



## **NOVAS TECNOLOGIAS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

### **A intranet como ferramenta da comunicação interna**

**Elizabeth Huber Moreira**

UNISC/RS

**Mônica Elisa Dias Pon**

UNISC/RS

#### **Introdução**

O avanço tecnológico deste início de milênio configura-se como o divisor de águas que separa a sociedade pós-moderna da Modernidade. Apesar de o homem contemporâneo não ter ainda se desvinculado completamente de seu passado histórico mais recente, ou seja, da Modernidade<sup>1</sup>, a sociedade contemporânea é bastante diferente da sociedade moderna. E uma das razões disto é o fato de que hoje as relações sociais são mediadas pelas novas tecnologias de informação. A sociedade atual caracteriza-se por ser uma sociedade tecnologicamente definida e por apresentar uma desterritorialização das relações sociais. São as novas tecnologias que estabelecem a forma como os homens se relacionam entre si e, também, são elas que imprimem as caracterizações desta sociedade contemporânea.

Para pensar as configurações da sociedade atual é interessante traçar um paralelo entre a pós-modernidade, ou seja, o contexto histórico atual, e seu recente passado, a Modernidade. Para o propósito deste estudo, esta diferenciação será traçada principalmente no que concerne às questões da desterritorialização das relações sociais, hoje percebidas e vivenciadas como uma realidade inexorável, e da imersão destas relações num sistema tecnológico de informação.

Este contexto se aplica para a experiência das empresas que vivenciam hoje uma revolução nos seus processos de comunicação com a chegada da Internet e, em decorrência desta, com a estruturação da Intranet.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



## 1 – A Modernidade e o controle social

A Modernidade é o passado histórico mais recente do homem contemporâneo. Deixou marcas que ainda hoje podem ser percebidas na sociedade e no modo como os indivíduos nela se inserem. O homem contemporâneo é o resultado das experiências vividas pelo homem moderno, e tudo aquilo que ele é hoje é fruto das indagações, das incertezas e dos embates de ontem.

Por isso, para reflexionar sobre a sociedade atual é importante pensar as configurações de seu passado imediato. Pensar a inserção do indivíduo na sociedade moderna e as configurações sociais da Modernidade é imprescindível para entender o momento social vivenciado pelo indivíduo hoje.

Na Modernidade foram criadas as instituições sociais<sup>ii</sup>, que são a escola, o exército, a prisão, a fábrica, com o objetivo de controlar o comportamento humano. Os indivíduos eram inscritos em territórios e pertenciam a grupos concretos. Nestes grupos, o controle social se dava em função do caráter dos indivíduos e o que determinava a intervenção do poder era, justamente, os desvios de comportamento. O poder agia quando o comportamento que os indivíduos tinham não era considerado normal, socialmente aceitável.

A Modernidade foi uma forma de exercício de um poder controlador, que se preocupava com a vigilância e com o cuidado do outro. E os indivíduos modernos tinham sua existência perpassada por estas instituições sociais, pois nasciam, viviam e morriam nelas. As instituições sociais foram instituídas para formar o indivíduo desde a mais tenra idade, para cuidar dele desde seu nascimento até o ocaso para que ele não se desviasse do caminho que a sociedade havia lhe traçado e se tornasse um bom cidadão como ela queria.

Em cada uma destas instituições sociais, também chamadas disciplinares, existem figuras que representam uma mescla de poder e saber e que tomam para si a tarefa de cuidar do comportamento do outro. São os pais, os professores, os chefes, que zelam pelo aprendizado e que procuram, sempre, introduzir naqueles que estão sob seus cuidados as normas e as regras que regulam o ambiente em que se encontram e, de forma mais ampla, toda a sociedade (Vaz, 1999, p.166).

