
A COMUNICAÇÃO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO SUL DE MINAS GERAIS: UM ESTUDO DE CASO

BASSOTTO, Leandro Carvalho¹

Recebido em: 2019.05.14

Aprovado em: 2020.10.28

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.3607

RESUMO: A comunicação é um elemento importante para as organizações. Análises que contribuam com a identificação da percepção dos colaboradores e/ou da sociedade em geral sobre as organizações é um aspecto de fundamental relevância para auxiliar no entendimento da percepção dos colaboradores quanto à comunicação organizacional. Esse estudo objetivou analisar a utilização da comunicação em uma Instituição de Ensino Superior (IES) e verificar a influência desta na competitividade de IES. Foram entrevistadas 17 pessoas de uma Instituição de Ensino Federal sendo analisados os diferentes mecanismos de comunicação e suas interações com os ambientes interno e externo. Os resultados demonstraram a satisfação dos questionados pelos mecanismos de comunicação existentes na IES, apesar de algumas limitações na comunicação no que se refere a alta administração com os demais colaboradores.

Palavras-chave: Educação. Gestão de pessoas. Universidade.

COMMUNICATION ANALYSIS IN AN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION IN THE SOUTH OF MINAS GERAIS: A CASE STUDY

SUMMARY: Communication is important element for organizations. Analyzes that contribute to the identification of the perception of employees and / or society in general about the organizations is an aspect of fundamental relevance to help in the understanding of the employees' perception regarding organizational communication. This study aimed to analyze the use of communication in a Higher Education Institution (HEI) and to verify the influence of communication on the competitiveness of HEI. We interviewed 17 people from an IEF and analyzed the different mechanisms of communication and their interactions with internal and external environments. The results demonstrated the interviewees' satisfaction with the communication mechanisms in the HEI, despite some limitations in the communication regarding top management with the other collaborators.

Keyword: Education. People management. Institution of Higher Education.

INTRODUÇÃO

A sociedade está em um complexo ambiente social que necessita da comunicação para desenvolver-se. Comunicar é uma ação tão íntima do homem e de fundamental importância para a própria evolução científica e do conhecimento (MAGALHÃES, 2015).

O desenvolvimento social atual é caracterizado pelo desenvolvimento de práticas de consumo e pela evolução da utilização da internet e de suas interfaces que contribuem para o aumento da comunicação no ambiente virtual (GUEDES; SILVA, 2017). Isso permite a compreensão de que a comunicação é um elemento muito mais arraigado à raça humana no século XXI que em outras épocas.

Candido, Brambilla e Gusatti (2016) exploram que a comunicação deve sempre estar voltada de modo que se possa fortalecer as relações entre a empresa e seus *stakeholders*. Mafei e

¹ Professor da Faculdade de Ciências e Tecnologias de Campos Gerais - FACICA e do Colégio Comercial Professora Ilma Ambrogi Prado.

Cecato (2011) complementam que a comunicação envolve um conjunto de atos e ações que visam facilitar a interação da empresa com os públicos essencialmente importantes para a reputação (ou imagem), sustentabilidade e negócio (performance financeira). Nesse sentido, tem-se o conceito de empresa como um ambiente socialmente desenvolvido que se diferencia de outras organizações por possuir um sistema social nascido da própria comunicação e que se caracteriza de diversas formas (SEIDL; BECKER, 2015).

Diante da importância da comunicação para o ambiente institucional das instituições, pesquisas que analisem a comunicação e o ambiente corporativo são fundamentais para a expansão do conhecimento oriundo da relação dessas temáticas (CANDIDO; BRAMBILLA; GUSATTI, 2016). A presente pesquisa visa responder ao seguinte questionamento: Como ocorre a comunicação em uma instituição de ensino superior (IES) no Sul do estado de Minas Gerais? Esse estudo tem por objetivo analisar a comunicação interna e externa de uma instituição de ensino superior.

A COMUNICAÇÃO E AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

A comunicação pode ser entendida, segundo Minayo *et al.* (2013), como um processo que respeita a lógica da argumentação e a organização do discurso com necessidade de estudo sobre as figuras de oratória e outras estruturas inseridas como os assim denominados jogos de palavras. A comunicação representa um processo de diálogo em que diversos mecanismos de comunicação são empregados de modo que o receptor possa compreender a mensagem proferida pelo emissor.

