



RELISE

**O USO DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO
INTERNA: UM ESTUDO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO ESTADUAL¹**

*THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN THE INTERNAL COMMUNICATION
PROCESS: A STUDY IN A STATE EDUCATION INSTITUTION*

Juliette Ione Santana de Siqueira²

João Paulo Barbosa dos Santos³

RESUMO

A comunicação interna vem ganhando espaço como um recurso estratégico, alcançando destaque e valorização para a melhoria das relações organizacionais. Assim aborda-se o uso das novas tecnologias nesse processo. Este estudo tem por finalidade apresentar como o uso das redes sociais pode interferir na CI de uma instituição de ensino estadual de Pernambuco, buscando entender como acontece esse uso, quais as redes mais utilizadas e quais os benefícios e/ou interferências das redes sociais no âmbito organizacional. Para atingir esses objetivos foi aplicado um questionário para os colaboradores da instituição. Como resultados observou-se que muitos são os desafios relacionados à burocracia e o engessamento, por tratar-se de uma instituição do setor público, ainda foi identificado que 84% dos colaboradores já utilizam as redes sociais para fins empresariais e a mais utilizada é o *WhatsApp*. Ficou visível que mudanças estão acontecendo, tendo a tecnologia como uma fonte de inovar e crescer.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação, comunicação interna, setor público, tecnologia, redes sociais.

ABSTRACT

Internal communication has been gaining space as a strategic resource, achieving prominence and enhancement for the improvement of organizational relations. Thus, the use of new technologies in this process is addressed. This

¹ Recebido em 15/06/2020. Aprovado em 06/07/2020.

² Universidade de Pernambuco. juliettesiqueira@gmail.com

³ Universidade de Pernambuco.



RELISE

6

study aims to present how the use of social networks can interfere in the IC of a state educational institution in Pernambuco, seeking to understand how this use happens, which networks are most used and what are the benefits and/or interferences of social networks in the organizational scope. To achieve these objectives, a questionnaire was applied to the institution's employees. As a result, it was observed that there are many challenges related to bureaucracy and rigidity, since it is a public sector institution, it was also identified that 84% of employees already use social networks for business purposes and the most used is Whatsapp. It became visible that changes are taking place, with technology as a source of innovation and growth.

KEYWORDS: communication, internal communication, public sector, technology, social networks.

INTRODUÇÃO

A comunicação é um elemento essencial e intrínseco da vida em sociedade, estando presente em todos os momentos e não seria diferente nas organizações, visto que as mesmas são formadas por pessoas que por meio de interações comunicam-se constantemente.

A Comunicação é um processo dinâmico e contínuo. É o processo que permite aos membros da organização trabalhar juntos, cooperar e interpretar as necessidades e as atividades sempre mutantes da organização. A comunicação humana não começa e nem termina. As pessoas estão envolvidas constantemente com a comunicação consigo mesmas e com outras, especialmente na organização. A vida da organização proporciona um sistema de mensagens especialmente rico e variado (KUNSCH, 2016, p. 50).

Então, quando se fala sobre comunicação e empresas, deve-se deixar claro que são as pessoas que inferem todo o sentido da comunicação e nas organizações faz-se necessário que esse processo ocorra de maneira assertiva, no qual os colaboradores entendam e interpretem o que se é transmitido e sejam capazes de promover o *feedback*, seja em resposta “falada” ou ação correspondente.

Autores como Biscolí (2010), Torquato (2015) e Kunsch (2016) são algumas referências quando se fala de comunicação interna, remetem que atualmente as empresas têm buscado aumentar sua competitividade tanto



RELISE

7

quanto o grau de excelência, e para manterem-se ativas e crescentes, num mercado altamente diversificado e concorrido, têm procurado investir em todos os setores e espaços das organizações, aumentando assim a qualidade dos serviços e produtos ofertados no mercado, surgindo a necessidade de estreitar laços e fortalecer as relações. Nesse contexto, a comunicação interna surge como fator imprescindível.