E quando a presença que vigia não pode se dar de fato, é preciso que o superior, aquele que cuida, esteja dentro do outro, interiorizado no sujeito. Ou seja, as normas e regras

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



sociais deviam ser introjectadas pelos indivíduos, para que ele mesmo controlasse o seu comportamento. Assim o poder garante uma formação contínua. Só assim o poder sabe que o outro estará permanentemente sendo observado: ou por um superior que tem autoridade e saber para tanto ou pelo próprio indivíduo, que interiorizou o olhar do superior e as normas de sua sociedade. Isto faz com que o sujeito moderno esteja eternamente sendo vigiado. Esta forma de exercício do poder acabou gerando indivíduos bloqueados em sua liberdade de escolha de sua forma de ser.

Apesar de ainda garantir a individualização dos seres, o Estado moderno surge como uma estrutura na qual os indivíduos são incorporados segundo alguns critérios que submetem a todos a um conjunto de moldes e padronizações. Para viver em sociedade, os indivíduos precisavam aprender e assimilar certas normas e comportarem-se de acordo com critérios estabelecidos e considerados normais. Para o homem moderno era importante perceber-se como normal e ser aceito pelos demais e, para isto, era necessário adaptar-se aos modelos sociais vigentes. Percebe-se que a questão da normalidade era muito importante na era moderna.

Esta configuração do poder moderno de inscrever os indivíduos em territórios concretos, em instituições de controle social, remete à questão do surgimento e do apogeu das fábricas. Com o início da produção industrial, o interesse econômico deslocou-se da manufatura e da agricultura para a produção fabril. A fábrica passou a ser a principal fonte geradora de empregos e o ambiente no qual os indivíduos passavam grande parte de seus dias e a maior parte de suas vidas.

Neste ambiente das fábricas o homem era vigiado e seu comportamento era controlado pelos seus superiores, que observavam e anotavam os padrões de comportamento, percebendo quando os indivíduos se desviavam destes padrões. Os indivíduos se ocupavam unicamente da produção em massa, numa atividade repetitiva e rotineira. Não era exigido deles que raciocinassem a respeito de seu trabalho, apenas que produzissem a quantidade exigida no tempo determinado.

Nas fábricas, assim como em todas as instituições sociais, os homens são vigiados e têm o seu comportamento controlado. Vivem em territórios concretos, nos quais devem seguir padrões estabelecidos e considerados normais. Não devem pensar, apenas fazer o que se



espera que façam. No ambiente das fábricas não há espaço para a liberdade e para o afloramento dos talentos e da criatividade de cada um.

Hoje as fábricas, que representaram grande impulso para a consolidação dos tempos modernos, estão sendo substituídas por empresas dinâmicas, que não utilizam mais a força de trabalho bruta, cega e obediente, mas o potencial de imaginação, criatividade e ousadia de seus colaboradores. São empresas que querem mais do que mão-de-obra; querem indivíduos versáteis, pensantes e disponíveis, ou seja, abertos ao novo. E este tipo de indivíduo, sem dúvida, o poder moderno não soube – nem tinha a intenção de – formar.

## **2 – Pós-modernidade e as novas tecnologias**

Uma das causas do progressivo distanciamento entre o mundo contemporâneo e a Modernidade é, sem dúvida, o acelerado desenvolvimento das novas tecnologias. A sociedade atual caracteriza-se por ser tecnologicamente definida e por apresentar uma desterritorialização das relações sociais e econômicas. Segundo Bauman (1999, p. 26) nesta nova configuração social o que importa é a possibilidade dos indivíduos moverem-se com rapidez pelo mundo.

O que importa hoje é a mobilidade e o acesso fácil à tecnologia de informação. É poder mover-se com desenvoltura por todo o planeta e, de preferência, com rapidez. E nada leva o homem mais rápido a qualquer lugar do que as infovias. A rede mundial de computadores – Internet – permite aos indivíduos um acesso rápido às informações, com relativa segurança e com muito conforto.

