

A RELEVÂNCIA DA TECNOLOGIA NA GESTÃO COMUNICACIONAL EMPRESARIAL

Hugo Nunes Mattos¹

RESUMO: Este artigo estuda os problemas que podem ser causados pelo uso indevido da comunicação no ambiente organizacional. O objetivo desta pesquisa é provar a importância da comunicação, não só para a gestão comunicacional, mas também para toda organização empresarial. As consequências da tecnologia e da adaptação das equipes aos novos ambientes tecnológicos. Este estudo propõe algumas sugestões de ações causadas por mau uso da tecnologia, além da importância dos fatores humanos, a comunicação e sua trajetória dentro da empresa na estrutura organizacional.

Palavras-chave: Tecnologia. Comunicação Organizacional. Estrutura Empresarial.

INTRODUÇÃO

Em encontro com a pesquisa, um dos problemas mais alarmantes que os gestores de negócios lidam é a inexperiência da comunicação que envolve o ambiente da organização. Falta de uma boa comunicação pode causar ansiedade no grupo de trabalho e causar danos a equipe. Como resultado, podem trazer desequilíbrios para a empresa, como baixa produtividade e motivação, o que aumentará a pressão e o conflito no ambiente de trabalho.

Isso não está apenas relacionado ao uso indevido de seu canal comunicacional, mas também ao mau uso do novo canal e como ela se move na organização.

A falta de contato entre as pessoas da equipe de trabalho pode ser conectada diretamente a metas e objetivos organizacionais. Contratos relevantes entre organizações podem não ser assinados devido à falta de tempo e comunicação organizacional ineficiente. A comunicação que atende ao seu propósito é o resultado de um bom trabalho em equipe.

¹Graduado em Publicidade e Propaganda, Centro Universitário IBMR. Pós-graduado em Assessoria e Gestão da Comunicação, Faculdade UNIBF. Pós-graduado em Marketing Digital, Faculdade UNIBF.

Neste documento irá se pesquisar a comunicação das áreas incluídas nos procedimentos e ações comunicacionais essenciais para a parte estrutural da organização, possa solidificar o relacionamento de uma empresa com seu “target”, seja ele interno ou externo.

2. DESENVOLVIMENTO

A COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Na vivência organizacional de uma empresa, negócios importantes para as organizações são concretizados em período curto de tempo, posto à rapidez da informação que são transmitidas constantemente. Entretanto, mesmo que uma equipe eficiente e de certificados tecnológicos relevantes, algumas organizações acabam às vezes com dificuldades na estrutura comunicacional, seja ela do público interno ou externo.

Melo (2005). A comunicação é o processo de troca de informações entre duas ou mais pessoas. Desde os tempos mais remotos, a necessidade de comunicar do homem é uma questão de sobrevivência. No sistema empresarial é assim. A grande maioria das organizações precisam de bons funcionários, conectados e atentos ao que acontece dentro e fora da empresa, sendo assim se fazem pertencer dentro da organização. Visto isso é importante salientar que a comunicação é algo de extrema importância nas organizações.

O processo de comunicação usado de forma errada pode causar para os ambientes organizacionais grandes malefícios. Um estudo de pesquisa concluído pela International Stress Management (Isma-BR/2007), apontou indícios que os trabalhadores responsáveis pelas comunicações não eficientes, estendem-se mais ao telefone, demanda muito tempo e de maneira errada na internet, trocam o e mail, acumulam mau hábitos como fumar entre outros e com grandes chances de ter um desentendimento com outros funcionários da empresa. Estes casos de ineficiência do tempo de trabalho e brigas entre outros colegas de trabalho causam prejuízo para o ambiente de trabalho, porque deixam de aproveitar o tempo da maneira correta. De acordo com o estudo feito, dos 230 funcionários de três grandes empresas do Brasil 87% reclamam da falta de comunicação verbal adequada e escrita entre os

funcionários, 72% estão insatisfeitos no trabalho, 63% estão desmotivados e 44% acabam usando remédios e álcool.

De acordo, apontam os estudos da pesquisa, a comunicação interna tem uma grande força no ambiente empresarial e com isso pode ocasionar insatisfação e prejuízo para a organização.

De acordo com Matos (2009) a comunicação empresarial é a relação da empresa com seu público interno e externo, ela envolve um conjunto de procedimento e técnicas destinados ao processo de comunicação e de transmissão de informações sobre os seus desempenhos, resultados, missão, objetivos, metas, projetos, processos, normas, procedimentos, instruções de serviços etc. É uma solução estratégica de gestão, que, se for bem aproveitada, pode garantir um funcionamento com integração, coesão e produtividade na empresa. Ou seja, a comunicação tem todo potencial pra ser uma vantagem competitiva ou um enorme problema.