Segundo, (KUNSCH, 2006), a comunicação empresarial no Brasil apresenta quatro realidades distintas:

A primeira é atribuída àquelas organizações que veem a comunicação como um elevado valor estratégico de resultados, fazendo nela grandes investimentos e valendo-se de profissionais realmente competentes para dirigi-la e contratando serviços especializados de empresas terceirizadas. Na segunda, a comunicação é vista apenas na esfera técnica/tática, fazendo, sim, divulgação – por meio de assessoria de imprensa, de jornais, revistas, boletins, vídeos, folhetos etc. –, mas sem uma perspectiva mais clara quanto a diretrizes e estratégias. A terceira realidade é a daquelas organizações onde a comunicação é reativa, improvisada, feita “por qualquer um”, sem valorizar o profissional especialista. Já a quarta pode ser caracterizada pelas organizações que “não estão nem aí” para a comunicação. (KUNSCH, 2006, p. 175 e 176).

Dentre as quais vale ressaltar a visão de que existem as organizações que tratam da comunicação como um elemento de alto valor estratégico, obtendo resultados significativos através de investimentos corretos.

Partindo deste princípio, interligado ao constante avanço da tecnologia e a utilidade desse aporte nas empresas, pode-se incluir o desenvolvimento e o uso das mídias sociais que se tornou inerente tanto em diversos processos cotidianos do trabalho como meio de comunicação interna, por exemplo: troca de informações, comunicados e avisos. Resultante da alta disseminação e da facilidade de acesso dos colaboradores por meio de *smartphones*, juntamente entram em destaque o uso pessoal e a possibilidade da ocorrência de problemas, desvios e/ou ineficiências durante o processo de comunicação organizacional via redes sociais, seja em empresas de grande ou pequeno



RELISE

8

porte, públicas ou privadas, tornou-se uma grande missão tratar de forma mais assertiva, lidando com os desafios e procurando usufruir adequadamente dos benefícios trazidos por intermédio da utilização frequente das redes sociais, busca-se aperfeiçoar a comunicação interna através das inovações tecnológicas, identificando oportunidades e, conseqüentemente, resultados ainda mais satisfatórios para as organizações (KUNSCH, 2015).

De acordo com Corrêa (2016), no Brasil, mesmo com as diversas disparidades sociais existentes, o número de usuários de celulares com acesso à *internet* se expande de maneira crescente e as redes mais acessadas, em 2014, eram: *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn* e *WhatsApp*. Esses dados apontam que esse avanço da internet acompanha o dia a dia das pessoas inclusive o ambiente de trabalho, propondo mais conectividade e expandindo os processos organizacionais para o meio virtual. E ainda sobre o uso da *internet* no âmbito nacional e local, seguindo que o estudo citado a seguir foi realizado na cidade de Recife, capital Pernambucana, tem-se:

Embora com disparidades entre as regiões, o acesso à internet atinge aproximadamente metade da população brasileira, segundo a TIC Domicílios 2014, pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (TIC,2014). Na edição anterior, realizada em 2013, a pesquisa já apontava que o número de usuários de celulares em território brasileiro havia dobrado, chegando a 31% em números absolutos, 52,5 milhões de pessoas (CORRÊA, 2016, p. 341).

Tornando a cidade de Buíque, localizada no agreste Pernambucano, como foco deste estudo e considerando que se trata, especificamente, de uma instituição de ensino pública, compondo-se de um ambiente no qual ocorre rapidamente e de forma recorrente a troca e o envio de informações entre os diversos departamentos de colaboradores, e sabendo que como em qualquer organização existem falhas no processo de comunicação, especialmente nas públicas, diante dos sistemas burocráticos e tradicionais. A Escola Técnica Estadual Jornalista Cyl Gallindo encontra-se neste cenário, sendo o objeto



RELISE

9

deste estudo do perfil da comunicação interna existente, focando no uso das redes sociais.

Assim, surge a pergunta primordial desse estudo: **Como o uso das redes sociais pode interferir na comunicação interna da Escola Técnica Estadual Jornalista Cyl Gallindo?** Sendo escolhida como objeto de estudo diante da influência que exerce na cidade e regiões circunvizinhas, formando estudantes e também profissionais nas áreas de administração e desenvolvimento de sistemas, contando com cerca de 40 profissionais trabalhando na área de educação.

A partir deste questionamento pretende-se compreender como se dá o uso das redes sociais por parte dos colaboradores da instituição de ensino, quais as mais utilizadas e distinguir as vantagens e desvantagens desse uso na comunicação interna da organização.