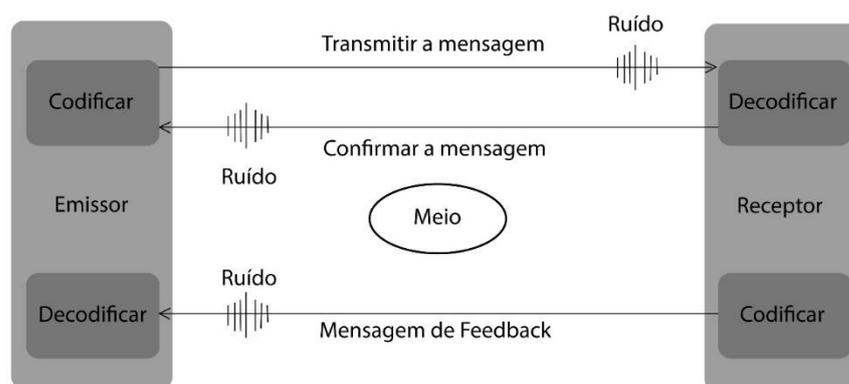
Charaudeau (2006) define a comunicação como uma apresentação que possui limitações de espaço, tempo, relações e palavras. Essa apresentação ocorre em um ambiente repleto de valores simbólicos responsáveis por constituir as trocas sociais realizadas por meio de indivíduos que tentam viver em comunidade.

Existem diversos elementos tradicionalmente utilizados nas teorias da comunicação. Candido, Brambilla e Gusatti (2016) elencam a fonte, o canal, a mensagem, o decodificador e o receptor como elementos de grande importância para o contexto empresarial. Contudo, são considerados elementos de destaque no ambiente empresarial os receptores e os emissores como ferramentas de desenvolvimento das relações sociais (KUNSCH, 2002), responsáveis pelo processo de comunicação.

A Figura 1 apresenta o modelo básico da comunicação conforme os elementos propostos por Candido, Brambilla e Gusatti (2016) que definem o emissor como o agente que emite a mensagem, o receptor como o agente que recebe a mensagem e o processo de codificação que se resume nas ações de modificação do perfil da mensagem de uma forma legível para uma

inelegível. Contudo, passível de movimentação, a decodificação representa a inversão do dado codificado em mensagem compreensível ao emissor e os canais que são os meios pelos quais os dados são transmitidos do emissor ao receptor.

Figura 1. Modelo básico da comunicação



Fonte: Adaptado de Link Sinergia (2017)

Existem fatores extrínsecos às mensagens que interferem na compreensão comunicativa no momento de traslado do emissor ao receptor. Trata-se do ruído, ou variação na mensagem original que pode ou não comprometer a mensagem que chega ao receptor (CARDOSO; UNZELOTO; GARCIA, 2019). Compreender esses processos permite o entendimento da variação da informação dentro de uma organização, fator que pode ou não resultar em indeferimento do conhecimento por parte da manipulação voluntária ou involuntária dos dados.

A comunicação é muito importante para as organizações de ensino, pois expressa o ponto central de mudança da popularização da educação superior, antes focada apenas em uma elite privada e polarizada, fato que mantinha as IES distantes de toda a sociedade (BROCCO, 2017). Com a ampliação das IES no país na última década, tornam-se fundamentais procedimentos que permitam a avaliação institucional, contribuindo com o desenvolvimento de mecanismos que tornem mais viáveis a comunicação, melhores e que ampliem as políticas institucionais de IES públicas e privadas (NUNES; REIS; SILVA, 2017).

Moreira e Iulianelli (2017) argumentam também que com o aumento de IES no Brasil, tornam-se primordiais maiores discussões sobre aspectos de gestão, financiamento e avaliação (entre outras) para contribuir com a modificação do ambiente organizacional interno favorecendo à adaptabilidade dessas instituições às novas realidades do contexto atual. Trata-se, portanto, de um termo fundamental para o desenvolvimento das IES no país.

MATERIAL E MÉTODO

Foi realizada uma pesquisa exploratória com abordagem descritiva em uma instituição de ensino superior pública localizada no sul do estado de Minas Gerais. Pode ainda ser considerada como um estudo de caso por analisar com exatidão um determinado tema dentro de uma instituição.

