



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO MÉDIO, TÉCNICO E EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL**

**GOLBERY DE OLIVEIRA CHAGAS AGUIAR RODRIGUES**

**WHATSAPP BUSINESS NA GESTÃO PÚBLICA  
EDUCACIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA:  
Um estudo com gestores do IFPB – campus Campina  
Grande**

**CAMPINA GRANDE**

**2022**

GOLBERY DE OLIVEIRA CHAGAS AGUIAR RODRIGUES

**WHATSAPP BUSINESS NA GESTÃO PÚBLICA  
EDUCACIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA:  
Um estudo com gestores do IFPB – campus Campina  
Grande**

Trabalho de Conclusão de Curso, do tipo monografia, apresentado ao Curso de Especialização Lato Sensu em Gestão Pública Municipal da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de especialista em gestão pública municipal.

**Área de concentração:** Gestão pública

**Orientadora:** Prof. Ma Cinthia Moura Frade

**CAMPINA GRANDE  
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

R696w Rodrigues, Golbery de Oliveira Chagas Aguiar.  
Whatsapp Business na gestão pública educacional no contexto de pandemia [manuscrito] : um estudo com gestores do IFPB – Campus Campina Grande / Golbery de Oliveira Chagas Aguiar Rodrigues. - 2022.  
53 p. : il. colorido.

Digitado.

Monografia (Especialização em Gestão Pública Municipal) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação a Distância , 2022.

"Orientação : Profa. Ma. Cinthia Moura Frade ,  
Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Educação. 2. Gestão pública educacional. 3.  
Interatividade digital. 4. Pandemia Covid 19. I. Título

21. ed. CDD 371

GOLBERY DE OLIVEIRA CHAGAS AGUIAR  
RODRIGUES

**WHATSAPP BUSINESS NA GESTÃO PÚBLICA  
EDUCACIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA:  
Um estudo com gestores do IFPB – campus  
Campina Grande**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização Lato Sensu em Gestão Pública Municipal da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de especialista em gestão pública municipal.

**Área de concentração:** Gestão pública.

Aprovada em: 07/12/2022.

**BANCA EXAMINADORA**



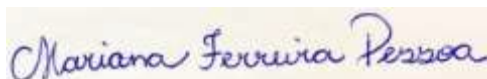
---

Prof. Ma Cinthia Moura Frade (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Lucas Andrade de Moraes  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profa. Ma. Mariana Ferreira Pessoa  
Instituto Federal de Educação, Ciência e  
Tecnologia da Paraíba (IFPB)

A Deus, pela inspiração intelectual  
fundante, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

A todos que fazem a equipe gerencial do curso de Especialização, pelo empenho e dedicação.

À professora Cintia Frade, inicialmente, pela confiança, e pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela dedicação.

Aos meus familiares em geral por todas as forças e crenças na minha caminhada.

À minha esposa, Karla Aguiar Rodrigues de Oliveira Chagas, pelo apoio necessário em mais esta empreitada acadêmica.

Ao prof. Jefesson Franciarily Farias de Andrade, pela indicação deste importante curso na minha atuação de gestor público educacional no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, campi de Guarabira (2011-2015) e Campina Grande (2015 ...).

Aos professores do Curso de Especialização da UEPB, em especial, que contribuíram ao longo de trinta meses, por meio das disciplinas e debates, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos professores Lucas Andrade de Moraes (UEPB) e Mariana Ferreira Pessoa (IFPB), componentes da banca examinadora, pela apreciação e contribuições, pós-leituras, importantes e satisfatórias para o enriquecimento do trabalho.

A todos que fazem a Universidade Estadual da Paraíba, casa esta que – após graduação e mestrado – mais uma vez me acolhe como aluno.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

“As redes sociais tornaram-se ao mesmo tempo uma espécie de paradigma de personagem principal das mudanças em curso, justo no momento em que as tecnologias de comunicação e informação passaram a exercer um papel fundamental na nova ordem mundial (PARENTE, 2007, p. 101)”.

## RESUMO

Os anos pandêmicos de 2020 e de 2021 exigiram - também para gestores educacionais - novas posturas e metodologias diferenciadas nas tratativas com a comunidade acadêmica. Nesta perspectiva, inserem-se as diversas plataformas digitais de interação que aproximaram de modo significativo, mesmo que por vias remotas, membros diversos do ambiente escolar, a exemplo de professores, alunos, pais/responsáveis, todos afetados pela suspensão das atividades presenciais, diante da situação pandêmica do COVID 19. Plataformas como google classroom, moodle, meet, teams, zoom, app de mensagens..., todas vinculadas a contas institucionais evitaram, dentro de seus limites, as discontinuidades do processo de ensino-aprendizagem, no caso da relação aluno/professor, como também da gestão escolar, nas suas tratativas com membros internos e externos da comunidade acadêmica. No caso da interação com atores externos (pais/responsáveis, parceiros sociais, líderes comunitários, Associações...) uma ferramenta decisiva no campo da eficiência de comunicação foi a versão business do WhatsApp que, vinculado a um número telefônico fixo setorial da instituição conseguiu agilizar as conversações e circular as informações em tempo instantâneo. Este artigo possui o objetivo de investigar a utilização do WhatsApp Business em ambiente institucional, na gestão departamental de ensino técnico, bibliotecária e de mais cinco Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB – campus Campina Grande, desde o período de sua respectiva implantação até o mês de novembro de 2022, em comparação com um outro canal institucional, o e-mail setorial oficial. Do ponto de vista metodológico, a discussão foi norteada pela perspectiva qualitativa. Em âmbito de fundamentação teórica está amparada em Abdalla (2021), Bancovsky (2008), Duarte (2006) e Egler (2010). Sobre os principais resultados, o estudo aponta que a alta frequência de envio e de recepção de mensagens, de gestores com membros diversos da comunidade acadêmica, aponta para circulação mais produtiva de interações, em comparação com o e-mail acadêmico-setorial.

**Palavras chaves:** Educação. Gestão. Comunicação. Interatividade.



## ABSTRACT

*The pandemic years of 2020 and 2021 required - also for educational managers - new postures and differentiated methodologies in dealings with the academic community. In this perspective, the various digital interaction platforms are included, which have significantly brought together, even if remotely, different members of the school environment, such as teachers, students, parents/guardians, all affected by the suspension of face-to-face activities, of the COVID 19 pandemic situation. Platforms such as google classroom, moodle, meet, teams, zoom, messaging app..., all linked to institutional accounts, avoided, within their limits, discontinuities in the teaching-learning process, in this case of the student/teacher relationship, as well as school management, in its dealings with internal and external members of the academic community. In the case of interaction with external actors (parents/guardians, social partners, community leaders, Associations...) a decisive tool in the field of communication efficiency was the business version of WhatsApp which, linked to a fixed telephone number in the institution's sector, managed to streamline conversations and circulate information in instantaneous time. This article aims to investigate the use of WhatsApp Business in an institutional environment, in the departmental management of technical education, librarianship and five more Coordinations of technical courses integrated into high school at the Federal Institute of Education, Science and Technology of Paraíba – IFPB – campus Campina Grande, from the period of its respective implementation until the month of November 2022, in comparison with another institutional channel, the official sectorial email. From a methodological point of view, the discussion was guided by a qualitative perspective. In terms of theoretical foundations, it is supported by Abdalla (2021), Bancovsky (2008), Duarte (2006) and Egler (2010). About the main results, the study points out that the high frequency of sending and receiving messages, from managers with different members of the academic community, points to a more productive circulation of interactions, compared to the academic-sectoral email.*

*Keywords: Education. Management. Communication. Interactivity.*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Comparação entre comunicação tradicional e contemporânea .....	18
Figura 2 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business do Departamento de Ensino Técnico.....	28
Figura 3 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação do Curso Técnico Integrado em Informática .....	30
Figura 4 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Petróleo e Gás .....	33
Figura 5 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Química .....	34
Figura 6 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Edificações .....	35
Figura 7 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Mineração .....	36
Figura 8 –	Perfil e Informações da conta do WhatsApp Business da Coordenação da Biblioteca do campus .....	37

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TICS	Tecnologias da Informação e Comunicação
IFPB	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
CCI-CG	Coordenação dos Cursos Técnicos em Informática
CCPeG-CG	Coordenação de Petróleo e Gás
CTIQUI-CG	Coordenação Técnico Integrado em Química
CTIED-CG	Coordenação Técnico Integrado em Edificações
CCM-CG	Coordenação do Curso de Mineração
CB-CG	Coordenação da Biblioteca
DET-CG	Departamento de Ensino Técnico
MEC	Ministério da Educação
EPT	Educação Profissional e Tecnológica
CEFETs	Centros Federais de Educação Tecnológica
SUAP	Sistema Unificado da Administração Pública
APP	Aplicativo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1.1</b>	Problema de pesquisa .....	13
<b>1.2</b>	Objetivo geral .....	13
<b>1.3</b>	<i>Objetivos específicos</i> .....	14
<b>2.</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b> .....	15
<b>3.</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
<b>3.1</b>	Sobre o WhatsApp .....	20
<b>3.1.2</b>	O caráter oficial do WhatsApp Business.....	22
<b>3.2</b>	Sobre os Institutos Federais de Educação e a comunicação organizacional.....	23
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	25
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	27
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	39
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	42
<b>8</b>	<b>APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b> .....	48

## 1. INTRODUÇÃO

O modo de se fazer gestão, pública ou privada, diante das inovações promovidas/ofertadas pelas tecnologias da informação e comunicação (TICs) tem sido alterado tanto para o processo de acesso à informação como de produção de conteúdos para o público alvo pretendido. Se por um lado é facilmente verificável o quanto de eficiência essas tecnologias proporcionam nos gerenciamentos diversos, por outro lado é possível também constatar contradições resultantes da implementação de tais tecnologias (PAZ, 2022). O fato é que o mundo do trabalho também tem seu modo de produção transformado/reestruturado a partir das mudanças propostas pela presença das tecnologia da informação e comunicação.

Abdalla (2021) defende que, independente da área de atuação, empresas têm buscado se adaptar e se adequar às inovações trazidas pelas tecnologias digitais, com o propósito de extrair delas o máximo de vantagens e de produtividade. Em âmbito socioeducacional, inúmeros estudiosos já atestam avanços produtivos na interação entre professor, instrumentos/metodologias de base tecnológica e aluno, em prol de um processo de ensino-aprendizagem mais dinâmico, participativo e empolgante para todos os atores (RODRIGUES; SILVA; MARQUES, 2022).

Quando pensamos em específico na relação entre TICs e gestão escolar, as plataformas de informação e comunicação, a exemplo de serviços de e-mail, comunidades virtuais, fóruns on-line, chats, aplicativos de mensagens instantâneas e diversas outras ferramentas, vêm cumprindo papel importante no acesso a informação, bem como na sua produção, diante do público beneficiário. Nesta perspectiva, do mesmo modo que a tecnologia pode promover um repensar na prática pedagógica docente (VIERA, 2007), também pode provocar no gestor escolar uma revisão em suas estratégias de informação e comunicação diante da comunidade diversa que gerencia. Pensando no grau de avanço tecnológico cada vez mais rápido, é esperado que a administração pública compreenda esse fenômeno e invista em estratégias de usos em favor de uma governança digital (CRISTÓVAM; SAIKALI; SOUSA, 2020), que satisfaça os problemas frequentes de ineficiência comunicativa e, sobretudo, de acesso à informação (BANCOVSKY, 2008).

Durante o biênio pandêmico de 2020 e 2021, essa chamada governança digital foi ativada decisivamente em favor de condições favoráveis para o gerenciamento diverso de informação e de produção de conteúdos para os perfis distintos de público. Com a instauração do home office e do teletrabalho (ANTUNES, 2020), as plataformas digitais ganharam protagonismo no processo dialógico e coube a cada gestor transitar por diversos espaços

virtuais, criando redes tecnossociais (CASTELLS, 1999 e DUARTE, 2006), com o objetivo concreto de que fossem evitadas descontinuidades dentro das vivências de atividades acadêmicas e de gestão não presenciais.

Neste sentido, pensar em governança digital significa considerar suas ferramentas e sua capacidade de proporcionar competência digital ao gestor. Essas ferramentas integram uma suíte plataformas/aplicativos, disponível para as chefias diversas fazerem uso e executar suas funcionalidades na busca de proatividade capaz de movimentar a informação necessária e produzir outras com a eficiência esperada. Diante disso, destaque-se o fato de que os gestores necessitam de contínua capacitação (FRADE, 2020) em prol de um comando sustentável de ações. Neste sentido, entendemos que a imersão no universo das TICs não deve ser uma aventura por parte do usuário, seja ele docente, gestor, supervisor, agentes em geral. É necessária capacitação contínua, de modo a usar as ferramentas adequadas e alcançar o máximo de eficiência.

