

Intranet: as tendências na comunicação interna de organizações públicas mineiras

PALMERSTON, Virgínia Borges¹
Campos, Ricardo²



Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH- www.unibh.br
Rua Diamantina, 567. Bairro Lagoinha – CEP: 31.110-320 - Belo Horizonte - Minas Gerais - Brasil -
yborges@acad.unibh.br - fone (31) 34988153 e 91028561- fax: 34239477

Resumo

Este artigo busca discutir os caminhos que estão sendo seguidos por organizações públicas mineiras com o objetivo de dinamizar a comunicação interna por meio das *intranets*. Para tanto, o presente estudo aborda a comunicação interna e seus instrumentos, a *intranet* como veículo de comunicação interna, e demonstra, por meio de estudos de caso, as modificações implementadas nas *intranets* como forma de maximizar a comunicação interna.

Abstract

This article is an approach to the new choices taken by public organizations in Minas Gerais (a Brazilian state) for the use of *intranets* as a medium to optimize internal communication and its instruments with the employment of this technology. In the research was adopted case studies to give evidence of the improvement in internal communication reached by those organizations.

Resumen

Este artículo procura discutir las tendencias de las organizaciones públicas de Minas Gerais (Brasil), teniendo como objetivo tornar más dinámica la comunicación interna con el uso de las *intranets*. Para esto, el estudio aborda la comunicación interna y sus tecnologías, la *intranet* como medio de comunicación interna, y demuestra, con casos reales, los cambios para perfeccionar las *intranets* para que se tenga el máximo de provecho con esa tecnología de la información en las comunicaciones internas.

Palavras-chave

Intranet; comunicação interna; organizações públicas, gêneros textuais, instrumentos de comunicação.

1 Introdução:

A comunicação interna se tornou uma ferramenta estratégica para as empresas e instituições contemporâneas ao perceberem que para perseverar nos mercados globalizados é necessária a participação e a contribuição de seus funcionários. São eles hoje fundamentais na formação da imagem da instituição

¹ PALMERSTON, Virgínia Borges - Mestre em Educação, Administração e Comunicação, Especialização em Docência do Ensino Superior: Teoria e Prática, professora extensionista e pesquisadora do UNI-BH, Docente do curso de Relações Públicas do UNI - yborges@acad.unibh.br

² CAMPOS, Ricardo - aluno do 8º período do curso de Relações Públicas do UNI-BH e voluntário do Projeto de Pesquisa *Intranet: A questão dos gêneros na comunicação interna de organizações públicas* – rcampos@unibh.br

em que trabalham. Para realizar suas funções com eficácia e atender aos anseios dos seus clientes e demais públicos é necessário que os mesmos estejam bem informados sobre aspectos relevantes da instituição da qual fazem parte. Como forma de agilizar a transmissão de informações e o contato entre a instituição e os funcionários, as organizações lançaram mão de novas tecnologias, entre elas a *intranet*, um instrumento cada vez mais utilizado como forma de maximizar a comunicação nas organizações.

Desse modo, a questão que se pretende responder é: Que caminhos estão sendo seguidos para que as *intranets* das organizações públicas funcionem como instrumento de dinamização da comunicação interna? Assim, este artigo tem o objetivo de verificar as tendências da comunicação interna sistematizada pelo uso das *intranets*.

Manter um canal eficaz de comunicação com o público interno tornou-se um grande desafio para as organizações, e, novas formas de se estabelecer contato com os empregados foram necessárias. Nesta busca, as empresas e instituições tornaram-se multimídias nas quais tecnologias como o *e-mail* e videoconferências passaram a ser comuns e parte importante da comunicação institucional. Bairon (1995) destaca a importância da evolução dessas novas tecnologias para as empresas:

A empresa multimídia não será somente mais colorida e movimentada, com menos papel e mais ágil, será, também [...] um laboratório humano de criatividade, onde toda idéia poderá ser aplicada, instrumentalizada, fragmentada, transmitida, alterada, reordenada etc. (BAIRON,1995, p.120)