REFERENCIAL TEÓRICO

Comunicação organizacional

Empresas são sistemas interligados voltados para um objetivo em comum, seja a produção e venda de bens ou a prestação de serviços para a sociedade. Conforme Torquato (2015), a comunicação também se enquadra como um sistema:

A comunicação é um sistema aberto, semelhante à empresa. Como sistema, a comunicação é organizada pelos elementos — fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador, receptor, ingredientes que vitalizam o processo. Processo que se divide em duas etapas, a primeira, de transmissão da mensagem; a segunda, de recuperação, necessária para o controle da comunicação por parte da fonte (TORQUATO, 2015, p. 23).



RELISE

10

Logo, as organizações buscam a eficácia e para isto necessitam manter uma constância sistêmica entre seus elos e essa concordância está diretamente atrelada aos processos de comunicação.

Segundo Torquato (2015), as comunicações nas organizações dividem-se em duas grandes esferas. A primeira é assimilada aos processos que ocorrem no interior das empresas, ligada diretamente à construção do conhecimento comum das pessoas que trabalham dentro da organização. Já a segunda esfera trata das comunicações externas, veiculadas de dentro para fora da empresa e vice-versa, faz menção aos fornecedores, mídia externa, órgãos públicos e consumidores. Estas duas esferas quando em sintonia, promovem que a empresa obtenha regularidade, chances de crescimento e maior conhecimento do mercado em que opera. Neste artigo o foco é articulado à comunicação interna que deve ser clara e concisa de modo que o receptor possa captar o real sentido transmitido pelo emissor.

A comunicação organizacional não deve ser confusa, nem de pouco ou vários entendimentos, pois pode uma ideia ou um processo complexo tornar completamente inteligível a mensagem pretendida. A comunicação está presente em todas as atividades e contribui, diretamente, no desempenho das equipes (ARAUJO, 2012, p. 50).

Ainda de acordo com Araújo (2012), nas organizações faz-se necessário que as pessoas trabalhem em equipe, devendo atuar em sincronia com os objetivos gerais da organização. E a CI (Comunicação interna) executa a fundamental função de ser o efetivo elo das principais atividades realizadas na empresa com o papel que cada um dos colaboradores apresenta na mesma.

Comunicação organizacional no setor público

Segundo Coelho (2018, p. 598), na gestão pública, a comunicação envolve o dever do Estado de comunicar suas atividades à sociedade. Entende-se que quanto maior o acesso à informação governamental, mais



RELISE

11

eficazes serão as relações entre Governo e Sociedade. As instituições privadas e públicas no Brasil estão passando por mudanças ao longo dos anos para ajustamento às necessidades, tanto internas quanto do seu público-alvo, e nessas adaptações enquadram-se também os aspectos comunicativos.

Dentro das instituições públicas, a gestão da comunicação precisa ser qualificada como uma ferramenta estratégica, porque ela é responsável pelo bom desempenho das atividades funcionais, é por meio dela que se alcança a eficácia e a transparência na administração pública, conquistando, dessa maneira, a confiabilidade junto à comunidade (BÍSCOLI, 2010, p. 147).

O setor público vem investindo para tornar a comunicação mais eficiente, melhorando o relacionamento com o atendimento, todavia, de acordo com Torquato (2015), as organizações públicas são, em geral, bastante dotadas de burocracia e a comunicação sente muito com isto. Sendo imprescindível conectar todos os níveis funcionais, envolvendo-os no aperfeiçoamento interno e colocando a Comunicação Interna (CI) no nível estratégico da organização, como tem sido feito em várias redes privadas.

Levando em consideração que cada vez mais a sociedade cobra transparência no setor público, assim cabendo ao Estado o desenvolvimento e práticas de políticas voltadas à comunicação interna, beneficiando diretamente à comunidade e por conseguinte, adaptando a tecnologia e ao uso mídias sociais, nas instituições públicas, conduzindo a troca e compartilhamento de informações, contribuindo com o desenvolvimento público e com as melhorias dos serviços e atendimentos.

O impacto das mudanças tecnológicas na comunicação organizacional

Com as mudanças tecnológicas, os cenários das organizações passaram por alterações para se adequarem com competitividade suficiente ao alto nível do mercado e com isso, a CI adentrou no âmbito da comunicação virtual, de acordo com Wels:



RELISE

12

Nos últimos anos, o ciberespaço passa a ocupar uma posição de avanço no sistema organizacional de comunicações e participa da rotina de diversos grupos de pessoas. Diferentemente dos meios de comunicação de massa, o ciberespaço cria uma situação de desintermediação em relação ao todo, pois enquanto os veículos de comunicação representam um centro transmissor e retransmissor, a internet propicia uma forma de comunicação que ultrapassa barreiras de tempo e de distância para chegar ao seu destino. (WELS, 2005, p. 77).