Trazendo a discussão para o contexto socioeducacional, este estudo centra-se na relação entre gestão acadêmica e uso das TICS, no favorecimento de tramitações administrativas e pedagógicas. O que se percebe neste contexto é que – no tocante ao uso das TICs - foco não está apenas no processo de ensino-aprendizagem, mas também na própria organização do trabalho gerencial, que alcança membros diretos da gestão acadêmica, a exemplo de gestor, supervisor, coordenadores, etc (VIEIRA; MORAN-COSTAS, 2003). Sobre relatos de experiências da interação entre docentes e TICs na sala de aula, a literatura é extensa e em crescimento pujante. Já quando se trata do uso dessas tecnologias por parte da gestão acadêmica, percebemos um cenário ainda em adaptação para então chegar a uma consolidação (VIERA, 2007).

Ainda de acordo com essa estudiosa, a inserção de novos instrumentos tecnológicos no ambiente escolar passa pela própria organização político-pedagógica da instituição e requer esforço mútuo de atores, de modo que a adesão seja uníssona/coesa. É daí que entendemos que o uso das tecnologias deve ser entendido como uma forma de criar um canal de comunicação entre a escola e a comunidade acadêmica que a circunda (servidores, funcionários, docentes, alunos, pais/responsáveis) e membros externos. Pensando esse contexto no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, campus Campina Grande, nos cargos específicos de Chefia departamental de ensino técnico e de Coordenações de cursos técnicos, nas modalidades de integrado (ensino médio) e subsequente (pós-médio), estiveram/estão à disposição da gestão escolar, sobretudo no período de 2020 a 2022, as seguintes ferramentas tecnológicas de informação e comunicação: Plataforma

*Moodle*, *Google classroom*, *Gmail*, *Meet*, *Teams* e aplicativo de mensagens, todos com status de vinculação institucional/oficial. Cada instrumento desse contribuiu – a seu modo e condicionado a seus limites – para amplificar o acesso à informação, bem como produzir conteúdos institucionais diversos para a comunidade de interessados de sua competência.

Dentre esses canais interativos, considerando o corpo de gestão acadêmica, constituído por uma Chefia departamental e quatro Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio, a adesão voluntária a um deles em específico, por parte dos respectivos gestores, chamou a atenção, quando são comparadas as estatísticas de movimentação de informações com as do e-mail institucional/setorial, por exemplo. Estamos tratando do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, em sua versão *Business*, que entre diversas funcionalidades diferenciadas em relação à versão comum, possui a habilitação de ser vinculado a um número telefônico setorial, que garante status institucional, mesmo instalado em aparelho de uso pessoal do gestor.

## 1.1 – PROBLEMA DE PESQUISA

De posse das informações, e partindo do entendimento de que, “na acepção científica, problema é qualquer questão não solvida e que é objeto de discussão, em qualquer domínio do conhecimento” (GIL, 2008, p.33), formulamos a seguinte questão-problema, ancorados em Zémor (2009) e Duarte; Monteiro (2009), considerando os entraves históricos da comunicação organizacional, bem como as diferenças de perspectivas entre a comunicação tradicional e a contemporânea: **A partir da frequência de uso por gestores de cursos técnicos, departamental e bibliotecária, como as redes sociais, a exemplo do aplicativo de mensagens instantâneas, *WhatsApp Business*, podem contribuir para a fluência e amplitude da comunicação organizacional em contexto de pandemia?**

Como hipótese posta, vislumbramos que a resposta passa pela postura, consciência e competência do comunicador, do gestor, do agente diverso diante do que ele entende por comunicar, principalmente quando o mérito do que se comunica é informação pública, a que todos – daquele público alvo de competência – possuem direito.

## 1.2 – OBJETIVO GERAL

Diante desse panorama, este artigo possui o objetivo de investigar a utilização do *WhatsApp Business* por coordenadores de cursos técnicos integrados ao ensino médio e pelas gestões departamental e bibliotecária do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da

Paraíba – IFPB, campus Campina Grande, desde o período de suas respectivas implantações, em comparação com outros canais institucionais, a exemplo do e-mail oficial de cada setor.

### 1.3 – OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para tanto, como objetivos específicos, esse estudo procura:

- Conhecer como gestores setoriais do campus estão gerenciando as inovações tecnológicas no âmbito da produção e da circulação de informações para seu público alvo de abrangência;
- Identificar os setores acadêmico-gerenciais, ligados direta ou indiretamente ao Departamento de Ensino Técnico do IFPB em Campina Grande, que fazem uso do WhatsApp Business em suas interações com o público amplo de interesse;
- Provocar reflexões na gestão alta do IFPB sobre viabilidade de cenário de inclusão desta ferramenta no planejamento estratégico de outros setores gerenciais do campus que ainda não aderiram a esse recurso;
- Refletir com a gestão institucional a elaboração de política de uso desta ferramenta em ambiente organizacional, a fim de evitar situações constrangedoras, tanto por parte de perfis de emissores, quanto de receptores;
- Recomendar aos diretores da instituição estratégias de diagnóstico, melhorias e contingências, relacionados ao uso do WhatsApp Business por gestores.



## 2. JUSTIFICATIVA

Em tempos de revolução da informação, causada e impulsionada pelas tecnologias da informação e comunicação, um desafio se impõe ao gestor público e privado de pasta diversa: garantir acessibilidade informacional em prazo aceitável ao seu perfil diverso de público, sob pena de sérios prejuízos a membros de sua comunidade de interessados. Não ter o acesso devido à informação é um critério grave de não inclusão e cabe ao gestor investir em canais que aproximem produtivamente informação e conteúdo de seu público competente.

É de consenso notório que comunicação organizacional, quase que invariavelmente, é um setor problemático em instituições públicas e privadas e que merecem atenção contínua e estratégica, em conformidade com Santos (2021), Matsumoto, Silva; Bittencourt (2016), Melo; Cabral (2020), a fim de evitar descontinuidades e práticas não transparentes. De acordo com Abdalla (2021), profundas transformações têm alterado o universo corporativo, com novas ideias, formas de gestão e tecnologias provocam um repensar estratégico em gestores públicos e empresariais, sobretudo porque tudo isso também repercute no comportamento de seu público alvo identificado. Diante dessa percepção, a comunicação orgânica de base tecnológica torna-se um imperativo, a ponto de ser aceitável fazer uso de aplicativos de mensagens instantâneas, que o próprio público que está na ponta do processo já executa em seus dispositivos móveis. Sobre esse contexto, Abdalla (2021, p. 16) diz: “(...) aplicativo móvel *WhatsApp*, pela facilidade e instantaneidade, trouxe reflexos nas relações sociais, inclusive nos círculos profissionais e de trabalho”. Neste sentido, diante de um vasto campo de redes sociais, concentrar-nos-emos no *WhatsApp*, em sua versão *business*.

Estamos, de fato, diante de novos significados digitais nas relações tanto endocomunicativas, nas ideias de Matsumoto, Silva e Bittencourt (2016), que são aquelas comunicações ocorridas em âmbito interno, quanto a exteriores, que alcançam com rapidez e eficiência o chamado público de ponta. No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, campus Campina Grande, a comunicação paralela, a partir do app de mensagens instantânea, proporcionadas pelo *WhatsApp*, já é uma realidade do cotidiano da central de aulas e mais recentemente, o uso desta ferramenta tem recebido adesão de gestores setoriais diversos (chefias departamentais, Coordenações de cursos, pedagógica, de biblioteca...), com todas as contas vinculadas ao respectivo número telefônico setorial, de natureza institucional, de modo que – embora a conta esteja instalada em celular pessoal do gestor – quando o chefe de setor fala por meio da versão *business* do *WhatsApp*, ele está

transmitindo conteúdo institucional, porque a identificação da conta remete direta e especificamente ao nome da função que ele exerce.

Essa realidade emergente principalmente do momento pandêmico recente motivou a presente pesquisa, porque traz subsídios importantes para que essa forma de comunicação – que rompe com o formato tradicional/convencional de socialização de informações – seja estudado, avalizado e ser ou não recomendado como ação proativa na esfera da comunicação institucional. Com essa abordagem, espera-se contribuir com a comunicação pública oficial do campus, no sentido de trazer melhorias numa relação cada vez mais proximal entre gestores de hierarquia diversa e seu público comunitário. A expectativa é de que esta discussão proporcione um ganho concreto e produtivo para melhorar o desempenho sistêmico comunicacional.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É graças à tecnologia que as sociedades de quaisquer tempos conseguem pensar em desenvolvimento, olhando para o futuro e compreendendo situações/experiências pretéritas, olhando para o passado. E uma repercussão bastante interessante do impacto tecnológico é nas relações sociais. Independente da posição sociodiscursiva do estudioso, quando olhamos para nosso tempo, sabemos que informação e comunicação, tecnologicizadas por inúmeras ferramentas, são bens imateriais valiosos em qualquer área de atuação humana. Elas são partes integrantes tanto dos processos produtivos, quanto das relações sociais (CASTELLS, 1999). Nesta perspectiva, pensar o contexto social contemporâneo significa no paralelo considerar o grau de introdução de novas tecnologias comunicativas.

Castells (1999) define essa conjuntura de “sociedade em rede”, em que está conectado significa estar incluído. No dizer de Egler (2006, p. 213), essas redes em contínua atividade comunicativa para todos e em prol de todos são tecnossociais. “Ela pode incluir redes sociais, organizações governamentais, empresas privadas e cidadãos comuns, possibilitando formas alternativas de unificação da esfera pública com a esfera privada”. Toda essa revolução sociotecnológica da informação e comunicação faz-nos refletir sobre dois paradigmas da área comunicativa. Duarte; Monteiro (2009, p. 349) trazem uma contribuição neste sentido bem pertinente, porque descreve com detalhes significativos os respectivos lugares sociais da comunicação tradicional e contemporânea:

**Quadro 1 – Comparação entre comunicação tradicional e contemporânea**

<b>Comunicação Tradicional</b>	<b>Comunicação Contemporânea</b>
Foco em produtos	Foco em Processos
Vertical/Descendente	Multilateral
Assimétrica	Simétrica/em rede
Auto-centrada e auto-referente	Foco no cidadão, no usuário, no cliente, nos públicos
Emissor → Receptor	Processo plural, complexo, multifacetado, dinâmico
Informação persuasiva	Informação dialógica
Publicidade/Divulgação Jornalística/Eventos	Múltiplos Instrumentos
Mecânica	Orgânica
Massiva	Customizada, Segmentada, Individualizada
Discurso da Autoridade	Argumentos dos sujeitos
Ferramenta de poder	Processo para autonomia, solidariedade, sociabilidade
Receptor passivo	Participantes ativos da comunicação
Fragmentação	Integração
Comunicação do emissor	Co-construção, experiência conjunta, partilha
Cultura da emissão, da divulgação	Cultura da interface, da interação, do diálogo
Lógica da disseminação	Lógica de despertar o interesse, o acesso e compreensão
Transmissão	Compartilhamento / Cooperação
Informação como “espelho da realidade”	Informação como “construção social”

**Fonte:** Duarte e Monteiro (2009, p. 349)

É possível perceber que as diferenças traduzem em certo sentido uma discrepância qualitativa flagrante que demonstra o quanto as TICs promovem um saber comunicacional mais pautado na integração de saberes e de cidadãos, de participação mais ativa de sujeitos, em que o multilateralismo se sobrepõe a um receptor passivo e fragmentado. A percepção é a de que a tendência é investir em uma comunicação que gere engajamento, que promova acessibilidade digital (CUNHA; MIRANDA, 2013), no sentido de combater barreiras comunicacionais. É dentro desse espectro que conseguimos enxergar o papel das redes sociais na construção multifacetada da comunicação orgânica de instituições diversas.

Na esfera pública, e já constatando a utilidade produtiva dos atributos da comunicação contemporânea para a administração pública, Cristóvam; Saikali; Sousa (2020, p. 209) trabalham com o conceito de “Governo digital”, cuja governança corresponde à implantação de tecnologias de informação e comunicação “na prestação de serviços públicos”.

Ao direcionarmos o olhar para o uso dessas tecnologias para a área da educação, é evidente a imersão em escala cada vez mais crescente, conforme atestam Leite; Ribeiro (2012), Miranda (2016) e Trackeray *et al* (2012). Entretanto esses e outros estudiosos também alertam para problemas e desafios desse processo imersivo, como espécie de danos colaterais:

A sociedade moderna vem passando por inúmeras e rápidas mudanças, este fenômeno é impulsionado, principalmente, pelas inovações tecnológicas. É necessária uma reflexão por parte de professores, dos gestores educacionais e comunidade científica em geral, sobre a utilização das TICs na educação brasileira. Para que essas tecnologias possam ser utilizadas de forma eficaz é preciso que o professor tenha domínio (conhecimento técnico) dessas tecnologias e saiba como utilizá-las, integrado-as ao conteúdo, para que possam contribuir com a melhoria do processo de ensinoaprendizagem. Mas também é fundamental que os gestores criem condições favoráveis (estrutura, material) para a implantação das TICs nas escolas (LEITE e RIBEIRO, 2012, P.01).