Hoje o que confere poder é ter acesso à informação e dominar o uso dos instrumentos que a transmitem. É possuir a senha que dá entrada a este mundo novo, tecnológico, virtual. Um mundo desterritorializado, no qual os fenômenos espaço-temporais apresentam novas configurações. No mundo contemporâneo as noções de perto e longe, rápido e lento com certeza não possuem os mesmos significados que tinham na Modernidade. E esse novo mundo, virtual e tecnológico, é configurado pelos novos canais de transmissão de informações utilizados hoje.

No mundo contemporâneo o poder e o controle são exercidos através das redes de comunicação, onde as mais variadas informações que se pode imaginar estão disponibilizadas



de forma *on-line*. Hoje, em função das novas tecnologias de comunicação - em que se pode destacar a Internet - e de armazenamento de informações - banco de dados - o espaço social está disposto de forma a que o controle possa ser praticado sem qualquer contato com os indivíduos objetos de observação. Hoje o controle do comportamento dos indivíduos não precisa mais ser realizado pelas instituições sociais. A vigilância é realizada através de técnicas calcadas em informação - na recolha, processamento e, principalmente, na divulgação da informação. O poder, hoje, é tecnológico. Ele utiliza as novas tecnologias para exercer o controle social.

Os indivíduos também não pertencem mais somente a grupos concretos e não estão mais restritos a territórios geograficamente definidos. Pode-se perceber que, com a chegada da Internet e de suas 'possibilidades' tecnológicas de comunicação, os grupos com que as pessoas se relacionam não são mais somente aqueles de cujos membros conhecem a fisionomia. O homem pertence ao grupo concreto de sua família e de seus colegas de trabalho. Porém, a Internet o permite também conviver com pessoas que moram em lugares distantes geograficamente, mas aos quais se liga através do teclado de seu computador e com um simples toque no *mouse*. E, muitas vezes, estes grupos com os quais se relaciona via rede possuem mais afinidade com ele do que seus próprios vizinhos e colegas de trabalho.

As empresas, versões pós-modernas das fábricas, também experimentam um relacionamento com seus públicos<sup>iii</sup> através das novas tecnologias de comunicação. A Internet media uma boa parcela das comunicações realizadas nas empresas, tanto internamente quanto entre a instituição<sup>iv</sup> e seu ambiente externo. O uso dos computadores disseminou-se no sistema empresarial, não apenas para o exercício das atividades administrativas, como também, e principalmente, para realização da comunicação empresarial.

Esta inserção das novas tecnologias permite que a empresa comunique-se com seus públicos de forma mais econômica e rápida. Permite, também, uma comunicação livre das barreiras geográficas impostas pelos tradicionais veículos de comunicação empresarial escritos ou audiovisuais.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



### 3 – As novas tecnologias e a comunicação empresarial

A comunicação é uma área estratégica para as empresas. Sua importância foi percebida já no período da revolução industrial, quando surgiram as fábricas e a relação entre capital e trabalho tornou-se mais complexa. Até meados do século passado, ainda havia um conflito intrínseco no relacionamento entre patrões e empregados, onde estes, organizados em sindicatos, eram vistos como uma constante ameaça e aqueles eram vistos como os grandes exploradores. Neste momento a comunicação com o público interno<sup>v</sup>, ou seja, com os trabalhadores, tornou-se premente. Hoje ainda existe conflito entre empregados e empregadores, o que torna ainda importante a atividade de comunicação interna, mas as relações de trabalho já estão bem mais amadurecidas.

A produção em massa gerou um fenômeno de superprodução, tornando necessário empreender uma comunicação mercadológica para tornar os produtos e as empresas conhecidos por parte dos seus públicos externos. A partir destas necessidades de comunicação percebidas pelos grandes industriais surge e consolida-se a comunicação organizacional<sup>vi</sup>.

Segundo Goldhaber apud Kunsch (1997, p. 68)

a comunicação organizacional é considerada como um processo dinâmico por meio do qual as organizações se relacionam com o meio ambiente e por meio do qual as subpartes da organização se conectam entre si. Por conseguinte, a comunicação organizacional pode ser vista como o fluxo de mensagens dentro de uma rede de relações interdependentes.