Assim, é relevante verificar em que medida as organizações têm caminhado neste sentido. Observa-se, pois, que nas médias e grandes empresas privadas a comunicação interna está consolidada, enquanto nas instituições públicas a temática apresenta avanços, com as mesmas preocupando-se em disseminar a informação para seus funcionários. Atualmente as empresas públicas não desejam apenas levar as informações pertinentes para as pessoas que se utilizam de seus serviços, mas também para seu público interno, que é quem representa a instituição frente à sociedade. Ao longo dos últimos anos o ritmo de trabalho em determinados segmentos das organizações públicas alcança praticamente o mesmo patamar do das empresas privadas já que o foco tanto da iniciativa privada, quanto da pública, é centrado e demandado pelo mesmo fim: a sociedade. Se antes as atividades no primeiro setor eram desenvolvidas com morosidade, sem a eficácia do alcance das metas previstas, sem a preocupação com o eficiente atendimento ao público externo, hoje há um planejamento estratégico a ser seguido, que orienta as ações dos servidores públicos. Tal situação coloca os empregados das organizações públicas recebendo o mesmo nível de exigência das particulares. A partir dessas constatações é que esse estudo foi iniciado, uma vez que, como consequência, a comunicação interna *online* passou também a ser maximizada.

Para esse estudo, utilizamos como suporte teórico autores da área de Comunicação Social, principalmente Gralla e Bairon e, a seguir, realizamos estudo de caso nas organizações públicas de três diferentes segmentos, situadas em Belo Horizonte- MG: Fundação João Pinheiro, Companhia de Saneamento de Minas Gerais e Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Como metodologia, utilizamos a pesquisa qualitativa, através de entrevista em profundidade com profissionais responsáveis pela comunicação interna e pela *intranet* dessas instituições e fizemos análise de conteúdo dessas redes internas.

2 Comunicação interna: Conceitos e instrumentos:

A comunicação interna assume papel de destaque nas novas práticas institucionais. Percebe-se que empresas públicas ou privadas estão tendo um cuidado especial com as pessoas que realizam as atividades e os serviços dessas organizações, buscando informá-las e aproximando-as dos objetivos da instituição. Carvalho (2005) define a comunicação interna como importante processo, que se dá por meio dos

instrumentos de comunicação, das mensagens, da articulação, para a formação e consolidação da imagem institucional.

Lara atenta para a força dos funcionários das organizações públicas como disseminadores dessas mensagens institucionais. De acordo com o autor, os funcionários interagem entre si e com outras pessoas que não trabalham na empresa, disseminando conceitos sobre a empresa, sejam positivos ou negativos. Ele conclui que:

Se essas pessoas forem bem informadas, a instituição vai contar com um poderoso contingente que, mesmo involuntariamente, poderá defendê-la, ou divulgar seus feitos. Se, ao contrário, essas pessoas não forem bem informadas sobre as atividades da instituição, é boa parte do caminho andado para circularem notícias negativas ou deturpadas ou incompletas. (LARA, 2003, p. 95)

Por meio da constatação do autor, vê-se que a informação transparente, dirigida ao público interno é a base que sustenta uma boa imagem institucional. O reconhecimento das organizações públicas a respeito dessa realidade fez o setor de comunicação investir em mais estratégias e disseminar a informação para todos os funcionários públicos e seus familiares. Assim, a comunicação com o público interno continua sendo feita por instrumentos tradicionais de comunicação, como: jornal impresso, revista, quadros de avisos, vídeos, cartazes etc. Mas com as evoluções tecnológicas e o advento da *internet*, novas formas de comunicação surgiram, cita-se: o *e-mail*, a vídeo-conferência, as *newsletters* eletrônicas, os *blogs* etc. Fortes revela que:

A propagação computadorizada de dados e informações fez aparecer uma nova perspectiva enriquecida de entendimento e ajuste entre as pessoas, grupos e empresas: a comunicação virtual. Na atualidade, despontam os cidadãos que se dedicam aos meios virtuais de comunicação, o que se abrirá possibilidades inéditas de relacionamento, se a empresa revisar seus processos normais de distribuir informações a seus públicos. (FORTES, 2003, p. 242)

Neste cenário de transformações aparece a *intranet*, um importante veículo de comunicação interna da atualidade, que apresenta vantagens em relação aos instrumentos tradicionais. Gralla destaca que:

Com o enorme aumento da *Internet*, um crescente número de pessoas e corporações usa a *Internet* para se comunicar com o mundo, para colher informação, e para fazer negócios. Não demorou muito para as pessoas reconhecerem que os componentes que funcionavam tão bem na *Internet* poderiam ser igualmente valiosos internamente e esta é a razão pela qual as *intranets* estão se tornando tão populares. (GRALLA, 1996, p.5)

3 A intranet

3.1 A rede como instrumento de comunicação interna

A *intranet* é uma rede corporativa privada que possibilita o acesso a informações institucionais e a formulários eletrônicos, sendo destinada ao público interno das empresas e instituições. As *intranets* se destacam como um importante instrumento de comunicação interna sendo eficazes e rentáveis para as empresas que a adotam. Para Nielsen (2000) “A *intranet* deve ser vista como a infra-estrutura de informação corporativa”

As grandes vantagens apresentadas pelas redes internas têm provocado uma revolução na comunicação corporativa. Entre os ganhos estão a redução dos custos, das distâncias entre os interlocutores, o aumento da produtividade e a criação de novas possibilidades de interação institucional. A rede oferece suporte às

rotinas do trabalho, possibilita a comunicação de funcionários de diferentes setores, e a obtenção de informações necessárias ao trabalho além de reduzir a grande circulação de papéis. Para o autor :

Uma corporação típica gera montanhas de papel todos os dias, provavelmente várias toneladas por ano. Isso é ruim para o meio ambiente, caro para as corporações e consome muito tempo pois requer que a companhia contrate pessoas para guardar e manter uma trilha do papel. Existem formulários que têm que ser preenchidos e manuseados, materiais de marketing, materiais de vendas e panfletos para serem enviados pelo correio, formulários de vendas que têm que ser usados [...] essa lista continua por um longo tempo. (GRALLA, 1996, p.157)

A utilização destas redes privadas reduz o número de papéis e formulários, agiliza a comunicação administrativa, simplifica a busca por informações institucionais além de possibilitar o acesso a informações pessoais do funcionário. Segundo Fortes (2003...) “as *intranets* elevam a compreensão e a qualidade dos informes, dando maior autonomia aos operadores do sistema, facilitando a comunicação e o atendimento ao público interno.” Para as grandes empresas públicas e privadas a importância deste instrumento, como base das áreas comunicacionais e produtivas, já é uma realidade.

Mas para aproximar o público interno desta nova ferramenta fazendo-o explorar todos os serviços e mensagens disponibilizadas pela empresa ou instituição é necessária muita criatividade. Lévy revela que:

Inventar novas estruturas discursivas, descobrir retóricas ainda desconhecidas do esquema dinâmico, do texto de geometria variável e da imagem animada, conceber ideografias nas quais as cores, o som e o movimento irão se associar para significar, estas são tarefas que esperam autores e editores do próximo século. (LEVY, 1993, p.108)

Assim, as empresas buscam por novos elementos que possam seduzir o funcionário a interagir com as novas tecnologias de comunicação disponibilizadas pelas mesmas. Como afirma Gralla (1996), “a facilidade com que cada informação pode ser compartilhada e com que as pessoas podem se comunicar umas com as outras vai continuar direcionando a construção de *intranets*.”

Para alcançar melhor seus empregados, as organizações têm apostado na utilização de elementos visuais como as cores e fontes adequadas, além de textos curtos e objetivos. Para tornar a *intranet* mais atraente para o público interno, a área de comunicação e a de informática utilizam o conceito de usabilidade na busca por um formato que mantenha a atenção dos navegadores da página da empresa. Scapin (*apud* Santos,2006)³ revela que a usabilidade é: “a capacidade do *software* em permitir que o usuário alcance suas metas de interação com o sistema”. O conceito de usabilidade propõe que o *site* seja de fácil aprendizagem, que permita a utilização de forma simplificada além de apresentar poucos erros. Conforme Nielsen (2000) há uma grande preocupação com o design das *intranets*, pois a mesma sendo agradável consegue comunicar o espírito e a atitude corporativa a todos os funcionários. Assim, as *intranets* que se preocupam com a usabilidade conseguem eficiência e satisfação dos funcionários da empresa. Segundo Santos (2006)⁴: “A boa usabilidade ajuda a formar, ou manter, uma boa imagem diante dos usuários.” A usabilidade melhora a experiência do usuário durante o contato com o *site*.