Neste excerto, fica clara a percepção de desafios que perpassam a implementação de metodologias voltadas para o uso de tecnologias em sala de aula. Os estudiosos apontam reflexões para o professor e para o gestor escolar, com a finalidade de cada ator, no âmbito de seus papéis, contribuírem para que a execução inovadora seja de fato eficiente e não apenas instrumental. Além destas questões, problemas decorrentes aparecem com relação ao número considerável de pessoas não inclusas no rol de benefícios promovidos pelas TICs, pelo fato de não ter acesso aos chamados bens digitais. Governo e sociedade civil precisam estar uníssonos na promoção de políticas públicas que respondam satisfatoriamente as barreiras da acessibilidade.

O ganho das TICs está na garantia do acesso à informação por meio da comunicação efetiva e eficiente e o ambiente escolar é estrategicamente um lugar social decisivo para que informação e comunicação façam parte do cotidiano da comunidade acadêmica interna e externa e isso tem estado na agenda de gestores escolares de níveis diversos, como atestam Rios (2011) e Silva (2020). Esses estudiosos constatam que diretores, chefes departamentais e coordenadores em geral têm reagido positivamente em relação à utilização de ferramentas que impulsionam a comunicação em sua *práxis* gerencial.

É o que Bianchini et al (2020) chamam de competência digital do gestor que, diante das inovações tecnológicas, investem tempo e dinheiro para capacitar-se e promover uma rede de acessibilidade a todos os seus coordenados. Sobre essa competência no serviço público, eles dizem:

A era digital provoca impactos em todas as esferas de governo e impulsiona mudanças inovadoras e criativas na administração pública e na prestação de serviços públicos. Nesse sentido, os gestores públicos devem estar preparados para esse cenário por meio de competências digitais. Tais competências revelam a capacidade das pessoas em utilizar com segurança e autonomia as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), o que envolve habilidades para lidar com ferramentas tecnológicas (p. 22).

No campo comunicacional, estudiosos como Machado e Tijiboy (2005) e Sobjak et al

(2012, p. 15) entendem o papel das redes sociais como “mediadores sociais que favorecem a criação de redes de relacionamentos”. Essa mediação contribui estrategicamente para que a informação alcance o público a partir dos canais que o próprio usuário utiliza em seu dia-dia de conexão. Nesta perspectiva, esses teóricos entendem as redes sociais como ferramenta de comunicação institucional e que, se usadas dentro do espectro constitucional da impessoalidade, legalidade, transparência e correção, certamente trará ganhos imensuráveis em relação aos propósitos sociocomunicativos. Parente (2007, p. 101) endossa o papel das conexões sociais, afirmando que:

As redes sociais tornaram-se ao mesmo tempo uma espécie de paradigma de personagem principal das mudanças em curso, justo no momento em que as tecnologias de comunicação e informação passaram a exercer um papel fundamental na nova ordem mundial.

De posse dessa consciência digital em espaços públicos oficiais, inúmeros estudiosos, em trabalhos acadêmicos diversos, têm discorrido sobre a presença em vias de consolidação das redes sociais digitais a serviço da comunicação institucional de diferentes entes do governo federal, além de estados e de municípios. Freitas (2011) e Nobre e Torres (2013) registram o uso do Facebook como plataforma de divulgação de ações, de negócios, sejam esses dados oriundos de empresas ou de instituições públicas.

Aos poucos, as instituições se abrem para o diálogo nas redes sociais, permitindo que os usuários comentem, compartilhem e “curtam” suas publicações. Embora essas ações na rede pareçam se expor mais as instituições, elas também transmitem a transparência e a credibilidade das empresas, que não devem temer exposição e críticas que venham proporcionar o melhoramento em suas atividades (FREITAS, 2011, p. 93).

Essa abertura às contribuições advindas das redes sociais pode proporcionar avanços consideráveis para a comunicação socioinstitucional, sobretudo no sentido de desconstruir uma realidade praticamente onipresente em ambientes corporativos de abrangência pública ou privada: “precisamos resolver o problema da comunicação...” O mérito desta frase traduz uma ideia que não é difícil de ser testemunhada em ambientes diversos e que pode encontrar nas redes sociais uma estratégia eficaz de minimização ou mesmo superação do problema.

### **3.1 Sobre o WhatsApp**

A ideia é expandir o acesso a ferramentas digitais que contribuam com esse processo produtivo de geração e de circulação de informações. Nesta perspectiva, Girão (2019), Souza (2017), Abdalla (2021), Campines (2021), dentre outros, atestam a recente presença do

*WhatsApp* no processo comunicativo institucional, satisfazendo nestes espaços necessidades ainda mais interessantes que, de repente, o Facebook, não foi tão ágil em resolver. A celeridade, aliada com o multimodalismo (texto, hipertexto, vídeos, imagens, gráficos, áudio, pagamento...) desta ferramenta trouxeram ganhos ainda mais produtivos para a comunicação de negócios e de informação, “que contribui de forma significativa para o desenvolvimento do fluxo de comunicação” (SOUZA, 2017, p. 1).

Nesta lógica do planejamento estratégico comunicacional, existem inúmeras plataformas digitais, prontas para oferecer produtos eficientes de combates a barreiras dialógicas (SOUSA, 2016). Este estudo concentra-se nos aplicativos de mensagens instantâneas, de base multimodal, em específico o *WhatsApp Business*, versão específica que o aplicativo criou para organizações, que tem revolucionado o espaço empresarial, com a oferta gratuita de funcionalidades que agilizam trâmites, conversações, acordos, interatividades e informações, de modo fácil, ágil e seguro. Como é apontado em sua página principal, foi desenvolvido para satisfazer necessidades de pequenas a grandes empresas (*WhatsApp*, 2022, p.1). Com um público estimado de usuários em 2 bilhões pelo mundo a promessa de bons e concretos resultados é, de fato, fiável e verificável. Não por acaso o interesse nesta ferramenta sociocomunicativa está em crescente absorção pelo serviço público (SOUSA et al, 2016).

Oliveira (2022) traz dados representativos do que significa a marca/força do *WhatsApp* no Brasil. Segundo ele, o país é o segundo maior mercado deste APP no mundo, com aproximadamente 165 milhões de usuários, equivalente a 96,4% da população brasileira (conforme dados da pesquisa Digital 2021), o que torna a mídia de maior prestígio no território brasileiro. Nesta perspectiva, essa “plataforma é muito mais do que apenas um aplicativo de mensagens por aqui, é uma ferramenta poderosa de vendas e interação” (p. 1). Desde que chegou ao Brasil em 2009, o *WhatsApp* não para de crescer e de conquistar adeptos. Naquele ano, a métrica de usuários estava em 137 milhões, representando 91,7% da população nacional, de acordo com a Digital 2021. É considerado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) como um meio telemático, uma vez que articula em sua estrutura interna aspectos de telecomunicação e de informática.

Os dados aqui expostos demonstram concretamente que o *WhatsApp* é, de fato, uma ferramenta de trabalho e não por acaso a Lei 12.551, de 15 de dezembro de 2011, altera o art. 6º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), para equipar os efeitos jurídicos da subordinação exercida por meios telemáticos e informatizados à exercida por meios pessoais e diretos. Nesta perspectiva, esclarece Girão (2019, p. 27):

[...] os chamados "meios telemáticos" ou meios informatizados classificados como e-mail, mensagens de texto enviadas por meio de aplicativos como WhatsApp, Messenger, Skype e Telegram "são vistos como ferramentas de trabalho que, dependendo do uso e da finalidade, podem ser considerados trabalho à distância (...)

Essa informação endossa o complexo campo de atuação em que o *WhatsApp* conquistou, de uma simples rede social comunicativa, de assuntos informais, para tratativas de negócios, de trabalho, regulamentado até por órgãos do serviço público e amparado pelas vias jurídicas. Essa estudiosa destaca ainda o quanto esta rede sócio-trabalhista aproximou relações de diferentes hierarquias, contribuindo para o surgimento de novas dinâmicas de circulação de informações e produção de conteúdos.

A motivação da adesão a essa ferramenta no mundo corporativo diverso está na profícua associação entre performance e rendimento. De acordo com Goulart et al (2014), esses dois atributos do *Whatsapp* traduzem uma dinamicidade que muito contribui para o alcance produtivo e personalizado do cliente/usuário. E neste sentido, mesmo tendo ciência de que todos os canais possuem sua importância, a partir das competências e habilidades de suas configurações, é de notório saber que uma e outra ferramenta – de acordo com o nível de tecnologia embarcada – podem sobressair-se em relação às demais em determinadas linhas de atuação. Sob esta lógica, é possível perceber a importância qualitativa do *whatsapp* em relação ao telefone e ao e-mail no sentido de o primeiro reunir multimeios, como o texto, a imagem, o áudio, o vídeo, de modo bem mais prático de uso.

### **3.2 O caráter oficial do *WhatsApp Business***

É fato que as redes sociais, em suas diferentes tipologias, formatos e funcionalidades, já estão imersas na comunicação oficial de instituições de segmentos diversos: bancárias, governamentais, eclesiásticas, de ensino, de comércio, entre outras. E tudo isso graças à popularização da internet e, sobretudo, do tempo de audiência, de conexão que a população com acesso à rede possui no país. De acordo com SOUSA, et al (2016), esse paradigma de redes de contatos conectados promoveu e tem promovido forte influência na gestão de comunicação, a ponto de as assessorias abraçarem a causa para potencializar o alcance da informação, da interação, não somente no aspecto geográfico, mas também temporal (NOBRE; TORRES, 2023).

Mendes (2016) afirma que as redes sociais configuram-se como novos meios de comunicação em diversos níveis e que chegam a alcançar o status de promotoras da



comunicação pública, dentro da lógica da ciberdemocracia (LÉVY; LEMOS, 2010). Nesta lógica de pensar, é possível depreender do pensamento de Krieger e Ferreira (2022) que, na medida em que a rede social é usada por órgão governamental, por exemplo, com claro respeito ao princípio da democracia, da transparência dos atos, do direito à privacidade, bem como aos paradigmas que norteiam a administração pública, a saber: publicidade, moralidade, eficiência, impessoalidade e legalidade, então o caráter de oficialidade da ferramenta comunicativa é atestado e confiado pelos usuários, porque percebem com clareza o interesse público em todo o processo de tratativas. Essa confiança do usuário no canal de comunicação também se deve ao caráter profissional da conta em detrimento do pessoal.

Além desses fatores supramencionados que conferem a percepção de oficialidade às tratativas, está o vínculo institucional da versão business do WhatsApp, não apenas por quem fala, ou o cargo que assume ou mesmo de onde fala... todos esses pontos formam, sem dúvidas, um consórcio de identidade institucional, mas o fato de o número telefônico de cadastro da conta ser necessariamente nos setores do IFPB em Campina Grande o mesmo do ramal telefônico do setor do Departamento ou Coordenação diversa. Dessa maneira, a numeração telefônica ganha um *upgrade* no sentido que o usuário tem a possibilidade tanto de ligar, quanto de conversar pelo aplicativo de mensagens a ele vinculado e com um outro ganho: como ainda não há a logística de o gestor possuir um aparelho de celular institucional, o aplicativo é instalado no celular pessoal do gestor, o que gera tempo adicional de acesso, principalmente fora dos limites geográficos da instituição.

### **3.3 Sobre os Institutos Federais de Educação e a comunicação organizacional**

De acordo com o portal do MEC, os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia são instituições, pluricurriculares e multicampi, especializados na oferta de educação profissional e tecnológica (EPT). Os Institutos ofertam cursos de variadas modalidades, a saber: formação inicial e continuada (FIC), técnicos (integrados ao ensino médio e subsequentes a esse nível), superiores (licenciaturas, tecnólogos e bacharelados) e pós-graduação (*lato sensu* e *stricto sensu*). Foram criados a partir das antigas instituições federais de EPT, os CEFETs, por intermédio de adesão destes ao modelo proposto pelo Ministério da Educação, conforme pode ser observado no art. 5º de sua lei de criação: Lei nº 11.892/2008. Eles possuem obrigatoriedade legal de garantir um mínimo de 50% de suas vagas para a oferta de cursos técnicos integrados ao ensino médio. Além disso, deve garantir ainda o mínimo de 20% de suas vagas para atender a oferta de cursos de licenciatura (MEC,

2022).

Em âmbito administrativo, há um governo central em cada IF, que é a Reitoria. Em cada campus há três diretores (geral, de ensino e administrativo) e cada curso possui uma Coordenação, geralmente chefiada por um docente da área técnica. Pode haver também, conforme a dimensão de cada campus, chefias departamentais, Coordenações de áreas, pedagógicas, de assistência estudantil, de controle acadêmico, de estágio, dentre outras, com todas essas funções bem definidas em organograma hierárquico.

Na esfera comunicativa, na Reitoria, há uma Diretoria geral de comunicação, que comanda com diretivas para cada campus. Em cada unidade, há assessorias locais de comunicação. De modo geral, as ferramentas de comunicação interna são o e-mail institucional, ramal telefônico setorial, site, sistema unificado da administração pública (SUAP) e redes sociais (instagram, facebook...).