A pesquisa ocorreu entre os meses de julho e agosto de 2017 em uma unidade de uma IES sul mineira. Para a escolha dos entrevistados, utilizou-se a técnica denominada *Snowball sampling*, cuja tradução significa “bola de neve” (BALDIN; MUNHOZ, 2011). Essa técnica consiste em participantes da pesquisa que enviam o questionário para outros integrantes do seu círculo social que, por sua vez, encaminham para outras pessoas (BALDIN; MONHOZ, 2011). Do total de 24 docentes e 13 técnicos, 17 pessoas, ou aproximadamente 46% dos profissionais, participaram da entrevista, sendo preservado o anonimato dos questionados.

O questionário utilizado foi desenvolvido no aplicativo da Google S/A[®] (Google Formulário) e encaminhado aos profissionais para que respondessem 23 questões sobre assuntos relacionados à comunicação ligadas à IES em estudo.

Foram abordados tópicos relacionados às áreas de: comunicação interna e externa da IES; recursos de comunicação institucional; comunicação nos diferentes níveis hierárquicos da IES; e níveis de satisfação dos funcionários para com a instituição em estudo. Foram consideradas também perguntas básico/sociais como o sexo, nível de escolaridade e cargo ocupado na referida instituição.

As perguntas realizadas no questionário são apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1. Perguntas realizadas aos colaboradores de uma instituição de ensino superior localizada no Sul de Minas Gerais em 2017 **(Contínua)**

Como é a comunicação da IES com a sociedade?
Como é a comunicação interna da IES?
Você utiliza o e-mail institucional?
Quais são os tipos de informação que você gostaria de receber sobre a IES?
Qual é o seu melhor meio de informação sobre a IES?
Como a instituição se comunica com seus colaboradores?
A direção é aberta para reconhecer críticas, opiniões e contribuições de sua equipe?
As orientações realizadas pela IES sobre seu trabalho são claras e objetivas?
Quais tipos de comunicação poderiam contribuir com o desenvolvimento da IES?
Quais mecanismos de informação e comunicação deveriam ser criados na IES?
A sua opinião, quais são as principais dificuldades encontradas na IES para desenvolver a comunicação?
Quais são os principais fatores propulsores ao desempenho da comunicação?
O que você acredita que mais dificulta a comunicação na IES?

Quadro 1. Perguntas realizadas aos colaboradores de uma instituição de ensino superior localizada no Sul de Minas Gerais em 2017 **(Conclusão)**

Quais são os fatores que facilitam a comunicação na IES?
Tem orgulho em trabalhar nessa IES?
Gosta do seu ambiente de trabalho?
Sente-se bem informado (a) sobre o que acontece na IES?
Recebe todas as informações necessárias para realizar o seu trabalho?
Tem liberdade de opinar e expressar suas ideias na IES?
Conhece a história, missão, visão e valores da IES?
Qual é o seu sexo?
Qual é a sua escolaridade?

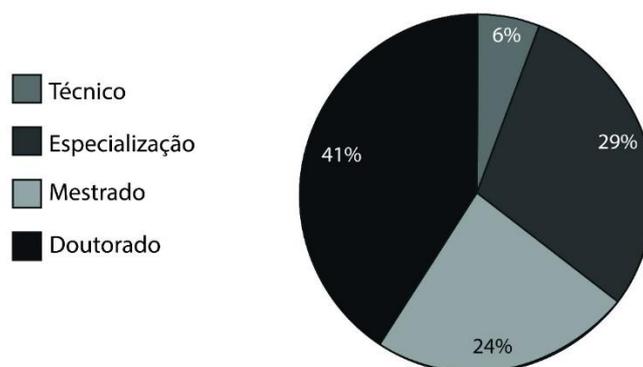
Fonte: elaborado pelos autores

Depois de aplicados os questionários, os dados foram gerados em uma planilha de dados online do aplicativo “Google Formulário”, da empresa Google S/A[®]. Posteriormente esses dados foram exportados para o software Microsoft Excel que dispõe de ferramentas de análises de dados necessárias para este estudo.