Além do *design*, para conquistar a fidelidade e o acesso mais fácil dos funcionários às informações, os setores de comunicação têm implementado gêneros textuais que atraiam o público interno a interagirem com o sistema. Denominamos neste estudo gêneros textuais, os tradicionais gêneros da teoria jornalística -

³ <http://webinsider.uol.com.br/vernoticia.php/id/1771>

⁴ Idem

o informativo e o opinativo-, além de dois outros, que têm sido denominados pelos profissionais de comunicação que trabalham com a rede, de gênero de serviços e gênero interativo.

3.2- Os gêneros textuais da rede interna

Na área jornalística os pesquisadores realizam uma classificação da ação discursiva do ponto de vista dos gêneros. Alguns propõem a dicotomia informativo e opinativo e outros complementam como interpretativo e diversional. Melo (1985) acredita que um gênero jornalístico se caracteriza, em primeiro lugar, pelo conjunto das circunstâncias que determinam o relato que a instituição jornalística difunde. Assim divide o jornalismo em duas categorias: a informativa e a opinativa. A partir daí ele divide o Jornalismo Informativo em quatro gêneros: nota, notícia, reportagem e entrevista e o Jornalismo Opinativo em: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Em mais recente estudo, Chaparro (1998) propõe a desconstrução do paradigma jornalístico informativo e opinativo, apontando que os tipos textuais (notícia, nota, editorial etc.) contêm elementos tanto da informação quanto da opinião. Apesar de concordarmos com a verificação de Chaparro, manteremos a classificação tradicional, apenas para apontar as novas construções textuais que fazem parte de nossa observação com relação às tendências das *intranets*.

Assim, os responsáveis pela comunicação interna *online* adotam, além dos gêneros clássicos, outros que fogem à classificação habitual com o objetivo de atrair o público interno a visitar as páginas da *intranet*. São textos que propõem a interatividade (em forma de diálogo e observações), aos quais denominamos gênero interativo, e a construção individual de uma estrutura discursiva por parte do próprio empregado, inserida em um texto fixo preparado pela organização e disponibilizado na rede, que denominamos gênero de serviços.

A utilização desses gêneros textuais nas *intranets* se faz necessária para veicular as informações apropriadamente e aproximar os funcionários deste instrumento de comunicação. As empresas públicas mineiras buscam utilizá-los para atrair seu público interno a visitar a *intranet* da instituição, e, com isso, promover a comunicação interna.

4 A intranet e as instituições públicas de Belo Horizonte:

Para verificar as tendências na comunicação interna de organizações públicas mineiras por intermédio das *intranets*, realizamos uma pesquisa de campo, no segundo semestre de 2005, e atualizamos as informações em 2006, para a redação deste artigo. Vale lembrar que esta era a realidade no ano de 2006, e como destacamos neste nosso artigo, na área da comunicação *online* as situações modificam-se constantemente.

4.1 - Fundação João Pinheiro - FJP

A Fundação é uma entidade do Governo de Minas Gerais que tem como atribuições a realização de projetos de pesquisas aplicada, consultorias, desenvolvimento de recursos humanos e entre outras atividades. A instituição possui em seus quadros 330 servidores distribuídos em seis centros de atividade-fim: Centro de Desenvolvimento em Administração, Centro de Estudos Econômicos e Sociais, Centro de Estudos Históricos e Culturais, Centro de Estatística e Informações, Centro de Estudos Municipais e Metropolitanos e Escola do Governo. A instituição é formada por uma equipe multidisciplinar com profissionais de vários campos da ciência com grau de especialização mestrado e doutorado.

Os instrumentos de comunicação mais efetivos são os quadros de aviso, que veiculam informações sobre a instituição e notícias sobre eventos, e a *intranet*. A rede interna assume um caráter estratégico para a

comunicação institucional, com vários benefícios para a instituição, pois ela otimiza o processo comunicativo, transmite informações com objetividade, proporciona a atualização constante de informações, reduz custos e possibilita a interação institucional. A *intranet* da Fundação, segundo a assessora chefe de comunicação social, a jornalista Lucilene Gonçalves: “é uma ótima oportunidade de aproximar o servidor da instituição nas questões do dia-a-dia, como solicitações de serviços, de manutenção, de materiais, notícias veiculadas sobre a instituição etc.”