Do ponto de vista da comunicação organizacional, em âmbito de cada campus, as movimentações de gêneros jornalísticos da comunicação oficial são realizados pelos jornalistas da instituição e publicadas em site, blog, redes sociais diversas. Essas notícias são produzidas de modo mais geral, em relação às demandas de todos os setores. No tocante às tratativas de interação com o público ocorrem a partir das redes sociais e são encaminhadas para o setor de competência. Nesta perspectiva, a adesão de cada gestor de curso e setorial à ferramenta do WhatsApp Business contribuiu fortemente para ampliar a rede comunicativa e tornar necessariamente um comunicador de atos de sua pasta diante do público amplo de interesse.

Em conformidade com Sousa; Morais, Menezes; Feitosa (2022), é um imperativo que a comunicação orgânica qualifique ainda mais seu trabalho, a partir do investimento em tecnologias que favoreçam a circulação produtiva das informações, de modo que cada membro interessado no mérito esteja incluído na ciência dos fatos e do que se quer comunicar.

#### 4. METODOLOGIA

A presente pesquisa está contemplada na linha de pesquisa “gestão de pessoas no contexto público e redes públicas”, cujo viés toca em estratégias de comunicação institucional, por meio das TICs, responsáveis por criar/fomentar redes tecnossociais (OLIVEIRA, 2006), que aproximem produtivamente gestor educacional com perfis de públicos diversos, interessados em questões administrativas e pedagógicas.

Do ponto de vista metodológico, para alcançar o objetivo geral e os específicos, entendemos que esta pesquisa é do tipo qualitativa, uma vez que, a partir dos dados estatísticos, fornecidos pela plataforma *WhatsApp Business*, avalia-se a influência deste canal interativo na efetiva comunicação orgânica, sobretudo quando se compara com o e-mail institucional. Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se do questionário que – conforme Arias (2012, p.72) – trata-se de “uma técnica que visa obter informações fornecidas por um grupo ou amostra de sujeitos sobre si mesmos ou em relação a um determinado tópico”. O presente questionário é do tipo “autoaplicação”, já que é constituído por uma série de perguntas que serão respondidas, sem a presença do pesquisador. A aplicação foi realizada exclusivamente pela ferramenta *Google Forms*, elaborado com perguntas fechadas e abertas, com a finalidade de conhecer os dados necessários que respondam satisfatoriamente os objetivos da investigação.

Em sentido paralelo, utilizou-se o método da perspectiva da observação, em conformidade com o que entende Tamayo (2007, p. 193), como “aquele em que o pesquisador coleta dados por meio de sua própria observação”. Para isso, utilizando a metodologia de estudo de caso, foram selecionadas, além de chefia departamental, uma Coordenação bibliotecária e cinco Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio, do IFPB em Campina Grande, que fazem uso do tipo business do *WhatsApp* em suas tratativas com o amplo público que lhe é competente.

Considerando essa rede de oferta, nossa decisão de opção pelo corpus consultivo da modalidade integrado ao ensino médio deu-se em razão de o público amplo de competência envolver, no mínimo, cinco segmentos assim identificados: (I) pais/responsáveis por discentes menores de idade, (II) discentes, (III) docentes, (IV) gestores setoriais diversos em âmbito interno, e (V) parceiros sociais externos. Na prática, só o item “pais/responsáveis” já provoca uma grande demanda de tratativas diárias.

Dos 06 (seis) seis cursos técnicos, que são integrados ao ensino médio no campus retromencionado, 05 (cinco) deles trabalham com esse canal em conversações oficiais de sua

respectiva pasta. São eles: Mineração, Petróleo e Gás, Informática, Edificações e Química. Apenas a Coordenação do curso técnico em Administração, na modalidade PROEJA, no uso de suas atribuições discricionárias, optou por não utilizar esta ferramenta em suas estratégias comunicacionais. Para entender as motivações dessa não opção, julgamos pertinente incluí-la no rol de destinatários do questionário autoaplicativo. Além dessas Coordenações de cursos, o campus possui um Departamento de ensino técnico, que gerencia - como chefia imediata - cada uma dessas seis pastas e que também faz uso do *WhatsApp Business*. Também foi incluída no rol de setores a Coordenação da biblioteca do campus. Dos que usam esse aplicativo de mensagens em estudo, foi solicitado acesso aos seguintes dados das respectivas contas:

- Logomarca/imagem do perfil da Coordenação;
- Horários de atenção;
- Mensagens automáticas de boas-vindas e de ausências;
- Estatísticas (quantitativo de mensagens enviadas e recebidas). Esses dados estatísticos são fornecidos pelo próprio canal em sua seção de configurações.

Já sobre a conta do e-mail institucional, vinculado a uma conta institucional/corporativa do Gmail, utilizada histórica e tradicionalmente, por todas as seis Coordenações de cursos retrocitadas, foi solicitado acesso específico a dados estatísticos de mensuração de mensagens enviadas e recebidas em determinado período. Esses dados são fornecidos por relatórios do próprio Google.

Pelo viés dedutivo, em que verdades particulares de um objeto de estudo, por exemplo, estão “contidas em verdades universais”, nos termos de Cervo *et al* (1983, p.41), está no horizonte de possibilidades afirmar que aplicativos de mensagens instantâneas caracterizam comunicação eficiente e produtiva nestes tempos atuais em que a perspectiva de comunicar é mais do que simplesmente emitir informação, é principalmente socializar, compartilhar com status de interagir, experienciar conjuntamente, com foco no cidadão, no usuário e não apenas na massa (DUARTE; MONTEIRO, 2009, p. 347).

Diante do problema formulado e da hipótese registrada, partimos para observação, ponderação e análise, a fim de interpretar o fenômeno de potencialização comunicativa do aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*, em sua versão business, guiados pelas contribuições de Ludke e André (1986), quando dizem que, para fazer uma pesquisa/um estudo, necessário se faz confrontar dados, evidências e informações coletadas sobre determinado assunto e o conhecimento adquirido sobre ele.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O corpus analítico desta pesquisa é constituído por sete setores de gestão acadêmica do IFPB em Campina Grande: uma chefia departamental, uma gestão bibliotecária e cinco Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio. Cada um desses espaços de gerência forneceu relatórios referentes a estatísticas específicas de dois canais de comunicação oficial de suas pastas: e-mail acadêmico-institucional e *WhatsApp Business*.

Esses dados relatoriais são fornecidos pelas próprias plataformas e as informações estatísticas dizem respeito às métricas de mensagens enviadas e recebidas, durante certo período de tempo, pelo respectivo público de competência de cada setor. Dado o alto volume de mensagens, na práxis consultiva do corpus, não foi possível mensurar com qual segmento (pais/responsáveis, alunos, docentes, gestores internos e parceiros sociais) houve mais trocas de mensagens.

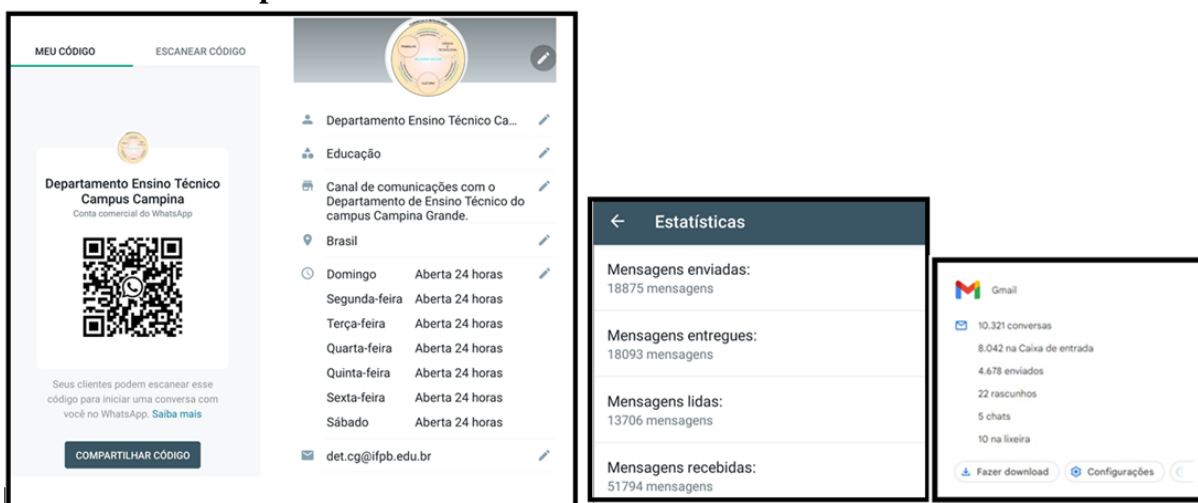
Neste sentido, apenas é possível conjecturar – levando em consideração que o quantitativo de alunos e de seus respectivos pais/responsáveis são flagrantemente maior que o número de docentes, coordenadores locais e parceiros sociais – que cada gestor pode ter sido demandado mais por alunos e pais do que pelos demais.

Em conformidade com o critério da observação, nos termos de Tamayo (2007), esse procedimento observatório foi realizado a partir a análise do comportamento dos números de ocorrência das mensagens do *WhatsApp* e do e-mail institucional, a partir do respectivo relatório estatístico disponibilizado pelos canais, na tentativa de responder à questão-problema retromencionada.

### **Perfil 01 – DET-CG (83 – 2102-6253)**

A apreciação a seguir refere-se aos dados da gestão departamental de ensino técnico (DET-CG). Esse Departamento, na hierarquia setorial do ensino campus, está posicionado como chefia imediata de cada uma das Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio. O perfil identitário do *WhatsApp Business* bem como os dados do E-mail institucional estão dispostos a seguir:

## Quadro 2 – Perfil/Informações das contas do *WhatsApp Business* e de E-mail institucional do Departamento de Ensino Técnico



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([det.cg@ifpb.edu.br](mailto:det.cg@ifpb.edu.br)).

Esse canal do DET-CG iniciou suas atividades de tratativas com membros da comunidade diversa interna (gestores, professores, alunos, servidores em geral) e externa (pais/responsáveis, parceiros sociais, empresas...) dentro do ano pandêmico de 2021, em 16 de abril. O canal foi vinculado ao número do telefone setorial: (83) 2102-6253. Desta data até 16 de novembro de 2022, totalizando 01 (um) ano e 07 (sete) meses, temos as seguintes métricas de movimentações, considerando a comunidade ampla, em favor de uma acessibilidade informacional mais eficiente e rápida aos interessados:

Desse universo de 18.875 (dezoito mil, oitocentos e setenta e cinco) mensagens enviadas pelo remetente departamental, 95,8% (18.093) foram entregues ao destinatário final. Considerando as instabilidades técnicas de tráfego de rede e outras possíveis variáveis, a taxa de entrega é significativamente alta. O cenário também é favorável, quando se compara a relação entre o quantitativo de mensagens entregues e o de lidas (13.706) pelo internauta do canal: 75,7% das informações emitidas chegaram com sucesso à tela de entrada do aplicativo. Sobre a relação distintiva entre mensagem entregue e mensagem lida, Cosseti (2022, p.1) diz que a aparição de apenas um ícone de acerto (✓) indica “mensagem enviada com sucesso”, ou seja, a plataforma de origem teve êxito em disparar a informação. Quando aparecem dois ícones repetidos (✓✓), então temos o significado de que a mensagem então remetida foi entregue com êxito ao aparelho do/s destinatário/s. E quando esses dois ícones (✓✓) estão na cor azul, então concluímos que a mensagem foi visualizada/lida pelo/s receptor/es esperado/s.

Retomando a análise numérica anterior, um dado arremata em definitivo a força

propulsora do WhatsApp: mais de cinquenta e um mil mensagens (51.794) foram enviadas por remetentes de perfis diversos e recebidas pela Chefia departamental, composta apenas por um gerente, no período de um ano e sete meses. Convém destacar que a natureza das mensagens de WhatsApp são diferenciadas em relação ao que se envia para o e-mail, por exemplo. No APP de mensagens instantâneas, as mensagens que tratam sobre um mesmo assunto tendem a ser fragmentadas em relação ao formato mais integral do e-mail, e cada informação dividida/fracionada é contabilizada como uma e, conseqüentemente, na medida em que requer mais atenção e demanda por parte do gestor-respondente, proporciona mais ganho qualitativo para o perguntador, porque certamente - durante aquele tempo de audiência – ele/ela consegue a resposta necessária para o que queria.

Do ponto de vista da visão de identidade da conta departamental do WhatsApp Business, é possível constatar a presença de logomarca específica, que traz imagem do perfil do DET-CG. Estão especificados também os horários de atendimento virtual que, no caso em estudo, aparece o registro de segunda a domingo, em faixa de horário superior a 12h por dia.

Verifica-se também a presença de mensagem de agradecimento pelo contato e de espera, nos seguintes termos: “Departamento de Ensino Técnico do IFPB – campus Campina Grande agradece seu contato. Aguarde que, em tempo, responderemos”.