RESULTADO E DISCUSSÃO

A pesquisa contemplou duas perguntas que analisam o sexo e o nível de escolaridade dos questionados. Foi possível constatar que aproximadamente 65% são do sexo masculino enquanto 35% são do sexo feminino. Ao considerar os resultados estatísticos sobre o nível de escolaridade, foi possível identificar que aproximadamente 65% dos participantes da pesquisa responderam possuir sua maior titulação como mestre ou doutor. Outros 29% indicaram possuir especialização e 6% possuem apenas curso técnico, conforme mostra a Figura 2.

Figura 2. Nível de escolaridade dos participantes na pesquisa

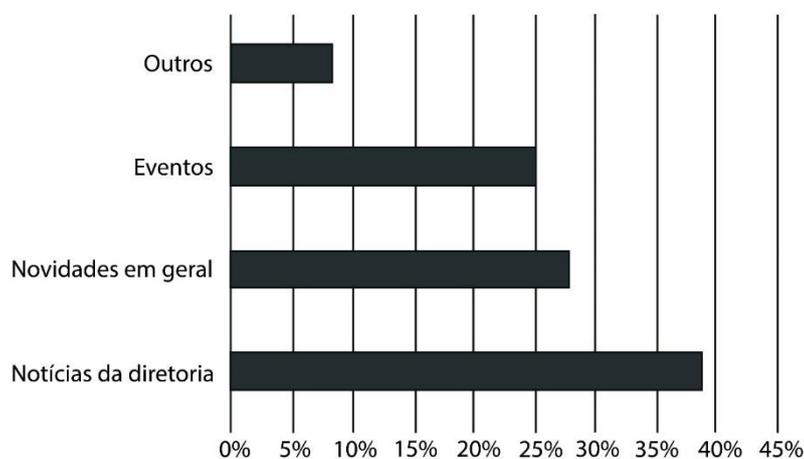


Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar o percentual de participantes que conhecem a missão da IES, 82% do campo amostral responderam ter conhecimento parcial, enquanto 18% conhecem claramente a missão da organização. Tal informação sugere a compreensão da distância existente entre a razão de existir da empresa e o nível de informação por parte dos profissionais que se envolvem nas atividades cotidianas da IES que, como saliente Souza (2019), a missão da empresa é fundamental para que se estabeleça maior entrosamento entre a relação dos envolvidos.

Quanto aos assuntos que os colaboradores tinham interesse em receber da IES, 39% responderam desejar receber notícias da gerência da instituição, seguidos por 28% de pessoas que responderam ter interesse em informações de novidades em geral. Aproximadamente 25% dos participantes responderam almejar participar de eventos como mecanismo de obtenção de novas informações e 8% dos participantes responderam outras respostas diversas. Esses profissionais indicaram a necessidade de obter maior acesso a informações que provenham da diretoria da instituição de ensino, conforme é apresentado na Figura 3.

Figura 3. Acesso a informações



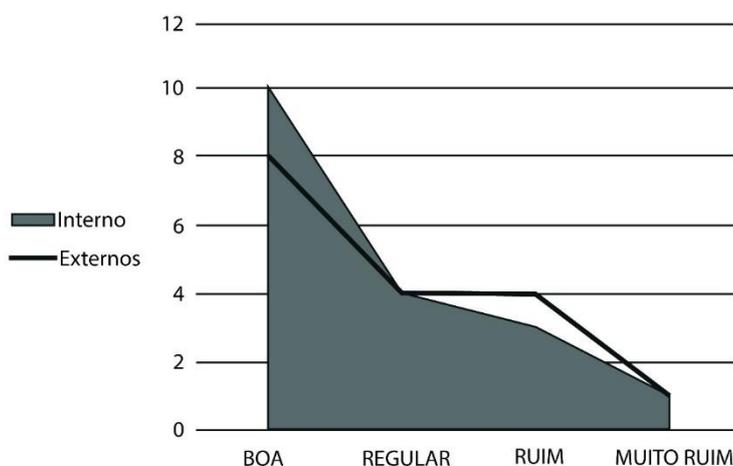
Fonte: Dados da pesquisa

Quanto a percepção dos colaboradores sobre a comunicação da IES com a sociedade em geral, foi possível constatar que aproximadamente 47% dos questionados classificam a comunicação externa como boa, seguida de 23% que disseram ser regular (em fase de melhoria), 24% responderam ser ruim e 6% registraram outras respostas. Os resultados demonstram que a credibilidade da instituição é vista como satisfatória frente à comunicação com a sociedade, uma vez que mais de 70% dos participantes da pesquisa se mostraram favoráveis às melhorias que vêm sendo implantadas.