Até o final da década de 80, a comunicação nas empresas era realizada através dos meios tradicionais, como as publicações impressas, a correspondência empresarial, os meios de comunicação etc. Hoje, a comunicação organizacional utiliza também as novas tecnologias de comunicação como meio e instrumento para atingir seus objetivos.

A desterritorialização da informação e as inúmeras possibilidades de comunicação que a rede mundial de computadores - Internet - trouxe para a sociedade são uma realidade também nas empresas. Hoje as empresas usam a rede para comunicarem-se com seus clientes, com seus fornecedores e com a comunidade de uma forma geral, para venderem seus produtos ou oferecerem seus serviços, ou simplesmente para tornarem-se conhecidas.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



O *site* da instituição é um excelente veículo para tornar conhecida a filosofia da empresa, para divulgar seu engajamento em campanhas sociais, ou seja, para aproximar a organização de todos os seus públicos que se encontram geograficamente distantes. Ou seja, a Internet é hoje um excelente veículo de comunicação entre a empresa e seu público externo.

Já com o público interno, com os funcionários ou colaboradores da empresa, um novo veículo que vem sendo utilizado com muito êxito é a Intranet, que é uma espécie de Internet usada internamente pelas organizações. O objetivo deste veículo de comunicação é a divulgação de informações relativas à empresa, principalmente para os seus próprios funcionários e administradores.

A Intranet é uma rede corporativa que usa a mesma tecnologia e infra-estrutura de transferência de dados que é usada pela Internet. Porém, a Intranet é usada na comunicação interna da própria empresa ou entre esta e outras empresas a ela ligadas.

Uma Intranet pode ser definida basicamente como sendo uma rede privada de informações, utilizando-se toda a tecnologia da Internet, com mesmo navegador e protocolos de comunicação. Enquanto a Internet é uma rede pública, a Intranet oferece acesso restrito às pessoas de uma determinada empresa. O acesso a determinadas áreas de uma Intranet pode ser estendido para outras empresas parceiras, como clientes e fornecedores. Esta extensão da Intranet é chamada de Extranet, e visa a integração entre as informações da empresa e dos clientes/fornecedores. ([www.microsoft.com/brasil/km/intranet/default.stm](http://www.microsoft.com/brasil/km/intranet/default.stm))

O assessor de comunicação, seja ele um jornalista ou um relações públicas, é o profissional que deve garantir que a empresa utilize potencialmente este novo canal de comunicação. No caso específico dos profissionais das relações públicas, é fundamental que exista uma adaptação aos novos instrumentos que surgem em função das novas tecnologias. A intranet é um veículo facilitador do trabalho de relações públicas, pois representa um canal mais eficiente e eficaz para enviar informações, pois disponibiliza serviços e informações que facilitam o desempenho das atividades nos setores no cotidiano de uma empresa.

A intranet possibilita que as informações sejam coletadas de forma mais rápida e disponibilizadas mais democraticamente para todos os membros da instituição. Embora boa parte do mercado não a utilize ainda como ferramenta diária de trabalho, a intranet representa um mecanismo que agiliza os processos internos e externos de uma empresa, possibilitando que várias pessoas planejem estratégias, discutam projetos, realizem reuniões virtuais, de

forma a ter uma relação custo/benefício mais eficiente. Utilizando a intranet, a empresa tem condições de diminuir os gastos em material impresso, deslocamento de pessoas, entre outros, maximizando o papel do funcionário na instituição.

A Intranet fornece serviços de correio, web, chat, o que agiliza os processos comunicacionais corporativos e torna mais limpa e eficiente a comunicação entre as pessoas e entre os setores de uma instituição. Numa Intranet podem ser disponibilizados aos funcionários e demais parceiros da empresa os manuais de procedimento internos, dados sobre produtos, ofertas internas de emprego, calendários de eventos, acesso à banco de dados importantes ao andamento das atividades da empresa. E o acesso a estes dados é rápido e fácil.