Quando comparamos essas estatísticas com as métricas do e-mail institucional do setor ([det.cg@ifpb.edu.br](mailto:det.cg@ifpb.edu.br)), percebemos com clarividência o porquê de parcela majoritária, interessada nos assuntos inerentes ao ensino técnico do IFPB em Campina Grande, ter aderido também à comunicação via WhatsApp. Eis os dados:

Considerando o período macro de 09 de fevereiro de 2015 a 22 de novembro de 2022, temos que, num total de 07 (sete) anos e 09 (nove) meses, foram movimentadas 10.321 (dez mil, trezentos e vinte e um) conversas de perfis diversos de público, interno ou externo ao campus. O fluxo promovido pelo WhatsApp é bem mais interativo e dinâmico que o e-mail, sem deixar de perder de vista o fato de que as conversações, embora mantidas em meio informal, possui status de oficial. Para verificar mais de 51.000 mensagens recebidas de perfis diversos de público, algo em torno de 90 comunicados por dia, no período de um ano e meio, certamente o gestor plantonista extrapolou, por vontade própria, seu direito à desconexão, ou seja, de não ter obrigação de responder a tratativas após seu horário diário de expediente.

Esse cenário de movimentação de conversas/mensagens – todas dinamizadas sob o status de institucional/oficial – confirma o que Duarte e Monteiro (2009) chama de comunicação potencializada, em que se alcança um nível importante e interessante para o usuário, no sentido de interação “comunidade-gestão” e fluidez da informação em tempo real:

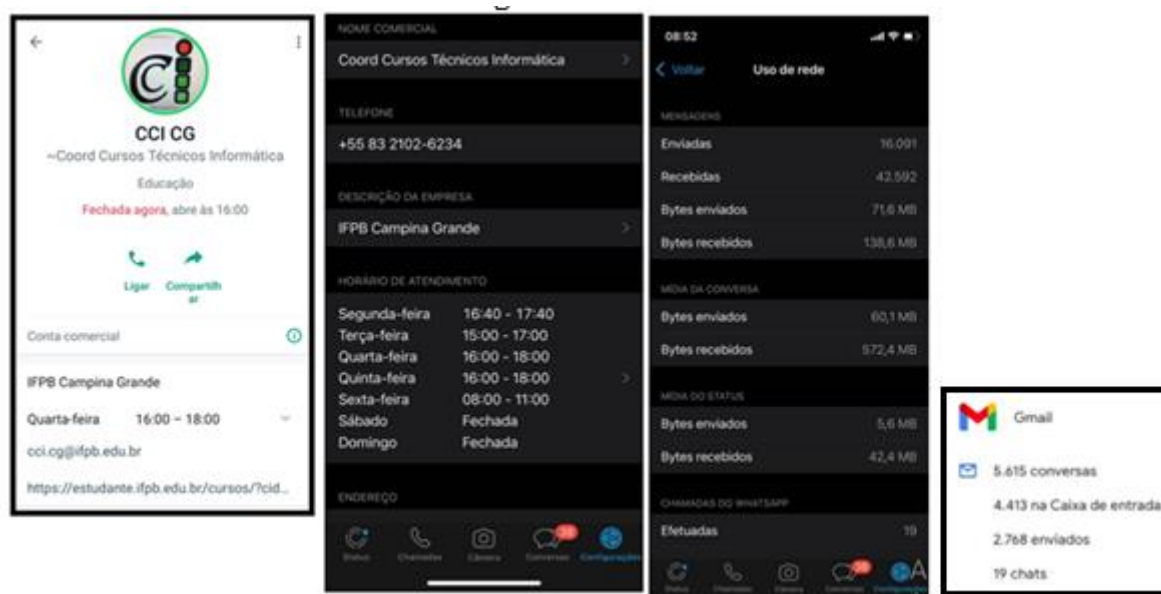
A informação representa hoje a matéria-prima primordial para alimentação dos sistemas constituídos pela sociedade e por suas organizações. Vivemos em um mundo dinâmico, em que os indivíduos estão em constante movimento; onde as organizações são mais flexíveis e abertas à atuação em redes muitas vezes efêmeras. Trata-se de uma nova sociedade, reconstruída sobre novas bases, com novas estruturas de informação, novas tecnologias de comunicação, novas formas de interação, novas dinâmicas de poder (DUARTE e MONTEIRO, 2009, Pp. 336-337).

Eis uma constatação da realidade atual sobre os avanços promovidos pelas tecnologias da informação e comunicação. Toda essa dinamicidade e flexibilidade exigidas repercutem diretamente no fazer comunicativo diário, que necessita da adaptação necessária aos novos formatos e aparelhos propostos, sob pena de prejuízos diversos na movimentação da informação.

### Perfil 02 – CCI-CG (83 – 2102-6234)

A partir deste perfil, seguem apreciações de dados de cinco Coordenações de cursos técnicos integrados ao ensino médio, ofertados pelo campus de abrangência desse estudo. Em cada quadro a seguir, temos informações das contas do aplicativo de mensagens instantâneas, objeto de análise desta discussão, e do E-mail institucional de cada setor. Esses dados são fornecidos em modo de relatório estatístico, disponibilizados por cada uma destas plataformas de comunicação.

### Quadro 3 – Perfil e Informações das contas do *WhatsApp Business* e do E-mail institucional do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Informática



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([cci.cg@ifpb.edu.br](mailto:cci.cg@ifpb.edu.br)).



A leitura dos itens “Enviadas” e “Recebidas”, pela versão business do WhatsApp funcional da Coordenação dos cursos técnicos em Informática aponta para quase 43.000 mensagens recebidas de seu potencial público de interesse: estudantes, professores, gestores, pais/responsáveis, parceiros sociais e também empresários, interessados em captar demandas discentes para programas como Jovem Aprendiz, primeiro emprego e estágio. Mais de 16.000 mensagens foram disparadas da Coordenação do curso para o público amplo de interesse e todo esse processo entre 20/04/2021 e 14/11/2022.

Um destaque interessante que ajuda a compreender o tamanho/significado da movimentação de tratativas desta pasta é o fato de esse curso neste período ser o que menos possui turmas em relação aos demais da mesma modalidade (técnico integrado ao ensino médio). São apenas três para cada período letivo de 2021.1 e de 2022.1, com média de 45 de alunos por sala. Na prática, por tendência, é possível que tenha ocorrido muitos diálogos com membros não-discentes, o que reforça o caráter expansivo da ferramenta.

Nesta perspectiva da expansividade, são muito contributivas as análises de Curvello (2012), quando aborda as perspectivas de comunicação, do ponto de vista das direções/fluxos de saída e de chegada das informações. Neste sentido, o estudioso coloca que podem ocorrer fluxos comunicativos ascendentes, descendentes e transversais. Conforme descrito pelo autor, a diretriz descendente é aquela que parte da gestão para os atores que são gerenciados. Já ascendente faz o processo inverso: parte dos liderados para a gerência e essa mesma lógica acontece também entre os próprios gestores na escala hierárquica. Um terceiro fluxo, apontado pelo autor, tem uma importância estratégica interessante. Trata-se do fluxo transversal que – segundo sua descrição – tende a subverter as hierarquias, uma vez que permite o fluxo conversacional entre a central e diferentes funcionários/servidores, alunos, professores, departamentos. Neste tipo, as setas indicativas da saída e da chegada de informações são variadas e a garantia de atendimento a público diverso, seja de que nível hierárquico for, é bem mais viável e satisfatório.

Do ponto de vista das características da conta, constatamos que a Coordenação faz uso de logomarca identitária, impessoal e associativa ao perfil institucional específico, o que transmite para o usuário a sensação de certeza de que está falando oficialmente com o IFPB em Campina Grande. Sobre registro de disponibilidade, está publicada uma faixa de horário de presença síncrona da coordenadora do curso no aplicativo: das 16h às 18h. Essa informação tem seu lugar de imprescindível, sobretudo porque disciplina o público virtual a organizar-se para interagir com a chefia do curso em tempo real, já que pelo modo assíncrono o interessado possui liberdade maior para registrar sua demanda.

Verificamos também registro de mensagem de boas-vindas/ausência, com a seguinte redação: “Agradecemos sua mensagem. Não estamos disponíveis no momento, mas entraremos em contato assim que possível”. Registro desta natureza possui efeito bastante positivo na interlocução, porque cria um ambiente de acolhimento, de aceite da presença virtual alheia, na lógica do “aguarde, que você será atendido”. Quando o atendimento efetivar-se, o usuário certamente terá o sentimento de tratativa realizada com sucesso, adicionada da percepção do quanto de ganho dialógico há na interação com o próprio gestor, ao invés, por exemplo, do tipo de atendimento gerenciado por um robô.

### **Fluxos do e-mail institucional**

Historicamente, no processo comunicativo de setores do campus, o e-mail setorial era a mídia comunicativa mais usada nas tratativas com o público amplo. Isso só está sendo alterado com o uso cada vez mais consolidado do WhatsApp Business. No caso da Coordenação dos cursos técnicos em Informática, pelos dados relatoriais, temos movimentação de mais de 5.600 mensagens da ampla procura, desde 06 de março de 2013. Métrica e dinamicidade muito inferiores ao que apresenta a versão business do WhatsApp. Constata-se um volume alto de informações, gerenciadas pela gestão da pasta, com relação ao uso do aplicativo. Certamente essa quantidade de informações não seria tão interacionista e eficaz se fosse tratada exclusivamente pelo e-mail institucional.

### **Perfil 03 – CCPeG-CG (83 - 2102-6238)**

Um outro setor que teve suas mídias comunicativas pesquisadas foi a Coordenação do curso técnico integrado ao ensino médio em Petróleo e Gás. A relação métrica entre o quantitativo de tratativas realizadas a partir de e-mail institucional e do aplicativo de mensagens rápidas, na versão business do WhatsApp, demonstra claramente a predominância deste último veículo interativo e dialógico. No canal business da Coordenação do curso, mais de 8.300 mensagens foram administradas pela Coordenação, considerando o conjunto universo apto a interessar-se por temas ligados a este curso, no período de 31/03/2022 a 14/11/2022. Outro ponto de destaque é a relação entre mensagens enviadas, entregues e lidas, que reforça a audiência produtiva em relação o que a gerência do curso tem a dizer para sua comunidade virtual.

No tocante ao ponto da identificação da conta institucional, perante seu público remoto, verifica-se que é utilizada logomarca, com imagem associativa ao canal comunicativo

do curso. Há também registro de horários de atenção ao público, bem como há redação sobre boas-vindas e ausência provisória: “Agradecemos sua mensagem. Não estamos disponíveis no momento, mas entraremos em contato assim que possível”.

#### **Quadro 4 – Perfil e Informações das contas do *WhatsApp Business* e do E-mail institucional do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Petróleo e Gás**



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([ccpg.cg@ifpb.edu.br](mailto:ccpg.cg@ifpb.edu.br)).

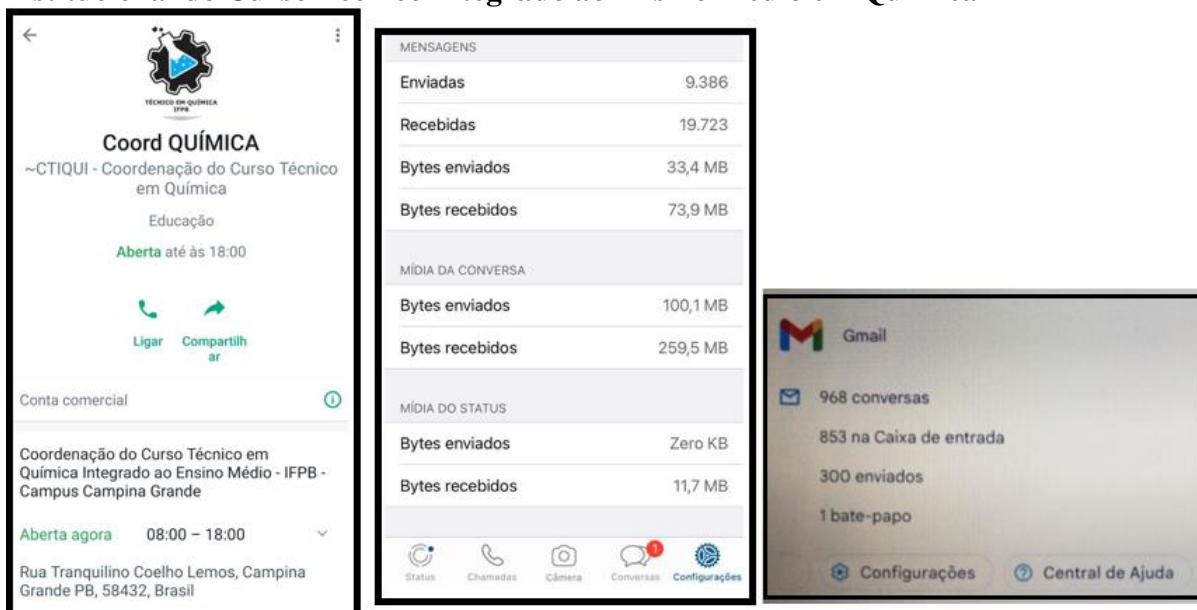
#### **Dados do e-mail institucional**

Segundo dados fornecidos pela Coordenação do curso, extraídos diretamente do relatório do Gmail, mais de 1.800 conversas entre público e gerência foram movimentadas entre o período de 03/10/2013 a 14 de novembro de 2022. A constatação comparativa evidencia opção deliberada do público que compõe a abrangência de interesse nas questões específicas deste curso no canal de WhatsApp. Esses números atestam, em consonância com Cristóvão, Saikali e Silva (2020), em matéria de gerência comunicativa, temos uma gestão de resultados, com prestação de serviços diferenciada para o usuário.