Foi possível identificar que 59% dos questionados percebem a comunicação interna da IES como boa ou muito boa, 23% avaliaram como regular e 24% indicaram achar a comunicação interna ruim ou muito ruim. Os mecanismos pelos quais a empresa se comunica internamente estão mais atrelados às mensagens ligadas à veiculação da informação internamente, concordando com a narração de Ferreira e Malheiros (2016).

A comparação entre a comunicação interna e externa da organização demonstrou que a maioria dos questionados concorda que a IES possui uma boa capacidade de articulação tanto com seus colaboradores quanto com a sociedade. Embora as avaliações tenham sido semelhantes, a comunicação externa se mostrou mais satisfatória (Figura 4). Bueno (2003) argumenta que a comunicação externa está mais atrelada ao marketing da empresa, fato que auxilia na compreensão da comunicação externa ter apresentado um desempenho superior, quando comparada à interna.

Figura 4. Satisfação nos níveis de comunicação interna e externa



Fonte: Dados da pesquisa

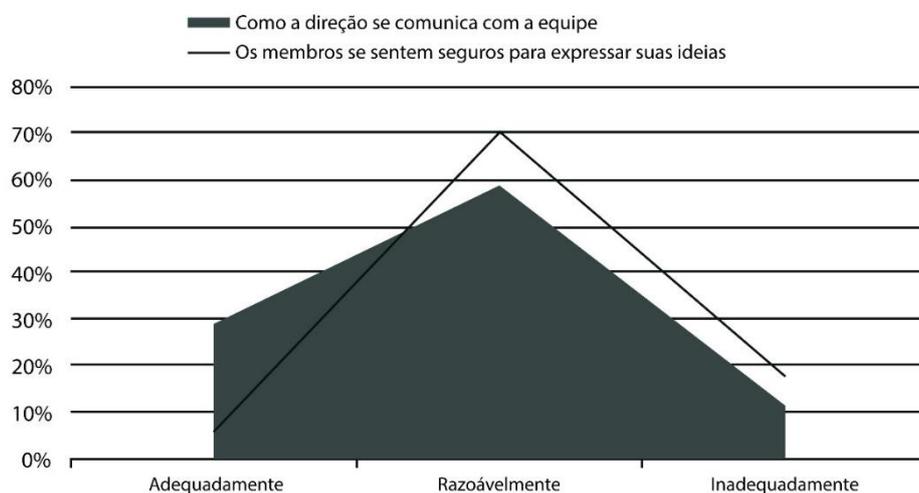
A liberdade existente dentro da IES para que os servidores públicos expressem suas ideias indicou que 41% dos questionados responderam concordar totalmente com essa condição, pois entendem que a cultura organizacional da IES é propícia para isso. Outros 47% dos questionados disseram concordar parcialmente com essa condição enquanto que 12% responderam não ter liberdade para expressar suas ideias.

Outro ponto analisado na pesquisa foi a avaliação dos questionados sobre a adequação com que a direção se comunica com seus colaboradores e o nível de segurança desses colaboradores para expressar suas ideias. 29% das pessoas responderam que consideram a forma como a gerência se comunica com os colaboradores adequada, seguida por 59% dos questionados

que disseram achar essa comunicação razoável e apenas 12% responderam ser inadequada. Nesse ambiente, apenas 6% dos questionados responderam sempre ter confiança em expressar suas ideias livremente na instituição. A maioria das pessoas indica ter segurança para expressar suas ideias livremente, sendo essa a opção de 71% dos participantes da pesquisa e por fim, outros 18% responderam que raramente sentem segurança para expressar suas ideias livremente.

A Figura 5 apresenta a relação existente entre a comunicação expressa da gerência com os colaboradores atrelada à liberdade com que os colaboradores têm para expressar suas ideias.