Todos os setores da instituição possuem ao menos uma máquina que permite o acesso de funcionários de todos os níveis, portanto, desde a chefia de serviços gerais aos altos cargos da diretoria o acesso é possibilitado. A *intranet*, que encontra-se em processo de reestruturação, também pode ser acessada de um computador externo as dependências da instituição por meio de número de usuário e senha.

Entre os gêneros presentes na rede da instituição apresentam-se os de caráter informativo e os opinativos. Lucilene destaca como relevantes para a comunicação interna os seguintes textos/instrumentos: o *clipping* - uma reprodução de notícias divulgadas na imprensa a respeito da instituição ou referente a assuntos de interesse da mesma - que é diagramado na página inicial; a cartilha do servidor - um manual sobre a estrutura organizacional e informações sobre os direitos do servidor; a sala de estar - um álbum de fotos, curiosidades, espaço para vendas e troca de produtos, exposições culturais e exibição de filmes; portarias - apresentando as normas e instruções para os servidores; dicas - novidades e curiosidades sobre língua portuguesa, tecnologia e qualidade de vida e o centro de notícias com informações. O gênero de serviços corresponde aos formulários *on-line* utilizados para fazer solicitações de manutenção de equipamentos, de serviços gerais e de solicitações para o setor de recursos humanos. De acordo com Paulo Vale, responsável atualmente pela *intranet*, o gênero interativo aparece, entre outros itens, nas listas de discussão dos professores e alunos da Escola de Governo, local em que estudantes e professores discutem temáticas.

4.2 - Companhia de Saneamento de Minas Gerais – Copasa

A Copasa é uma sociedade de economia mista responsável pelo saneamento básico e abastecimento com água tratada de mais de 11 milhões de pessoas distribuídas em pelo menos 800 localidades de Minas Gerais. Entre as atribuições da empresa estão o tratamento do esgoto e a cooperação técnica nos assuntos relacionados à água. A instituição tem em média 11 mil funcionários distribuídos em centenas de cidades mineiras, o que torna a comunicação com o público interno uma tarefa complexa. Para desenvolver a comunicação interna os instrumentos disponíveis são os jornais internos, a revistas institucionais, os quadros de avisos, os eventos, entre outros.

A *intranet* é mais um instrumento de comunicação utilizado e que está em processo de sistematização, com diversas mudanças sendo implementadas para atender as necessidades dos funcionários. Anteriormente a *intranet* era responsabilidade do setor de comunicação, mas a preocupação com a usabilidade exigiu a contratação de profissionais da área de informática que agora trabalham integradamente com os demais profissionais. Segundo Idacy Simões, especialista em informática, a *intranet* é pouco amigável, havendo a necessidade de reestruturação do *layout*. A produção do conteúdo fica a cargo dos funcionários da comunicação e a base de dados fica a cargo dos funcionários da informática.

Os gêneros presentes na rede da Copasa são de caráter informativo e de serviços. No gênero informativo há textos normativos, recados, textos institucionais e convites. Existe, ainda, o *link* “Fique ligado” que apresenta o código de conduta, o jornal Gota D’água, o *clipping* entre outros. O problema enfrentado é que uma parcela dos funcionários não tem acesso ao computador e o acesso a *intranet* só é possível nas máquinas presentes nas dependências da instituição. Apesar das adversidades, a rede já se configura como

um importante instrumento de comunicação entre a instituição e seus funcionários. A comprovação é o aumento constante do número de acessos. Segundo José Geraldo Viana, gerente da Divisão de Imprensa em 2005, a *intranet* tem um grande potencial para atender as necessidades de comunicação, e a perspectiva é que se torne o instrumento mais forte de comunicação interna da instituição.

4.3 - Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais – TJMG

O Tribunal de Justiça é o órgão responsável pelo julgamento de recursos em processos julgados por juízes de todo o Estado de Minas Gerais. Possui 20 mil funcionários, distribuídos em diversas comarcas de Minas Gerais, o que também torna complexa a comunicação com todo o efetivo.

Para atender a demanda interna, a instituição disponibiliza os seguintes instrumentos de comunicação: o *clipping* “Notícias em destaque”, o *house horgan* “TJMG Informativo”, o informativo “Fórum Notícias”, a revista “Pensa TJ”, o rádio TJ, murais e mensagens nos holerites. A disponibilização de tais instrumentos garante o acesso de todos os funcionários às informações da instituição.