#### **Perfil 04 – CTIQUI-CG (83 - 2102-6259)**

A Coordenação do curso técnico integrado ao ensino médio em Química também foi um dos setores que, no uso de suas atribuições discricionárias, decidiu por fazer uso de uma plataforma de comunicação sócio-interacionista mais dinâmica e prática, como é o WhatsApp que, segundo Luna (2018, p. 06), “é mais econômico, célere, eficaz, idôneo e legal”. No período de 20 de agosto de 2021 até 14/11/2022, o aplicativo de mensagens mais de dezenove mil conversas, pulverizadas por destinatários diversificados, conforme tela a seguir:

### Quadro 5 – Perfil e Informações das conta do *WhatsApp Business* e do E-mail institucional do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Química



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([química.cg@ifpb.edu.br](mailto:química.cg@ifpb.edu.br)).

A identidade gráfica da conta reforça o aspecto oficial do instrumento comunicativo. Há a presença de logomarca e informação de horário regular de atendimento ao público. Também há registro de mensagem automática de recepção, com a seguinte redação: “Coordenação do curso técnico em Química agradece seu contato. Como podemos ajudar?”. Nos termos de Bower e Christensen (1995), gestores que buscam inovar em alguma ação estratégica, que rompa com o script estabelecido em busca de avanços e soluções mais efetivas contemplam a ideia do termo “disruptivo” e, nesta perspectiva, conforme De Santana e Machado (2019, p. 03), “O aplicativo WhatsApp é um modelo de comunicação disruptiva, pois modificou profundamente a comunicação entre as pessoas”.

No tocante aos dados de articulação de informações do e-mail institucional da Coordenação do curso, temos a circulação de apenas 968 conversas até 14/11/2022, conforme relatório-Gmail. Esses números reforçam a busca ativa da comunidade interessada nos assuntos específicos do curso em discussão na plataforma de mensagens rápidas e interativas, capaz de responder de modo mais ágil e prático suas demandas.

#### Perfil 05 – CTIED-CG (83 - 2102-6260)

A Coordenação do curso técnico integrado em Edificações, no âmbito de seu planejamento estratégico de comunicação interna e externa, também experimentou a ferramenta do WhatsApp como alternativa de dinamização de conversas sobre as ações e

necessidades do curso. De algum modo, tanto o gestor, quanto o público de abrangência do curso, percebem a imperiosa necessidade de uma perspectiva de comunicação que responda em tempo mais ágil e com interação mais ativa suas demandas diárias.

Em termos numéricos, enquanto a conta institucional do e-mail registra 1.369 (um mil trezentas e sessenta e nove) conversas realizadas, as estatísticas do WhatsApp Business, no período de um ano e cinco meses, apontam um montante de 3.029 (três mil e vinte e nove) mensagens recebidas. Essas métricas consolidam um cenário favorável para as trocas e compartilhamentos de informações úteis ao público (ZÉMOR, 2009), que colocam a comunicação pública numa posição positiva diante dos cidadãos que buscam informações.

**Quadro 6 – Perfil e Informações das contas do *WhatsApp Business* e do E-mail institucional do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Edificações**



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([ctied.cg@ifpb.edu.br](mailto:ctied.cg@ifpb.edu.br)).

As características identitárias presentes são a logomarca, que remete a uma imagem alusiva à área técnica do curso e horário de atendimento. Não se verificou a existência de mensagem automática de acolhimento. O fato é que, quando os paradigmas atuais de comunicação e informação, e as tecnologias exigem nova postura de gestores, e essa resposta é prontamente atendida, o ganho é flagrante e o compromisso com a responsabilidade da informação é cada vez mais crescente. Dentro das competências do gestor, diante das TICs, a eficiência em todo o processo também depende do que Santos (2017) chama de linguagem *on line* e práticas digitais, ou seja, sabedor desse tipo de linguagem tecnológica e aberto à prática digital, o gerente público ou empresarial consegue conduzir com proficiência os trabalhos comunicativos.

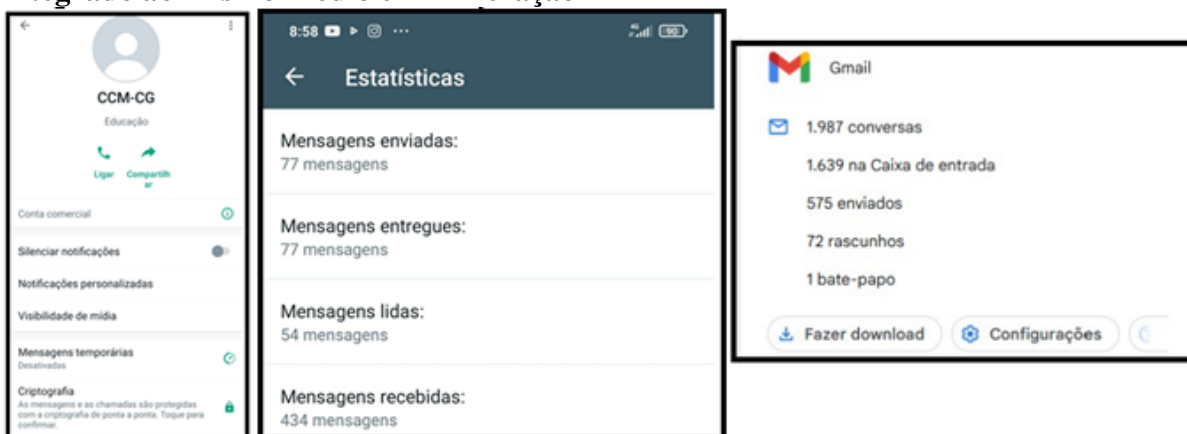
### Perfil 06 – CCM-CG (83 - 2102-6224)

Dois setores apontaram movimentações de informação maiores no e-mail institucional em relação ao aplicativo de mensagens. Trata-se da Coordenação do curso técnico integrado em Mineração e da Coordenação da Biblioteca do campus. No caso do setor de Mineração, a transitividade de informações, pelo aplicativo de mensagens em estudo, foi de apenas 434 (quatrocentos e trinta e quatro) conversas, durante o período de 31/01/2022 a 14/11/2022. Já o e-mail institucional registra 1.987 (hum mil novecentos e oitenta e sete) mensagens movimentadas, com destaque para o fato de ser numa faixa de período maior que os 10 meses de atuação do *WhatsApp*. Por este ângulo de vista, e considerando a proporcionalidade temporal, ainda seria possível afirmar que o app de mensagens foi mais utilizado.

Também é possível analisar qualitativamente uma comparação de funcionalidades entre esses dois canais que endossa a força do app de mensagens rápidas: No e-mail, há o recurso do bate-papo e no caso da Coordenação de Mineração, há apenas uma ocorrência registrada. Se considerarmos o *WhatsApp* como uma ferramenta de bate-papo amplificada, sofisticada, porque possui tecnologia embarcada (SANTOS, 2017), podemos afirmar que ainda assim houve ganho, se pensarmos que houve superávit de conversações em relação a esse item em específico.

Sobre esse aspecto, Barton; Lee (2015) afirmam que o propósito inicial do *WhatsApp* era justamente para conversações, bate-papos em âmbito mais familiar, mas que conseguiu ser reaproveitado como ferramenta de trabalho corporativo, devido à estrutura diferenciada que lhe permite uma dinamicidade distinta.

### Quadro 7 – Perfil e Informações da conta do *WhatsApp Business* do Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Mineração



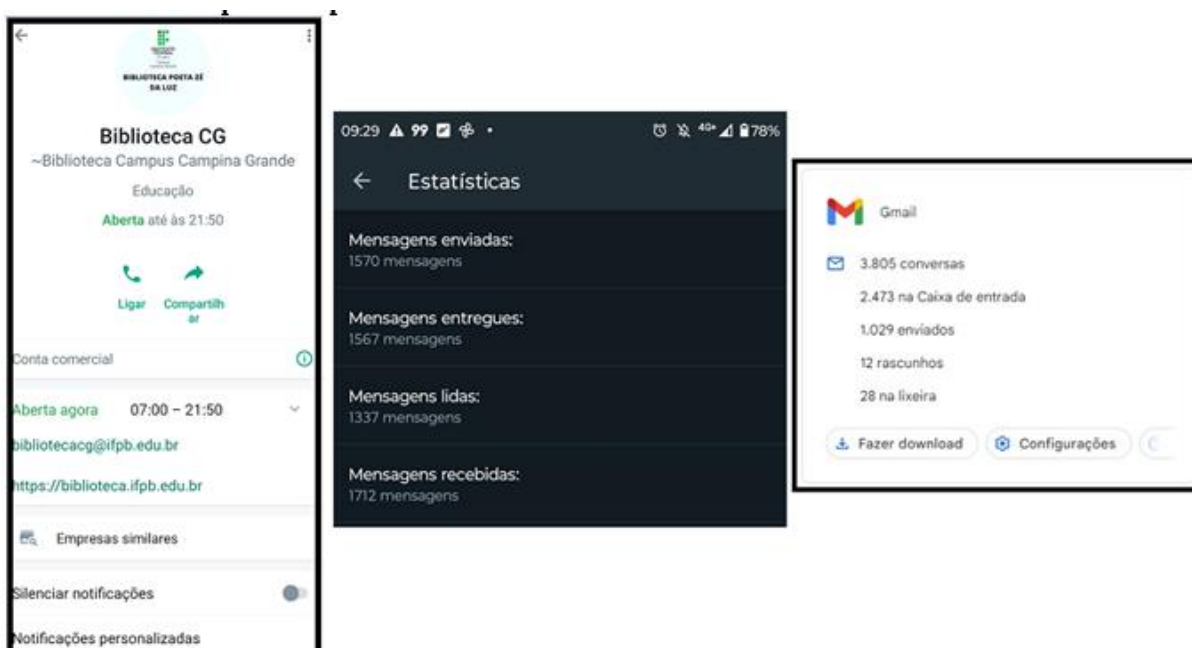
Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional ([ccm.cg@ifpb.edu.br](mailto:ccm.cg@ifpb.edu.br)).

Do ponto de vista do perfil de identidade da conta, diante do público potencial de abrangência, verifica-se que não há logomarca remissiva para o curso, como também estão ausentes informações como mensagem automática de saudação inicial da tratativa e indicação de horário de atenção aos méritos de cada mensagem. Numa análise panorâmica dos números do *WhatsApp*, com foco na baixa quantidade de mensagens enviadas, é possível também afirmar que neste setor a ferramenta ainda está em fase inicial de consolidação, mas que já representa, dentro da proporcionalidade de uso, uma alternativa de canal de diálogo com a gestão do curso.

### Perfil 07 – CB-CG (83 - 2102-6222)

Esse perfil que encerra os setores refere-se à Coordenação da biblioteca do campus e atende a todo o contingente de alunos do estabelecimento de ensino de Campina Grande. Mesmo com métrica a menor do *WhatsApp Business* em relação à conta do e-mail institucional, é possível afirmar que a adesão à ferramenta de tratativas mais instantâneas, interativas e em tempo real significa reconhecimento utilitário do canal nas demandas diárias.

### Quadro 8 – Perfil e Informações das contas do *WhatsApp Business* e do E-mail institucional da Coordenação da Biblioteca do campus Campina Grande



Fonte: seção de configurações do *WhatsApp Business* / Conta do e-mail institucional

[bibliotecacg@ifpb.edu.br](mailto:bibliotecacg@ifpb.edu.br)

Os dados da conta de mensagens instantâneas apontam que a Coordenação da Biblioteca “Poeta Zé da Luz”, do IFPB, em Campina Grande, possui mais mensagens movimentadas no e-mail institucional do setor (3.805), dentro do período de 09/10/2007 a 23/11/2022, do que no *WhatsApp Business* (1712), sendo o período de uso desta ferramenta, compreendido entre 09/04/2021 a 23/11/2022. Novamente, se balizarmos nossa discussão para a proporcionalidade do tempo de cada canal, constatamos preponderância do *WhatsApp*, tendo em vista que, em um ano e sete meses, houve um montante considerável de tratativas, em relação mais de quinze anos de uso do e-mail institucional. Por esta lógica, a volatilidade comunicacional deste app de mensagens instantâneas é intensa.

De acordo com informação pública da Coordenação da Biblioteca, o serviço de solicitação de ficha catalográfica é exclusivamente atendido via e-mail institucional. Mesmo com a alternativa de contato pela ferramenta de interação mais rápida, há determinadas situações que exigem formalização em canais institucionais de consolidação mais concreta, como o e-mail setorial/acadêmico e também porque – do ponto de vista de repositório virtual, bem como de pesquisa de mensagens pretéritas, a conta de e-mail é bem mais eficaz e prática. O que nossa análise evidencia neste estudo é o ganho aditivado às mídias e canais que já cumprem seu papel, no tocante à interação mais ágil e multimodal (áudio, texto, imagem, vídeo...) numa única conta e em tempo real.