Figura 5. Adequação da Comunicação Gerência/colaboradores e colaboradores/gerência



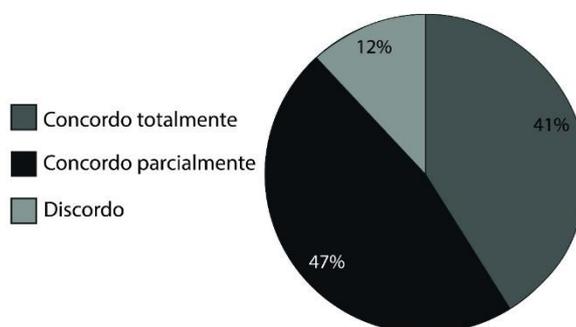
Fonte: Dados da pesquisa

Apesar de muitos questionados avaliarem que a comunicação da direção da IES com a equipe é adequada, a maioria desse grupo não se sente confortável para expressar suas ideias livremente (Figura 5). Tal comportamento demonstra a confiança colaboradores/IES ainda precisa ser melhor fortalecida. Bottega, Kelm e Baggio (2019) acrescentam que a cultura é um elemento de grande importância para as organizações.

Quando o assunto abordado foi a transferência de informações necessárias para a realização do trabalho que compete a cada profissional, 29% dos participantes da pesquisa disseram concordar totalmente enquanto que outros 71% disseram participar parcialmente. Nenhum questionado respondeu discordar da ideia de que a IES não transfere as informações necessárias para que o trabalho possa ser realizado.

A Figura 6 apresenta os dados referentes aos níveis de percepção dos colaboradores.

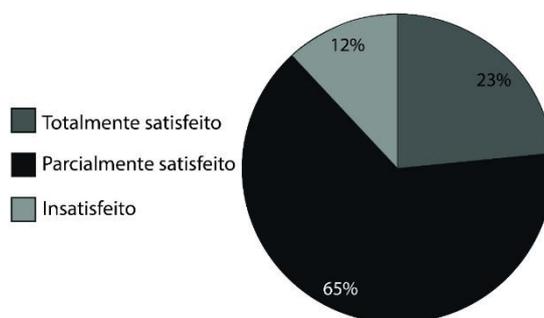
Figura 6. Nível de percepção dos colaboradores sobre orientações das atividades a serem executadas



Fonte: Dados da pesquisa

Ao considerar a percepção por parte dos servidores públicos da IES do nível com que cada questionado está informado sobre o que acontece na empresa, aproximadamente 23% responderam estar totalmente de acordo com essa percepção, indicando estarem bem informados de tudo que acontece na referida instituição (Figura 7).

Figura 7. Satisfação do nível de informação recebida sobre os acontecimentos



Fonte: Dados da pesquisa

Contudo, a maioria dos questionados, ou 65% deles, indicou estar parcialmente de acordo, condição que permite compreender que esses profissionais são parcialmente informados, não conhecendo todas essas informações. Por fim, 12% dos questionados disseram discordar, não conseguindo perceber que a IES os mantenham informados sobre todas as condições legais existentes dentro do ambiente corporativo de ensino.

Muitos questionados se mostraram descontentes com algumas ponderações da IES e de indicarem a existência de possíveis falhas dentro do processo de comunicação da organização.

Todos os participantes da pesquisa responderam ter muito orgulho de pertencer à IES em estudo, fato comprovado que, mesmo havendo falhas, a instituição possui muitos predicados reconhecidamente favoráveis para os servidores públicos a ela ligados.

É válido salientar que, conforme cita Ochoa (2014), os diferentes tipos de comunicação existentes em uma organização devem ser desenvolvidos de forma apropriada e de acordo com cada tipo de público. Assim, é justificável que haja diferentes tipos de comunicação entre os diferentes níveis hierárquicos de qualquer organização, não configurando necessariamente uma maneira excludente de comunicar-se, mas um mecanismo de adaptação entre os diferentes níveis.

Portanto, conforme narra Nascimento *et al* (2017), é objeto da comunicação a necessidade de esclarecer a todos as intenções, projetos e avanços existentes na empresa. Os autores complementam ainda que, mesmo as informações entendidas como negativas para as empresas devem ser devidamente apresentadas por meio de uma comunicação clara e apropriada para os membros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve por objetivo analisar a comunicação interna e externa de uma instituição de ensino superior.

Os resultados demonstraram a importância da comunicação dentro do ambiente institucional, indicando que a comunicação é uma construção do saber proveniente da relação entre os altos níveis gerenciais e todos os colaboradores de níveis hierarquicamente inferiores.