Conforme Kunsch (2015), a velocidade das transmutações que acontecem no sistema de inovação das tecnologias digitais de informação e comunicação nos coloca perante um complexo de referências que atravessam pesquisas de campo com ensaios acadêmicos e resultam no reconhecimento de três amplos cenários, sendo eles: mobilidade, geolocalização e big data. Para o intuito desse estudo acorre detalhar a respeito da mobilidade.

A possibilidade de se comunicar de forma rápida e eficaz, com inúmeras pessoas ao mesmo tempo dá ao usuário interconectado o poder de partilhar suas informações e exercer sua influência. Tal fato vem causando impactos nas organizações. (CORRÊA, 2016, p. 343).

Ingressando ao setor público com seus sistemas estruturalmente engessados, a utilização das redes sociais entre os servidores pode acarretar numa série de benefícios, objetivando a redução das falhas de comunicação, de ruídos e barreiras e uma maior harmonização na eficiência do repasse de informações importantes e que devem ser veiculadas com rapidez e segurança.

METODOLOGIA

Esta fase tem por intento apresentar o tipo de pesquisa que foi realizada informando as características, bem como também os instrumentos utilizados para coleta de dados e classificação da pesquisa.

Com base nos procedimentos usados para a pesquisa, a mesma foi catalogada em: tanto bibliográfica quanto em pesquisa de campo, sendo a bibliográfica realizada através de livros, artigos, sites e revistas já existentes



RELISE

13

sobre o tema abordado. O tipo de pesquisa é de campo com caráter quantitativo. A pesquisa foi realizada na instituição de ensino, a mesma foi escolhida para objeto de estudo devido à representatividade na cidade de Buíque e por ser um ambiente facilmente observado pelo pesquisador, devido ao cotidiano organizacional.

A escolha da amostra dos entrevistados foi realizada a partir de critérios de observação de quem participa e é atuante nas redes sociais para fins organizacionais, foram identificados todos que participam do corpo docente, coordenação e setor administrativo da instituição, sendo um total de cerca de 40 colaboradores, obteve-se após a aplicação 25 participantes. As dificuldades encontradas foram somente com os colaboradores afastados por motivos pessoais, como por exemplo motivos de saúde e que não puderam participar.

A técnica de coleta de dados constou-se de um formulário estruturado, com questões fechadas, montado a partir da plataforma *Google Forms* e enviado através de *link* compartilhado com os participantes, onde no tópico seguinte desse estudo são apresentados os resultados obtidos, após a tabulação e tratamento dos dados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a aplicação do questionário com os colaboradores da ETE Jornalista Cyl Gallindo, realizado através da plataforma *Google Forms*, foi realizada a tabulação e condensação dos dados e obtiveram-se as seguintes informações:

Perfil dos entrevistados

Segundo Alves (2013, p. 02), “Diante do cenário mundial observa-se um processo de globalização dos negócios, em que se apresenta a tendência



RELISE

14

de que cada vez mais as pessoas ganhem importância para as organizações”. Nesse sentido, os primeiros questionamentos do formulário tiveram como propósito identificar o perfil dos funcionários, acreditando-se ser necessário para saber mais sobre seus hábitos organizacionais, uso da internet e redes sociais.

De acordo com a pesquisa percebeu-se que a maior parte dos colaboradores da empresa tem entre 20 e 30 anos (36%) ou ainda na faixa de 31 a 40 anos com também (36%), mostrando-se serem trabalhadores que estão ingressando no mercado de trabalho como no primeiro caso e também se trata de outra fração, segundo caso, de outros que se encontram no mundo organizacional há mais tempo. Sobre a função que exercem na instituição, grande parte dos participantes afirmou trabalhar no corpo docente (76%), deixando claro tratar-se da maioria dos colaboradores da escola. É necessário mencionar que o questionário foi trabalhado entre os setores do corpo docente, setor administrativo (20%) e coordenação (4%).

