontua-se a necessidade de conectividade com a internet e prévios conhecimentos básicos de informática e internet, por se tratar de um software utilizado exclusivamente online. Não foi possível verificar o perfil dos usuários do AVA quanto à inclusão e habilidade digital. Contudo, pode-se verificar que não fora exigido na última seleção de mediadores nenhum curso específico e nem conhecimentos básicos em informática (Bahia, 2022). Deste modo, é possível que pessoas sem habilidades em informática possam também atuar como mediadores.

Diante do que foi exposto anteriormente, conclui-se que o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) é um eficiente meio de promoção da comunicação interna do EMITec, sendo uma solução tecnológica viável para a melhoria da mesma.

Sugere-se, para pesquisas futuras, investigar as perspectivas de mediadores e equipes que contam exclusivamente com o AVA como ferramenta de comunicação interna. Esta investigação deve abranger sua facilidade de acesso, dificuldades encontradas, bem como a avaliação dos parâmetros de usabilidade do programa. Tal abordagem permitirá uma avaliação mais abrangente do uso do software.

REFERÊNCIAS

BAHIA. Edital Seleção Reda nº 19/2022. Seleção de mediadores para o EMITec. Bahia: Secretaria de Educação/Sudepe, Salvador, 10 nov. 2022. Disponível em: http://educadores.educacao.ba.gov.br/sites/default/files/private/midioteca/document/2022/editalsecsu_depeno192022mediador.pdf. Acesso em: 20 jun. 2023.

_____. O Manual Ensino Médio com Intermediação Tecnológica - EMITec. Bahia: Secretaria de Educação; Fundação Banco do Brasil, Salvador, 2016. Disponível em: <https://transforma.fbb.org.br/tecnologia-social/ensino-medio-com-intermediacao-tecnologica-inovacao-na-educacao-basica-da-bahia>. Acesso em: 26 maio 2023.

_____. Projeto Político Pedagógico do Ensino Médio com Intermediação Tecnológica. Bahia: Secretaria de Educação, Salvador, 2018.

_____. Manual da Secretaria Escolar do Ensino Médio com Intermediação Tecnológica. Bahia: Secretaria de Educação, Salvador, [2011]. Disponível em: <https://transforma.fbb.org.br/tecnologia-social/ensino-medio-com-intermediacao-tecnologica-inovacao-na-educacao-basica-da-bahia>. Acesso em: 6 jun. 2023.

BEMBEM, N. et al. Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. Perspectivas em Ciência da Informação, Escola de Ciência da Informação da UFMG, v. 18, n. 4, p. 139-151, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/109758>. Acesso em: 28 maio 2023.

BIGBLUEBUTTON. Sobre: Construído para Aprendizagem Online. Disponível em: <https://bigbluebutton.org/open-source-project/about/>. Acesso em: 15 mai. 2023.

CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, p. 1123-1144, nov./dez. 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/150351>. Acesso em: 27 maio 2023.

CARNEIRO, E. F. et al. Ensino Médio com Intermediação Tecnológica (EMITec): análise da proposta curricular. Revista online de Política e Gestão Educacional, Araraquara, v. 25, n. 1, p. 205-222, 2021. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/rpge/article/view/13935>. Acesso em: 24 maio 2023.

CASTELLS, M. et al. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura Vol. 2 - O Poder da Identidade. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999. SOCIOLOGIAS, C. E., v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/6936>. Acesso em: 15 jun. 2023.

CASTELLS, M. et al. A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política. Belém: [s. n.], 2005. Disponível em: <http://precog.com.br/bc-texto/obras/2021pack0286.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2023.

CGI.br. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2022. Ano 2023. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2022_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 17 jun. 2023.

CURVELLO, J. J. A. Estudos de comunicação organizacional. In: ENTRE A ANÁLISE E A PRESCRIÇÃO, 2002, Salvador. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/35000eb4dc54ecb792613fbeatf2f50e.pdf>. Acesso em: 28 maio 2023.