A intranet representa, portanto, um instrumento de comunicação interna que possui um grande potencial para se tornar um dos principais instrumentos de comunicação dirigida entre a empresa e seus funcionários e parceiros.

---

<sup>i</sup> Neste trabalho consideramos como Modernidade o período histórico iniciado no final do século XVIII e início do século XIX, conforme é definido pelo filósofo Michael Foucault.

<sup>ii</sup> A análise feita neste trabalho sobre as configurações sociais da Modernidade baseia-se no pensamento expresso por Michael Foucault em suas obras.

<sup>iii</sup> Público, segundo Teobaldo de Andrade (1989, p. 40) é "o agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou grupos sociais organizados, com ou sem contigüidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medidas a serem tomadas diante dela; com ampla oportunidade de discussão e acompanhamento ou participando de debate geral, pela interação pessoal ou por veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletivas, que permitirá a ação conjugada".

<sup>iv</sup> Para os fins deste trabalho, empregam-se os termos 'instituição' e 'empresa' com o mesmo contorno semântico.

<sup>v</sup> Existem divergências entre os autores quanto à classificação dos públicos de uma empresa. José Whitaker Penteado, na obra *Relações Públicas nas empresas modernas* (1969, p. 55), classifica os públicos em interno e externo. Cândido Teobaldo de Souza Andrade, na obra *Psico-sociologia das relações públicas* (1989, p. 80), classifica como interno, externo e misto. Cleuza Cesca e Wilson Cesca, em *Estratégias empresariais diante do novo consumidor: relações públicas e aspectos jurídicos* (2000, p. 25) propõem uma nova classificação com base no vínculo jurídico e físico, classificando os públicos como interno-vinculado, interno-desvinculado, misto-vinculado, misto-desvinculado e externo. Em todas estas classificações os funcionários (colaboradores) da empresa são considerados como público interno.

<sup>vi</sup> Para os fins deste trabalho, empregam-se os termos 'comunicação empresarial' e 'comunicação organizacional' como sinônimos.





## Referências Bibliográficas

- 1 ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Psico-sociologia das relações públicas*. 2 ed. São Paulo: Loyola, 1989. 120 p.
- 2 BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. 145p.
- 3 CESCO, Cleuza Gimenes; CESCO, Wilson. *Estratégias empresariais diante do novo consumidor: relações públicas e aspectos jurídicos*. São Paulo: Summus, 2000. 196 p.
- 4 FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1996. 277p.
- 5 \_\_\_\_\_. O sujeito e o poder. In: RABINOW, Paul, DREYFUS, Hubert. *Michel Foucault - uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.
- 6 \_\_\_\_\_. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988. 152p.
- 7 <http://www.intranet2000.hpg.com.br>
- 8 <http://www.microsoft.com/brasil/km/intranet/default.stm>
- 9 KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997. 156p.
- 10 MATTOS, Silvia. *A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos: como atingir os públicos da empresa em tempo de Internet e super-rodovia da informação*. Porto Alegre: Comunicação Integrada Editores, ABRP-RS/SC, 1995. 114 p.
- 11 MOREIRA, Elizabeth Huber. *A mídia e o exercício do poder na atualidade*. 1999. 81 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de



Comunicação – Mestrado e Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 1999.

12 PENTEADO, José Roberto Whitaker. *Relações públicas nas empresas modernas*. 2 ed. Lisboa: Centro do Livro Brasileiro, 1969. 242 p.

13 PONS, Mônica Elisa Dias. *A contribuição da atividade de relações públicas para a institucionalização de uma universidade comunitária*. 1999. 90 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 1999.

14 VAZ, Paulo. Corpo e risco. In: VILLAÇA, N.; GÓES, F; KOSOVSKI, E. (Org.). *Que corpo é esse?* Rio de Janeiro: Mauad, 1999.