Uso das redes sociais

Através das respostas obtidas tornou-se indiscutível que o uso de redes sociais está atrelado ao dia-a-dia dos colaboradores, onde quase todos (96%), afirmaram utilizar redes sociais. Foi perguntado também, em média, quanto tempo por dia eles acessam as redes e as respostas mais recebidas foram 28% dos entrevistados passam entre uma e duas horas navegando e 40% entre duas e três horas. Já diante de quais as redes sociais mais utilizadas pelos mesmos, pressupondo que os servidores da instituição apresentam um perfil ativo e participativo (online), o *feedback* apresenta-se no gráfico 1.

Neste gráfico eles poderiam marcar quantas opções desejassem e apontou-se que as redes mais acessadas pelos colaboradores são: E-mail,



RELISE

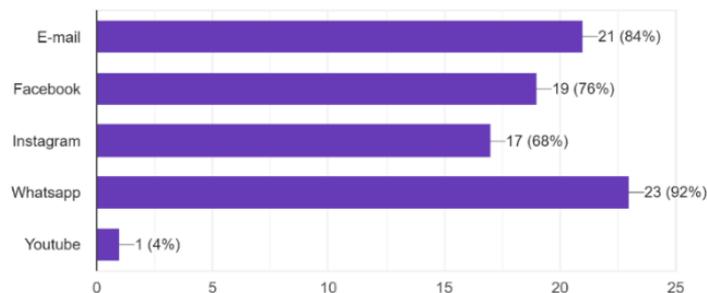
15

WhatsApp e Facebook. Ainda sobre o uso das redes sociais foi questionado aos funcionários da instituição de ensino com qual finalidade os mesmos utilizavam as redes sociais e dentre as seis opções apresentadas (Entretenimento, estudo, trabalho, informação, comunicação e outros), as que receberam mais votos foram: Informação e trabalho, constatando que a utilização das redes para o trabalho é cada vez mais comum e empregada no ambiente organizacional.

Gráfico 1. **Redes sociais mais utilizadas.**

Quais as redes sociais você mais utiliza?

25 respostas



Fonte: Própria. 2019

Neste sentido, é fundamental que as informações vinculem de forma rápida e eficiente (Alves, 2013). Sendo assim, devido ao grande fluxo de informações proporcionadas pela facilidade de acesso às redes, é essencial que ocorra um filtro por parte dos colaboradores no que deve ser aproveitado como informação útil ou descartado.

Comunicação na Instituição de Ensino

Diante do questionamento acerca de quais os meios de comunicação interna existentes na Instituição, obteve-se as seguintes respostas:

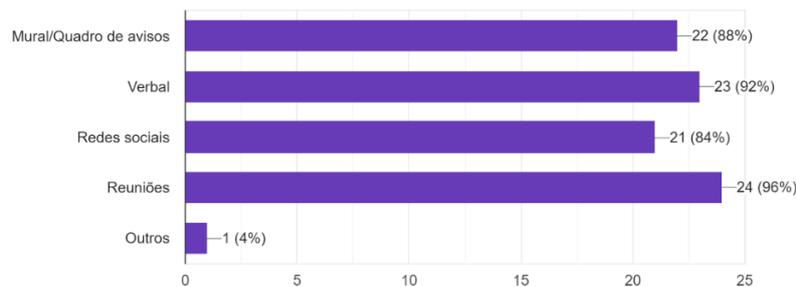


RELISE

Gráfico 2. Meios de comunicação interna da instituição.

Qual(ais) o(s) meio(s) de comunicação interna existentes na Instituição?

25 respostas



Fonte: Própria. 2019

As reuniões obtiveram a primeira colocação em CI na instituição, porém as redes sociais também ocupam sua parcela de importância na organização, segundo os colaboradores, mostrando conforme o gráfico anterior que existem vários meios de CI na organização.

Diante da afirmação que lhes foi apresentada “É importante ter um sistema de comunicação eficiente na instituição” onde 100% dos servidores concordaram plenamente com a mesma, e conforme Bíscoli (2010, p. 148), “quando há uma comunicação eficaz as pessoas interagem, se entendem, compreendem as políticas organizacionais, e conseguem trabalhar juntas em prol dos objetivos organizacionais e da integração”. Prognostica-se que todos os entrevistados entendem da importância e da necessidade existente sobre a CI e que a mesma funcione de maneira adequada no ambiente de trabalho.