No ambiente virtual, a instituição se apresenta num veículo próprio de comunicação, o seu *Website*. A variedade e complexidade dos conteúdos a serem apresentados via *web* exigiram estudo conjunto da Ascom (Assessoria de Comunicação Institucional) e da Dirfor (Diretoria de Informática), que resultou na criação do Portal TJMG. Nesse cenário, o TJ lançou o novo Portal, em 2004, para oferecer ao usuário uma navegação mais ágil, dinâmica e prática. O endereço permaneceu o mesmo (www.tjmg.gov.br), mas a nova página teve a unificação dos serviços antigamente disponibilizados somente na *Intranet* ou na *Internet*.

Com a criação do Portal, a estrutura e conteúdo passaram a levar em conta as boas práticas e normas de acessibilidade, visando o pleno acesso às informações e aos serviços disponíveis. Dessa forma, atualmente o Portal TJMG está em termos gerais acessível, conforme a regulamentação. Devido ao grande volume de atualizações constantes no conteúdo do Portal TJMG, a equipe responsável pelo seu gerenciamento realiza inspeções eventuais para garantir a continuidade da acessibilidade. Em 12 de julho de 2006 o Portal recebeu o selo de acessibilidade DaSilva⁵.

O objetivo do Portal TJMG é informar, integrar e prestar serviços aos públicos interno e externo da instituição. Mas como o volume de informações está cada vez mais intenso, a *intranet* aparece como uma das soluções para o setor de comunicação.

A rede interna da instituição foi recentemente reformulada e passou a integrar o Portal do Tribunal, ou seja, o acesso é feito pela página da instituição na *internet*. Em Belo Horizonte a maioria dos servidores tem acesso ao computador nas dependências do TJ, mas nas comarcas do interior o número de computadores é reduzido.

Devido à importância da *intranet*, foi formada uma comissão que tem como intuito detectar as falhas presentes e deixá-la mais atrativa para os funcionários. A comissão é composta por três funcionários do setor de imprensa, um do setor de comunicação visual, dois do setor de informática, dois da escola judicial e dois da assessoria de qualidade. Entre as mudanças implementadas estão a padronização das cores do *site*, sendo utilizadas as cores institucionais, simplificação do layout que permitiu uma navegação mais fácil e a linguagem utilizada nos textos. Segundo a Assessoria de Comunicação Institucional, a linguagem utilizada anteriormente era muito técnica o que afastava a visita dos funcionários.

⁵ Organização avaliadora de acessibilidade: www.dasilva.org.br

Os gêneros utilizados na rede são o informativo, o de serviços e o interativo. A interação acontece em termos de retorno dos usuários, fóruns de debate, pesquisas e enquetes, já utilizada em pequena escala no passado, é, atualmente, pouco explorada, embora o TJMG tenha projetos para gradativamente introduzir novamente estes elementos, em sintonia com a atual arquitetura de informação e com as estratégias e políticas institucionais.

A rede do Tribunal de Justiça destaca-se como um dos principais instrumentos de comunicação interna, pois além de ter caráter informativo é utilizada como uma ferramenta ativa de trabalho, como no caso das solicitações feitas por formulários *online*. Para a Assessoria de Comunicação, os resultados com a utilização da *intranet* são positivos, pois possibilitaram a redução de custos, a dinamização do tempo e a aproximação do servidor com as rotinas da instituição.

5 Considerações finais:

Este primeiro estudo mostra alguns sinais que apontam para uma preocupação na adequada utilização das *intranets* como forma de maximizar a comunicação interna das organizações públicas. Por intermédio dos estudos de caso pôde-se perceber que os responsáveis pelo gerenciamento das informações têm aperfeiçoado os recursos que lhe permitem atingir tal objetivo. Senão vejamos:

As *intranets* pesquisadas foram recém-estruturadas ou estão em estruturação demonstrando a preocupação com o melhor atendimento às necessidades dos empregados. As mudanças nos *layouts* buscam deixar a rede interna mais amigável e menos hierárquica. Os textos apresentam-se mais curtos e objetivos, com o apoio de ícones coloridos e uma linguagem mais funcional e coloquial. O conceito de usabilidade é utilizado para simplificar a visita do usuário e facilitar a procura dos assuntos de interesse.