Da mesma forma, a comunicação não pode ser vista como um elemento exclusivamente interno, necessário para a análise de instrumentos necessários apenas ao desenvolvimento institucional, mas indo além, mostrando ser uma importante ferramenta capaz de mensurar a percepção com que a sociedade enxerga a organização e força com que ações mercadológicas estão sendo empregadas no mercado.

Foi possível conhecer e interpretar com melhor propriedade as inúmeras faces da comunicação existente entre os agentes envolvidos com a instituição de ensino pesquisada, necessitando de novos estudos para mensurar a intensidade com que comunicação interna e externa da organização é realizada.

Essa pesquisa se limitou a analisar a comunicação de uma IES em uma cidade do Sul de Minas Gerais a partir da percepção de seus colaboradores. Pesquisas que envolvam membros internos da organização e a sociedade a que essa instituição esteja inserida podem contribuir significativamente com um melhor entendimento do posicionamento comunicacional de instituições de ensino superior no ambiente em que estejam inseridas. Novas pesquisas que

ampliem esse estudo para outras instituições podem contribuir com um melhor entendimento sobre como é a comunicação em instituições de ensino superior públicas.

REFERÊNCIAS

- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa snowball (bola de neve). **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 27, 2011.
- BROCCO, A. K. “Aqui em casa a educação é muito bem-vinda”: significado do ensino superior para universitários bolsistas. **Rev. Bras. Estud. Pedagog.**, Brasília, v. 98, n. 248, p. 94-109, jan. 2017.
- BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: teoria e prática**. São Paulo: Manole, 2003.
- CANDIDO, S. F.; BRAMBILLA, F. R.; GUSATTI, C. E. Desafios da comunicação institucional e do posicionamento no mercado do tabaco perante as restrições ao setor. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 14, n. 3, p. 44-68, 2016.
- CARDOSO, A. C. M.; UZELOTO, C. S.; GARCIA, L. J. Comunicação de excelência: a eficácia na solução de crises organizacionais. **Temática**, v. 15, n. 2, 2019.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FERREIRA, P., MALHEIROS, G. **Comunicação Empresarial: planejamento, aplicação e resultados**. Atlas, 05/2016.
- GUEDES, E. N.; DA SILVA, M. As relações de consumo e os sites sociais de reclamação: a comunicação organizacional na ágora virtual. **Comunicação: Reflexões, experiências, ensino**, v. 11, n. 11, 2017.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- LINK SINERGIA. Planejar o gerenciamento das comunicações. Disponível em: <<http://linksinergia.com.br/2017/01/23/plan-ger-das-comunicacoes-p4/>>. Acesso em 15 nov. 2017.
- MAGALHAES, R. A Comunicação Estratégica aplicada à divulgação da Ciência. O caso do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. **OBS***, Lisboa, v. 9, n. 4, p. 51-84, dez. 2015.
- MAFEI, M.; CECATO, V. **Comunicação Corporativa**. São Paulo: Contexto, 2011.
- MINAYO, M.C. de S. *et al.* **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Vozes, 2013. 109p.
- MOREIRA, L. P.; IULIANELLI, J. A. S. Formação docente e ensino de política educacional em instituições de educação superior do Rio de Janeiro. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, v. 25, n. 97, p. 854-873, 2017.

NASCIMENTO, A. M. do *et al.* Cooperativismo e comunicação empresarial: um estudo das práticas da Cooperativa Agrícola Sul Matogrossense. **I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 1, n. 1, 2017.

NUNES, A. C. de P.; REIS, L. M. M.; SILVA, R. G. da. Indicadores ambientais de sustentabilidade para uma instituição federal de ensino superior. **Confins. Revue franco-brésilienne de géographie/Revista franco-brasileira de geografia**, n. 30, 2017.

OCHOA, C. G. As diferenças entre comunicação interna e endomarketing. **ECCOM**, v.5, n.9, jan./jun. 2014.

SEIDL, D.; BECKER, K. H. Organizations as distinction generating and processing systems: Niklas Luhmann's contribution to organization studies. **Organization**, v. 13, n. 1, 2006.

SOUSA, P. N. A importância do setor de recursos humanos na organização empresarial. **Revista Científica da Faculdade de Balsas**, v. 9, n. 2, 2019.