A rede social, de acordo com os colaboradores, mais utilizada na ETE Jornalista Cyl Gallindo é o *WhatsApp*, sendo mencionado por todos os entrevistados, quantificando a relevância da rede para a transmissão de mensagens.

Para Corrêa (2016, p. 345), “o tempo ganho com a troca de informações pelas redes sociais digitais, principalmente *WhatsApp*, instalado



RELISE

17

em um meio de comunicação extremamente popular e portátil, o *smartphone*, permite soluções mais rápidas de problemas diários”.

Barreiras na Comunicação Interna

Este tópico finaliza a análise de dados da pesquisa feita com os colaboradores da instituição de ensino, diagnosticando a existência de algumas barreiras na CI. De acordo com Alves (2013, p. 03), “a necessidade da informação passou a ser de vital importância para o desempenho das pessoas nas organizações”.

E objetivando essa vital importância levantou o seguinte questionamento aos entrevistados: “alguma barreira na comunicação já atrapalhou ou dificultou a realização de alguma tarefa na organização?”. As respostas variaram entre 32% às vezes, também 32% quase nunca, sendo as mais relevantes. Nesta outra pergunta, “na sua opinião, as redes sociais auxiliam ou dificultam a troca de informações internamente na instituição?”, uma grande parte, cerca de 64%, marcou como auxiliam bastante, 32% com auxiliam em partes e 4% responderam dificultam em partes, apresentando que na sua maioria, os colaboradores da ETE, concordam com o uso das redes sociais para facilitar a troca de informações e mensagens. O gráfico 3, mostra a avaliação da CI pela ótica dos servidores.

Corrêa (2016) retrata no seu estudo a íntima relação entre as redes sociais e a organização, à medida que estas se firmam reciprocamente, o mesmo cabe a este estudo, genericamente, sobre a CI da ETE – Jornalista Cyl Gallindo que a partir da pesquisa realizada tem sido classificada majoritariamente em ótima ou boa, não excluindo que se identificou que ainda existem falhas e/ou barreiras, o que requer um estudo ainda mais aprofundado para identificar e sanar tais objeções.



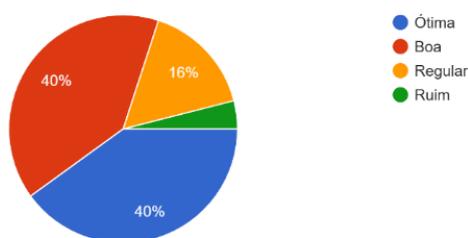
RELISE

18

Gráfico 3. **Avaliação da comunicação entre os colaboradores.**

No geral, como você classifica a comunicação entre os colaboradores da instituição?

25 respostas



Fonte: Própria. 2019

CONCLUSÃO

Comumente o uso das redes sociais nas organizações está diretamente atrelado à comunicação externa, que na maioria das vezes é direcionada aos clientes e agentes externos das empresas. Porém, diante do advento das novas tecnologias, a ampliação das redes sociais e o alcance em massa, cada vez mais os colaboradores estão conectados às mudanças internas das organizações e devido a sua facilidade de acesso, rapidez e ao aumento das conexões, insere-se na comunicação interna.

Ficou visível nesse estudo que quando trata-se de comunicação interna no setor público, surgem diversos desafios partindo do sistema engessado e burocrático do Estado, mas também nota-se que assim como as empresas privadas, as instituições públicas estão buscando inserir a CI como fator estratégico traçando planejamentos e táticas, melhorando assim o relacionamento com os servidores e conseqüentemente os serviços ao público externo, agregando informação e qualidade oferecida a sociedade.

Adentrando na Instituição de Ensino ETE Jornalista Cyl Gallindo, mostrou-se que a realidade do uso das redes é bem visível nas empresas, quando diante do questionamento sobre a finalidade do acesso às redes



RELISE

19

sociais, 84% afirmaram que é para fins de trabalho e que o perfil dos colaboradores é notoriamente de pessoas que passam cada vez mais tempo conectadas, o que inclui troca de informações relacionadas à Instituição, ou seja, comunicam-se, internamente, por meio das redes. Barreiras e dificuldades foram relatadas diante das respostas dos entrevistados, confirmando os questionamentos introdutórios do estudo.