Nesta perspectiva, Rodrigues, Silva e Marques (2022) afirma que empresas e instituições públicas têm percebido que investir em tecnologias sociais é ter acesso a um combo de oportunidades que certamente traz resultados interessantes: seja de modernização do processo comunicativo, de aproximação do público que está na ponta à gestão, da dinamização digital no trabalho corporativo, entre outros benefícios.

Diante dos expressivos números que caracterizam a frequência modulada do *WhatsApp Business*, favorecendo a geração e circulação de tratativas em tempo real, é cabível provocar reflexões na gestão alta do campus e do próprio Instituto, no sentido de avaliar cenário de inclusão desta ferramenta no planejamento estratégico institucional, como uma ação orgânica e regulamentada, tendo em vista a adesão produtiva do público em geral a essa forma remota de interação.

Dentro desta perspectiva de regulamentação, é conveniente e a elaboração de política institucional de uso, tanto por parte do gestor, quanto do público diverso, a fim de que sejam evitados possíveis constrangimentos e excessos comportamentais. Ações assim tendem a aumentar a sensação do status de oficialidade da ferramenta no ambiente organizacional. E Para que tudo seja pensado, rumo a uma possível implementação, necessário se faz que a



gestão alta do Instituto recomende em sentido orgânico melhorias e contingências, relacionados ao uso do *WhatsApp* por gestores do campus.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso do *WhatsApp* na comunicação de setores gerenciais do IFPB – campus Campina Grande – é uma ação recente, motivada pelo momento pandêmico vivenciado, o que ocasionou suspensão das atividades presenciais e, conseqüentemente, ensino e gerenciamento remoto. Não houve um planejamento sistemático do uso dessa ferramenta entre gestores da instituição. É acertado dizer que cada gestor utilizou essa ferramenta de modo discricionário e esse aceite permanece assim atualmente, até que uma regulamentação, em âmbito de Reitoria, seja formalizada. Conforme demonstrou as análises, esse aplicativo de mensagens instantâneas tem provocado repercussão visível/verificável das redes sociais no potencial comunicativo de empresas e de instituições públicas, quanto ao favorecimento à geração e circulação de informações.

Essa estrutura multimídia tende a humanizar mais a relação entre o cidadão e a instituição, mesmo separados presencialmente, do que se as interações fossem apenas por meio do telefone ou mesmo do e-mail. É inegável que o ideal da interação humanizada está na presencialidade, entretanto, em situações e contextos em que isso não seja possível/adequado, poder receber uma alternativa que mais se aproxime do presencial, porque reúne várias mídias, e com mesmo poder de resolutividade, de fato, é um ganho funcional muito importante para a instituição, porque não gera descontinuidades qualitativas. Um outro dado positivo do ganho com esta plataforma, do ponto de vista funcional-comunicativo, está no aumento de participação de pais/responsáveis de/por alunos menores de idade, que residem em regiões longínquas, em relação à sede do campus. O uso do aplicativo de mensagens, além qualidade e comodidade no trato dialógico, proporciona economia de deslocamento e taxa de ligação para o telefone setorial.

E, conforme discutido em tópico anterior, toda esta apologia ao *WhatsApp* não pretende demonstrar ineficiência de outros canais, a exemplo da conta de e-mail institucional. É, inclusive, sabido por quem o gerencia, que o e-mail, enquanto repositório virtual, consegue ser bem mais organizado e eficiente em relação ao app de mensagens.

Quando um gestor decide alterar sua estratégia comunicativa de um canal estruturalmente estático, para um outro de natureza polivalente, porque congrega várias mídias, com rapidez, precisão e oficialidade, então é possível afirmar que temos neste gerente muito mais que uma simples postura, temos uma mentalidade estratégica de comunicação, além do compromisso com o acesso à informação. Para Josgrilberg e Lemos (2009), as TICs

promovem mudanças de hábitos e, sobretudo, mudanças entre o que é público e privado. E chama a atenção para um ponto: a radicalização da convergência digital expressa pelo celular do tipo smartphone que, Presser; De Lima; Da Silva (2021, p. 03) chama “teletudo”, presente no trabalho cotidiano de servidores em geral.

Pelo exposto, portanto, os dados desse estudo apontam para a pertinência de esse tema constar no plano de desenvolvimento institucional, a fim de otimizar a comunicação interna e externa, com a sistemática e organizada imersão nas tecnologias da informação, cujo objetivo primaz é tornar o processo comunicativo cada vez mais fluente, proximal e resolutivo.

Do ponto de vista das limitações da pesquisa, temos ciência de que essa discussão poderia abranger todos os setores gerenciais do campus que envolvem locais de gestão relacionados com as áreas (I) do ensino (Direção de ensino, chefias departamentais, biblioteca, Coordenação pedagógica, de assistência estudantil, de controle acadêmico, de atendimento a pessoas com necessidades especiais, de educação a distância, Coordenações de cursos de modalidades FIC, PROEJA, Técnico (integrado ou subsequente ao médio), Superior, Especialização, Mestrado); (II) da administração (setor de compras e licitações, contabilidade, almoxarifado, gabinete médico, de transportes, da gráfica e (III) e da Direção geral do campus, que envolve uma gama de outros setores na hierarquia.

Houve dificuldades de coleta de dados de uma comunidade de líderes gerenciais tão ampla e tão diversa. Por isso que limitamos o *corpus* de consulta a cursos técnicos integrados ao ensino médio, ligados ao Departamento de ensino técnico, além da biblioteca. É fato que, como a adesão ao uso da ferramenta comunicativa foi discricionária, sem diretiva central da gestão institucional, inúmeros setores não fizeram uso e daí surge a expectativa de continuidade desta discussão, uma vez que pode-se partir para analisar as razões qualitativas da não adesão.

Outra frente de continuidade do estudo reside na possibilidade de regulamentação desta mídia do ponto de vista orgânico, considerando que deixar esse aplicativo sem política de uso pode acarretar problemas futuros ainda não detectados neste período de análise. Enfim, o avanço proporcionado pela versão *business* do *WhatsApp* está constatado e a discussão sobre isso permanece em aberto, sempre com a visão de aprimoramentos, dentre eles a formalização de uso, por parte da gestão ampla do IFPB.

## REFERÊNCIAS

- ABDALLA, Miguel Dias. **O whatsapp na comunicação interna: desenvolvimento de ferramenta de diagnóstico de uso do aplicativo em ambiente organizacional a partir do caso Sebrae-MA**. 2021. 159 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação-Mestrado-Profissional/PPGCOMPRO) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís.
- ANTUNES, Ricardo. **Coronavírus: o trabalho sob o fogo cruzado**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- Arias, F. G. **El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica**. 6. ed. Caracas: Episteme, 2012.
- BARTON, David; LEE, Carmen. **Linguagem online: textos e práticas digitais**. Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- Bancovsky, Renata. **Formação e prática de gestão escolar com o uso das tecnologias**. 2008. 230 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- BIANCHINI, Letícia Dufloth et al. **Competências digitais no campo de públicas: a formação de gestores públicos do século XXI**. *NAU Social*, v. 11, n. 20, p. 21-36, 2020.
- BOWER, Joseph L.; CHRISTENSEN, Clayton M. *Disruptive technologies: catching the wave*. 1995.
- CAMPINES, Francisco. **WhatsApp Business como estratégia de marketing em restaurantes durante la pandemia COVID-19**. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, v. 8, n. 2, p. 88-104, 2021.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: MacGraw-hill, 1983.
- Cristóvam, José Sérgio da Silva, Saikali, Lucas Bossoni e Sousa, Thanderson Pereira de. **Governo Digital na Implementação de Serviços Públicos para a Concretização de Direitos Sociais no Brasil**. Sequência (Florianópolis) [online]. 2020, n. 84 [Acessado 8 Novembro 2022], pp. 209-242. Disponível em: <<https://doi.org/10.5007/2177-7055.2020v43n89p209>>. Epub 08 Jun 2020. ISSN 2177-7055. <https://doi.org/10.5007/2177-7055.2020v43n89p209>.
- CUNHA, Maria Alexandra Viegas Cortez da; MIRANDA, Paulo Roberto de Mello. **O uso de TIC pelos governos: uma proposta de agenda de pesquisa a partir da produção acadêmica e da prática nacional**. *Organizações & Sociedade*, Salvador, v. 20, n. 66, p. 543-566, jul.-set. 2013. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext)

&pid=S1984-92302013000300010. Acesso em: 25 abr. 2020

CURVELLO, João José Azevedo. A Comunicação Organizacional como fenômeno, como processo e como sistema. **Organicom**, v. 6, n. 10-11, p. 109-114, 2009.

DE MENEZES, Ewerton Martins; BARANAUSKAS, M. Cecília C. O uso de mensageiros instantâneos móveis pode ser formal? Um estudo situado no contexto educacional, 2016.

DE SANTANA, Paulo Vinicius Alves; MACHADO, VANDA REGINA. Whatsapp Como Ferramenta Para Compartilhamento De Saberes Em Uma Faculdade De Administração E De Recursos Humanos: É Relevante?. **REVISTA INTERDISCIPLINAR SABERES**, v. 3, n. 2, p. 1-12, 2019.

DUARTE, Fabio. **Conectividade, acessibilidade, comunicabilidade** – parâmetros conceituais para se pensar a inclusão digital. Apresentado ao Seminário Redes tecnossociais e gestão democrática da cidade, IPPUR/LACNIC, Rio de Janeiro, 2006.

DUARTE, Jorge; MONTEIRO, Graça. Potencializando a comunicação nas organizações. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, v. 2, p. 333-359, 2009.

Egler, Tamara Tania Cohen. **Redes tecnossociais e democratização das políticas públicas**. Sociologias [online]. 2010, n. 23 [Acessado 8 Novembro 2022], pp. 208-236. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1517-45222010000100008>>. Epub 22 Abr 2010. ISSN 1807-0337. <https://doi.org/10.1590/S1517-45222010000100008>.

\_\_\_\_\_. **O mapa das redes tecnossociais**: uma experiência metodológica, Seminário “Redes tecnossociais e gestão democrática da cidade, Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, maio 2006b.

FREITAS, Fernanda Gonzaga Maia de et al. **Redes sociais**: Facebook-uma nova plataforma de comunicação institucional. 2011.

Frade, Cinthia Moura. **Competências gerenciais de professores-gestores no contexto da pós-graduação : uma análise sob a perspectiva de coordenadores de cursos da Universidade Federal da Paraíba** / Cinthia Moura Frade. - João Pessoa, 2020. 214 f.

GATES, BILL. **A estrada do futuro**. Tradução: Beth Vieira et al. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GIRÃO, Géssica Silva. **Formal ou informal?**: o uso do Whatsapp na comunicação interna do Tribunal de Contas da União. 2019.

GOULART, Carla Gobbato et al. A Gestão Secretarial na era do WhatsApp. **ANAIS DA MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO CESUCA-ISSN 2317-5915**, n. 8, p. 377-

382, 2014.

JOSGRILBERG, Fabio; LEMOS, André. **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. EdUFBa, 2009.

KRIEGER, B. T.; FERREIRA, A. **As redes sociais como meio de comunicação oficial do governo e o conflito constitucional e democrático: o presidente da república brasileira e o bloqueio de jornalistas no Twitter: The social networks as a government official media and the constitutional and democratic conflict: president of the brazilian republic and the blockade of journalists on Twitter**. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 8, n. 7, p. 52942–52961, 2022. DOI: 10.34117/bjdv8n7-285. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/50566>. Acesso em: 14 nov. 2022.

LEITE, Werlayne Stuart Soares; RIBEIRO, Carlos Augusto do Nascimento. **A inclusão das TICs na educação brasileira: problemas e desafios**. 2012.

LÉVY, Pierre; LEMOS, André. **O FUTURO DA INTERNET: EM DIREÇÃO A UMA CIBERDEMOCRACIA PLANETÁRIA**. [S.l.]: PAULUS, 2010. 264 p.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

LUNA, Windson Coqueijo Fonseca. **Atos processuais e sua comunicação por meio eletrônico: uso do aplicativo WhatsApp como instrumento de intimação**. 2018.

MACHADO, J. R.; TIJIBOY, A. V. **Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa**. *Novas Tecnologias na Educação*, v. 3, n. 1, 2005

MATSUMOTO, Alberto; SILVA, F. F. M. E. ; BITTENCOURT, J. A. ; OLIVEIRA, A. G. **A influência da endocomunicação na qualidade da gestão hospitalar**. *Espacios (Caracas)*, v. 37, p. 1, 2016.

Margoto, Julia Bellia e Fernandes, Jorge. **Usos e aplicações de novas TIC'S na gestão de desastres naturais**. *Perspectivas em Ciência da Informação* [online]. 2017, v. 22, n. 03 [Acessado 8 Novembro 2022] , pp. 03-15. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1981-5344/2534>>. Epub Jul-Sep 2017. ISSN 1981-5344. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/2534>.