As equipes que gerenciam as informações e as atualizações das *intranets* estão cada vez mais especializadas. O conteúdo é responsabilidade do setor de comunicação, elaborado por jornalistas e relações-públicas e as atualizações do banco de dados ficam a cargo do setor de informática, coordenado por profissionais com formação em processamento de dados, tecnologia da informação e analistas de sistemas. Os profissionais trabalham de forma integrada de modo a detectar rapidamente as falhas e manter a harmonia nas páginas da rede interna. A responsabilidade pela produção dos textos das *intranets* pelos profissionais de comunicação demonstra o amadurecimento das instituições que antes deixavam a cargo dos profissionais de informática a atualização e a produção do conteúdo, o que gerava conflitos frente ao tratamento dado às informações. Percebe-se, por outro lado, que está havendo uma simbiose entre as funções e atividades dos profissionais de cada uma dessas áreas. Muitas vezes os profissionais de informática redigem textos e os comunicadores desenvolvem a ferramenta, dependendo da necessidade, mas todos trabalhando em consonância.

Verificou-se, ainda, que apesar de o gênero informativo ser predominante, novas estruturas discursivas têm sido usadas. A interatividade está presente na página das redes internas, permitindo aos funcionários interagirem entre si e com a instituição, como nos fóruns e listas de discussões - o que foi denominado pelo gestores de comunicação como textos/instrumentos interativos.

A *intranet* se transformou também em ferramenta de trabalho com a utilização dos formulários eletrônicos. A medida trouxe vantagens para as instituições que utilizam a estratégia, sendo que o papel referente às solicitações e o tempo destinado ao atendimento das chamadas de serviços foram reduzidos, gerando redução dos custos e maior produtividade. Esses chamados textos/instrumentos de serviços têm, ainda, facilitado a comunicação entre empregado/organização.

Alguns textos/instrumentos são recorrentes nas três *intranets* pesquisadas, como as notícias quentes, que vêm no centro das páginas. Os *clippings*, os comunicados, os contatos (ramais e *e-mails*), a agenda (eventos e cursos), os serviços (formulários eletrônicos) e os manuais são outros tipos recorrentes nas páginas pesquisadas.

As entrevistas realizadas permitem inferir que a *intranet* se destaca como um dos mais importantes instrumentos de comunicação interna da atualidade. Verifica-se que ela assume um papel de destaque como instrumento estratégico no gerenciamento de informações e no contato entre a instituição e seus funcionários. Percebemos que as instituições públicas estão preocupadas em tornar a suas páginas internas estimulantes para que os funcionários se sintam à vontade para interagirem com esta nova tecnologia.

6 Referências:

BAIRON, Sérgio. Multimídia. São Paulo: Global, 1995. 219p.

CARVALHO, Helena Catharina Lyrio de. O que temos aprendido sobre esse desafio permanente: o caso Itaú in NASSAR, Paulo. Comunicação interna: a força das empresas. São Paulo: ABERJE, 2005. 175 p.

CHAPARRO, Manoel Carlos. Sotaques d'Aquém e d'Além mar-Percurso e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro. Santarém-Portugal: Jortejo Edições, 1998.

FORTES, Waldyr Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2003. 394 p.

GRALLA, Preston. Como funcionam as intranets. São Paulo: Quark do Brasil, 1996. 206p.

LARA, Maurício. As sete portas da comunicação pública: como enfrentar os desafios de uma assessoria. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003. 141 p.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993. 203 p.

MARCHESE, Amauri. Comunicação interna: fator humano como diferencial competitivo In NASSAR, Paulo (Org.). Comunicação interna: a força das empresas. São Paulo: ABERJE, 2005. 175 p.

MELO, José Marques de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985. 168 p.

NIELSEN, Jakob. Projetando Websites. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 416 p.

PIZANO, Daniel Samper apud ERBOLATO, Mário L. Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. rev. e aum. São Paulo: Ática, 1991. 256p.

SANTOS, Robson. Alguns conceitos para avaliar a usabilidade. Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/vernoticia.php/id/1771>> Acesso em: março de 2006.