FALCIONI, M. P. A Influência da Comunicação Interna no comprometimento afetivo dos funcionários. 2009. Dissertação (Mestre em Administração) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2009. Disponível em: https://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/49/2019/10/MARILIA_FALCIONI.pdf. Acesso em: 10 mai. 2023.

KUNSCH, M. M. K. (Org.). Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus Editorial, 2016. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/42233/epub/2>. Acesso em: 11 mai. 2023.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006. p. 167-190. Disponível em: <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/1/346>. Acesso em: 11 mai. 2023.

LOPES, M. C. B. Redes, tecnologia e desenvolvimento territorial. In: Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde: Redes de Desenvolvimento Regional, 1., 2009, Cabo Verde. 2009. p. 995-1015. Disponível em: <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2011/24A.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2023.

MACIEL, C. (Org.). Educação à distância: Ambiente Virtual de Aprendizagem. 2. ed. Cuiabá: Edufimt, 2018. E-book. Disponível em: <https://www.edufimt.com.br/product-page/educa%C3%A7%C3%A3o-a-dist%C3%A2ncia-ambientes-virtuais-de-aprendizagem-2%C2%AA-ed>. Acesso em: 28 mai. 2023.

MARQUIORI, M. Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização. 2. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2018. Livro eletrônico. p. 33. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/179842>. Acesso em: 9 jun. 2023.

MARTINS, G. A. et al. Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas. São Paulo: Atlas, 2007.

MOODLE. Sobre nós: Tornar a educação online de qualidade acessível a todos. Disponível em: <https://moodle.com/pt-br/sobre/>. Acesso em: 15 mai. 2023.

MORAIS, Deivisson Leão do Nascimento. Análise da Comunicação Administrativa no fluxo dos processos de compras na UFRB. 2020. Dissertação (Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social) - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, [S. l.], 2020.

MOODLE. Software: Ambiente Virtual de Aprendizagem do EMITec. [S. l.], ©2017. Disponível em: <https://EMITec.educacao.ba.gov.br/login/index.php>. Acesso em: 22 mai. 2023.

NIC.BR. Lançamento pesquisa TIC Domicílios 2022. YouTube, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fgbzkg3vq2m>. Acesso em: 6 jun. 2023.

OLIVEIRA, I. L. et al. Comunicação e administração: dois campos que dialogam no ambiente organizacional. *Novos Olhares: Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 97-108, 5 jul. 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/issue/view/11184>. Acesso em: 27 mai. 2023.

PEREIRA, D. M. et al. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. *Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, v. 7, n. 8, 2011. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/1935>. Acesso em: 29 mai. 2023.

PIO, D. M. A força transformadora da comunicação interna. Porto Alegre: Simplissimo, 2016. 160 p. Livro eletrônico [Kindle].

PRODANOV, C. C. et al. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Universidade Feevale, Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2023.

SANTOS, L. M. et al. Ensino Médio com Intermediação Tecnológica (EMITec): inclusão e escolarização na zona rural e regiões remotas. Salvador, 2017. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2017/trabalhos/pdf/153.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2023.

SCROFERNEKER, C. M. A. Perspectivas Contemporâneas da Comunicação Organizacional. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATTI, Nelson Costa (org.). *Práticas Acadêmicas em Relações Públicas: Processos, Pesquisas e Aplicações*. 1. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011. p. 199-215. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10923/23732>. Acesso em: 9 jun. 2023.

TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas organizações [recurso eletrônico]: empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/42286/epub/16>. Acesso em: 20 mai. 2023.

VIGNERON, Jacques. Comunicação interna: além das mídias. In: SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO BANCO DO BRASIL, 6º., 2000, Brasília. Anais [...]. [S. l.: s. n.], 2000. Tema: Mídia e cultura brasileira. Disponível em: https://www.academia.edu/24909117/COMUNICA%C3%87%C3%83O_INTERNA_AL%C3%89M_DAS_M%C3%8DDIAS. Acesso em: 24 mai. 2023.