MEC. **Instituições da Rede Federal**. 2022. Disponível em [Instituições da Rede Federal - Ministério da Educação \(mec.gov.br\)](https://www.mec.gov.br). Acesso em: 15/11/2022.

MENDES, Mariana Reis. **Redes sociais e comunicação pública: o Twitter como meio de comunicação oficial dos estados da Região Norte**. In: **VIII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã**. 2012.

Melo, Carolina and Cabral, Sandro. **Pandemics and communication: an experimental**

assessment. *Revista de Administração Pública* [online]. 2020, v. 54, n. 4 [Accessed 10 November 2022] , pp. 735-757. Available from: <<https://doi.org/10.1590/0034-761220200137x>>. Epub 28 Aug 2020. ISSN 1982-3134. <https://doi.org/10.1590/0034-761220200137x>.

MIRANDA, Guilhermina Lobato. Limites e possibilidades das TIC na educação. *Sísifo*, n. 3, p. 41-50/EN 39-48, 2016.

NOBRE, Clarissa Diniz Diógenes; TORRES, Antonia Lis de Maria Martins. **A rede social ‘Facebook’ utilizada como estratégia de comunicação institucional**. In: ENCONTRO CEARENSE DE HISTORIA DA EDUCAÇÃO, 12.; ENCONTRO NACIONAL DO NÚCLEO DE HISTÓRIA E MEMÓRIA DA EDUCAÇÃO, 2., 26 a 28 set. 2013, Fortaleza (CE). Anais... Fortaleza (CE), 2013. p. 1209-1222.

OLIVEIRA, Roberto. Dados do WhatsApp: conheça as principais estatísticas de uso. **Take.net** – blipblog. 2022. Disponível em: [Dados do WhatsApp: conheça as principais estatísticas de uso \(take.net\)](#). Acesso em 15/11/2022.

PARENTE, André. Rede e subjetividade na filosofia francesa contemporânea. **RECIIS**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p. 101-105, jan./jul. 2007.

Paz, Fernanda Alves Ribeiro. **Tecnologias da informação e comunicação na assistência estudantil durante a pandemia da covid-19**. *Serviço Social & Sociedade* [online]. 2022, n. 144 [Acessado 7 Novembro 2022] , pp. 173-192. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0101-6628.286>>. Epub 06 Maio 2022. ISSN 2317-6318. <https://doi.org/10.1590/0101-6628.286>.

PRESSER, Nadi Helena; DE LIMA, José Alexandre Laurentino; DA SILVA, Eli Lopes. Os riscos do uso dos meios digitais de comunicação não oficiais nas Universidades Federais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 19, p. e021005-e021005, 2021.

RIOS, Mirivan Carneiro. O gestor escolar e as novas tecnologias. **Revista Eletrônica Educação Em Foco, Amparo**, v. 4, 2011.

RODRIGUES, Golbery de Oliveira Chagas Aguiar; SILVA, Dayana de Sousa; MARQUES, Joanna Lígia de Queiroz. Reflexões sobre prática de ensino de literatura mais interativa a partir do uso de tecnologias digitais. **Revista Principia - Divulgação Científica e Tecnológica do IFPB**, João Pessoa, v. 59, n. 3, p. 846-857, set. 2022. ISSN 2447-9187. Disponível em: <<https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/principia/article/view/5317>>. Acesso em: 07 Nov. 2022. doi:<http://dx.doi.org/10.18265/1517-0306a2021id5317>.

RODRIGUES, Marta de Oliveira; LOUREIRO, Armando; CARVALHO, Maria João.

- Mapeamento sobre os usos de plataformas digitais na gestão educacional: o papel do/a diretor/a escolar. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 18, n. 50, p. 97-113, 2022
- Santos, Mariana Olívia Santana dos et al. **Estratégias de comunicação adotadas pela gestão do Sistema Único de Saúde durante a pandemia de Covid-19 – Brasil**. Interface - Comunicação, Saúde, Educação [online]. 2021, v. 25, suppl 1 [Acessado 10 Novembro 2022], e200785. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/interface.200785>>. Epub 24 Set 2021. ISSN 1807-5762. <https://doi.org/10.1590/interface.200785>.
- SANTOS, Fernando Castilho Andrade dos et al. O uso do whatsapp em práticas comunicativas de jornalistas na produção de conteúdo editorial. 2017.
- SOBJAK, Ricardo et al. REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL. **Revista Técnico Científica do IFSC**, p. 15-15, 2012.
- SOUSA, Sabrina Teixeira et al. **Uso de rede sociais na comunicação institucional da PROGRAD/UFC**. Revista Encontros Universitários da UFC, Fortaleza, v.1, n. 1, 2016. (Encontro de Monitoria de Projetos da Graduação, 6).
- SOUZA, Eliaine dos Santos et al. **O uso do Whatsapp como ferramenta de comunicação interna no Departamento de Ensino da Aeronáutica (DEPENS)**, 2017.
- SOUSA, A. A.; MORAIS, L. A.; MENEZES, E. R.; FEITOSA, E. R. M. Comunicação interna na administração pública: um estudo em uma prefeitura do Alto Oeste Potiguar. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v.13, n.1, p.155-171, 2022. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2022.001.0012>.
- SILVA, Jaciane G.S.L; LIMA, S. F. (Org.). **Dialogando com as novas tecnologias, a gestão escolar e a formação docente**. 1. ed. São Paulo: Mentis Abertas, 2020. v. 1. 90p .
- Tamayo, M. **El proceso de la investigación científica**. Limusa Noriega Editores, 2007.
- Thackeray R, Neiger BL, Smith AK, Van Wagenen SB. **Adoption and use of social media among public health departments**. BMC Public Health. 2012; 12(1):242.
- VIEIRA, Mariana Cristina de Almeida. **Gestão escolar e as tecnologias da informação e comunicação: análise das percepções de diretores escolares para o trabalho com as TICs**. 2007. 119p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, SP. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1605351>. Acesso em: 8 nov. 2022.
- VIEIRA, A e MORAN-COSTAS, J (orgs). **Gestão educacional e tecnologia**. São Paulo: Avercamp, 2003b
- Whatsapp. **Acerca do Whatsapp**. [Acerca do WhatsApp](#), 2022.
- Whatsapp. **WhatsApp Business | Transforme sua empresa**, 2022.



ZÉMOR, Pierre. Como anda a comunicação pública?. **Revista do Serviço Público**, v. 60, n. 2, p. 189-195, 2009.27

## **APÊNDICE – Questionário de pesquisa qualitativa**

Questionário autoaplicado individualmente com gestores do IFPB – campus Campina Grande

# [Questionário] WHATSAPP BUSINESS NA GESTÃO PÚBLICA EDUCACIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA: UM ESTUDO COM GESTORES DO IFPB – CAMPUS CAMPINA GRANDE

Esse formulário é do tipo "questionário de autoaplicação", já que é constituído por uma série de perguntas que serão respondidas, sem a presença do pesquisador.

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Esclarecimentos,

Este é um convite para participação na pesquisa “ **WHATSAPP BUSINESS NA GESTÃO PÚBLICA EDUCACIONAL NO CONTEXTO DE PANDEMIA: UM ESTUDO COM GESTORES DO IFPB – CAMPUS CAMPINA GRANDE** ”, desenvolvida pelo pesquisador Golbery de Oliveira Chagas Aguiar Rodrigues, servidor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, campus Campina Grande, e discente do curso de Especialização em Gestão Pública Municipal, pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB.

A pesquisa tem por objetivo geral investigar a utilização do WhatsApp Business por coordenadores de cursos técnicos integrados ao ensino médio e pelas gestões departamental e bibliotecária do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, campus Campina Grande, desde o período de suas respectivas implantações, em comparação com outros canais institucionais, a exemplo do e-mail oficial de cada setor.

Especificamente, objetiva-se: 1. Conhecer como gestores setoriais do campus estão gerenciando as inovações tecnológicas no âmbito da produção e da circulação de informações para seu público alvo de abrangência; 2. Identificar os setores acadêmico-gerenciais, ligados direta ou indiretamente ao Departamento de Ensino Técnico do IFPB em Campina Grande, que fazem uso do WhatsApp Business em suas interações com o público amplo de interesse; 3. Provocar reflexões na gestão alta do IFPB sobre viabilidade de cenário de inclusão desta ferramenta no planejamento estratégico de outros setores gerenciais do campus que ainda não aderiram a esse recurso; 4. Refletir com a gestão institucional a elaboração de política de uso desta ferramenta em ambiente organizacional, a fim de evitar situações constrangedoras, tanto por parte de perfis de emissores, quanto de receptores; 5. Recomendar aos diretores da instituição estratégias de diagnóstico, melhorias e contingências, relacionados ao uso do WhatsApp Business por gestores.

Sua participação na pesquisa é voluntária e dar-se-á por meio do preenchimento de um formulário pelo Google forms com aplicação exclusivamente na forma online, não sendo, portanto, obrigado a colaborar com a pesquisa e/ou fornecer as informações solicitadas pelas pesquisadoras. A não participação ou desistência da pesquisa não implicará

nenhum dano, e a qualquer momento você poderá desistir de fornecer as informações solicitadas.

Informamos que os riscos para sua participação são mínimos, relacionados a possíveis constrangimentos no momento de responder a alguma arguição. No entanto, para eliminar tais riscos, garantimos que você poderá deixar de responder questões em que se sinta desconfortável, embora o formulário contenha quatro questões obrigatórias: uma para informação do e-mail que será utilizado apenas no caso de sua desistência em participar da pesquisa, outra com relação à credencial do respondente e duas de cunho qualitativo sobre o mérito desta discussão. Garantimos ainda o total sigilo da identificação e a possibilidade da sua desistência da pesquisa a qualquer momento. Este estudo não lhe trará benefícios diretos, mas poderá contribuir para entender como em uma Instituição pública de ensino profissional e tecnológico, os servidores poderão avaliar cenário de inclusão da ferramenta WhatsApp Business no planejamento estratégico institucional, como uma ação orgânica e regulamentada, tendo em vista a adesão produtiva do público em geral a essa forma remota de interação.

Solicitamos, portanto, sua colaboração no sentido de participar dessa pesquisa, autorizando a publicação dos seus resultados, bem como para outras produções por ela desenvolvidas, que tenham a mesma finalidade, tais como: livros, revistas, seminários, congressos e similares.

Portanto, caso desejar maiores esclarecimentos sobre seus direitos como participante da pesquisa, ou ainda formular alguma reclamação ou denúncia sobre procedimentos inadequados das pesquisadoras, pode entrar em contato com a UEPB.

O pesquisador estará à sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa.

Contato com o autor:

Golbery de Oliveira Chagas Aguiar Rodrigueus pelo número (83) 9139-8873 ou pelo e-mail: golbery.rodrigues@ifpb.edu.br (Pesquisador responsável).

Cinthia Moura Frade pelo número pelo e-mail cinthiafrade@servidor.uepb.edu.br (orientadora), ou

Consentimento Livre e Esclarecido

**\*Obrigatório**

1. E-mail \*

---

2. 1. Nome completo (Não será referenciado na pesquisa). \*

---

3. 2. Em âmbito de gestão, qual sua função no IFPB - campus Campina Grande (ex.: coordenador/a do curso técnico integrado ao ensino médio em...) \*

---

4. 3. Sua Coordenação utiliza a versão business do WhatsApp na comunicação setorial diversa, com membros internos e externos da comunidade acadêmica? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

5. 4. Considerando sua resposta "SIM", por gentileza, informe a data de início das tratativas em sua gestão.

*Exemplo: 7 de janeiro de 2019*

6. 5. Se sua resposta à questão anterior foi "SIM", considerando que essa escolha atualmente é discricionária do gestor do IFPB, qual/is a/s motivação/ões para essa prática de gestão comunicacional?

---

---

---

---

---

7. 6. Sua resposta foi "NÃO", explicita o/s motivo/s, pelo/s qual/is resolveu não aderir ao uso dessa ferramenta específica de gestão comunicacional.

---

---

---

---

---

8. 7. Independente de sua resposta à questão 3, considerando o fato de que a ferramenta business do WhatsApp, instalado em aparelho pessoal ou organizacional, está vinculado a um ramal setorial de sua Coordenação, você tem a percepção clara de que esse canal é tão oficial quanto o e-mail institucional de seu setor, por exemplo? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei responder

9. 8. As questões seguintes devem ser respondidas se sua resposta à questão 3 foi "SIM". Você considera que a versão business do WhatsApp tem sido muito útil para potencializar as tratativas de sua pasta com o amplo público apto a esse fim, no período intra e/ou pós pandêmico?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Talvez

10. 9. Considerando a comunidade ampla, quantas pessoas (entre gestores, alunos, professores, pais/responsáveis, perfis diversos) fazem contato diariamente por meio deste canal com sua pasta?

*Marcar apenas uma oval.*

- 1 a 10 pessoas
- 11 a 20 pessoas
- 21 a 30 pessoas
- 31 a 40 pessoas
- Mais de 41 pessoas

11. 10. Comentário diversos de apreciação qualitativa

---

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

**Google** Formulários