Foi também identificado que os meios tradicionais de comunicação interna ainda são bastante utilizados, por exemplo: reuniões e quadro de avisos, contudo, as redes sociais estão ganhando espaço dentro da instituição sendo mais acessadas para fins de trabalho, *WhatsApp* e o *e-mail*, deixando em evidência que as instituições públicas, estão abrindo espaço e aderindo às novas tecnologias para facilitar e potencializar a rede de CI, alcançando bons índices de acesso, segundo os resultados apresentados.

Na medida em que o trabalho tratou de um estudo preliminar e que dá margem a diversos estudos posteriores, seguindo diante de uma fronteira de possibilidades entre a CI e a conexão das redes sociais, nas mais diversas formas de otimizar o seu uso, a fim de ser mais uma ferramenta estratégica nas organizações, contribuindo com a diminuição nas falhas de comunicação e padronizando a troca de informações, tanto formais quanto informais do ambiente Institucional.

E diante das barreiras e dificuldades encontradas na CI da instituição de Ensino, como por exemplo na avaliação dos colaboradores no que diz respeito ao conhecimento das informações realizadas no dia-a-dia da instituição, diante do questionamento, foi respondido que só é conhecido por 56% dos colaboradores, aparece a necessidade da inserção de ações direcionadas à otimização do repasse dessas informações aos colaboradores que pode ser realizada através de circulares do que acontece na escola, via *Whatsapp* que é o meio mais utilizado pelos colaboradores. Deste modo,



RELISE

20

procurando sempre progredir, inovar e inserir através de ações simples e projetos que busquem a maior integração dos servidores da instituição de ensino, utilizando as redes sociais de forma efetiva para consolidar a comunicação interna e assim agregar valor ao público externo, no caso, os alunos e a comunidade de Buíque-PE.

REFERÊNCIAS

ALVES, J. N.; BALSAN, L. A. G.; RIBAS, F. T. T.; et. al. Comunicação interna: o elo entre a empresa e o colaborador. **Diálogo e interação**, v. 7, 2013.

ARAÚJO, D. C.; SIMANSKI, E. S. S.; QUEVEDO, D. M. Comunicação interna: relação entre empresa e colaboradores, um estudo de caso. **Brazilian Business Review**, Vitória – ES, v. 9, n. 1, Jan./Mar. 2012.

BASTOS, M. C. P. **Metodologia científica**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

BÍSCOLI, F. R. V.; SANCHES, F. C.; MULLER, R.; et. al. Avaliação do processo de comunicação interna em um colégio estadual de Toledo-PR - período 2008 a 2009. **Revista Capital**, Guarapuava – PR: Científico. v. 8, Edição n. 1, 2010.

CALADO, M. A. F. **Metodologia da pesquisa científica na prática**. 2. ed. Olinda: Livro Rápido, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Editora Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

COELHO, A. C. A.; Rodrigues, M. F. S.; Silva, M. G. J. Comunicação interna no Serviço Público: estudo de caso da Prefeitura Municipal de Dormentes (PMD) – PE. **Revista multidisciplinar e de Psicologia**, v. 12, N 40, 2018.

CORRÊA, Elizabeth Saad. A Comunicação Digital nas organizações: tendências e transformações. **Organicom**, v. 6, n. 10-11, p. 161-167, 2009.



RELISE

21

CORRÊA, M. I. S.; Souza, A. C. R.; Moraes, I. C. et. al. As Redes Sociais Digitais na Comunicação Organizacional: Um Estudo de Caso na Cidade do Recife. **Revista Gestão.Org**, v. 13, Edição Especial, 2015. p. 340-348, 2016.

KUNSCH, M. M. Krohling. 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, pp.167-190.

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016.

M. de A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª edição. Atlas, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BUÍQUE. **Geografia**. Disponível em: <<https://buique.pe.gov.br/geografia/>> Acesso em: 11 de julho de 2019.

TARJA, S. F.; Santos, N. **Planejamento e Liderança: conceitos, estratégias e comportamento humano**. 1ª edição. São Paulo: Érica, 2014.

TORQUATO, G. **Comunicação nas Organizações – Empresas privadas, instituições e setor público**. São Paulo: Summus, 2015.

WELS, A. M. C. Estudando a comunicação organizacional: redes e processos integrativos. **Revista Conexão – Comunicação e cultura**, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 73-86, Jan/Jun. 2005.