A integração do público interno é fundamental, pois quando as pessoas dispõem das mesmas informações e compreende que são parte integrante da vida organizacional, que possuem valores comuns e que compartilham dos mesmos interesses, os resultados fluem. É de extrema importância que todos os funcionários saibam quais são os objetivos da organização, sua missão e valores. Dessa forma, todos se sentem parte do empreendedorismo, dedicando-se mais e contribuindo com sugestões críticas. (MATOS, 2009, p.101).

É nítido como é importante a comunicação em uma empresa, visto que usada da maneira certa pode concretizar muitos benefícios, caso contrário, o uso errado dela pode trazer muitos malefícios para a corporação. Até utilizando uma boa equipe de funcionários, as corporações precisam acertar seus fluxos e seus canais de comunicação como também suas tecnologias.

2.1 Revisão bibliográfica

Neste capítulo serão exibidas as definições para a fundamentação deste trabalho. Serão apresentados vários conceitos de autores para realização da pesquisa.

Para que a comunicação flua de maneira correta, é necessário que as corporações utilizem os veículos, ou seja, meios de comunicação formais. Com a intenção que os canais corram a mensagem com fluidez e que não aconteçam ruídos no trajeto.

Segundo Pimenta (2009), os canais ou veículos são recursos empregados pela organização para que ocorra o ato comunicativo, os mais usados nas empresas são os Visuais, Auditivos e Audiovisuais.

Conforme a percepção de Torquato (1986), a Comunicação Visual é dividida em: Escritos (instruções e ordens escritas, circulares, cartas pessoais, manuais, quadro de avisos, boletins, panfletos, relatórios de atividades, formulários, fax e correios eletrônicos), Pictográficos (pinturas, fotografias, desenhos, diagramas, mapa) e Simbólicos (luzes, bandeiras, estandartes e crachás). A Comunicação Auditiva é dividida em: Diretos (conversas, entrevistas, reuniões e conferência) e Indiretos (telefone, rádio, intercomunicadores automáticos e auto-falantes. E as Comunicações Audiovisuais são compostas por filmes, demonstrações, vídeos, videoconferências, videofones entre outros.

A opção que se faz do canal de comunicação tem grande relevância para a concretização do resultado que se pretende obter, pois “a escolha do canal adequado também é outro aspecto importante num processo de comunicação e nem sempre é visto com toda atenção que deveria” (MARTINELLE, 2002, p.201).

Os esforços para amenizar os danos causados durante o processo de comunicação, segundo Bergue (2010, p. 531), estão relacionados diretamente com a utilização dos canais e as formas das mensagens, de acordo com ele, é o canal que define a intensidade com que o receptor é movido pela mensagem.

O CAMINHO DA COMUNICAÇÃO NA EMPRESA E SEU FEEDBACK

Conforme Matos (2009), o percurso percorrido na comunicação seja ela interna e/ou externa são classificadas em cinco modos, que são as Descendentes, Ascendente, Horizontal, Transversal e Circular.

Comunicação descendente

Parte das lideranças da organização para os níveis mais baixos da hierarquia.

Comunicação ascendente

Desta maneira as informações partem de níveis inferiores da hierarquia para os líderes e gestores de áreas ou da diretoria da empresa.

Comunicação lateral ou horizontal

É aquele que ocorre entre pessoas que exercem a mesma função ou que não possuem uma relação hierárquica entre si.

Comunicação transversal

Acontece em todas as direções, permitindo que as pessoas tenham um acesso facilitado às informações.

Comunicação circular

É feita de forma livre, descentralizada, sem considerar os níveis hierárquicos.



Logo, dado o exposto o emissor precisa ficar atento ao direcionamento da comunicação e o que irá transmitir assim como a condução da mensagem. Robbins (2007) cita os meios de informação pela ordem crescente de acordo com o canal mais rico: Conversa face a face; Telefone; E-mails; Memorando e Cartas; Folhetos, Boletins e Relatórios em geral, pois para que a mensagem seja compreendida com sucesso pelo receptor, é necessário observar o nível de riqueza do canal o qual será utilizado, se a comunicação fizer parte do dia a dia dos receptores ela pode ser utilizada por canais mais fracos. Porém, se for assunto extraordinário, é preferível utilizar canais mais ricos.

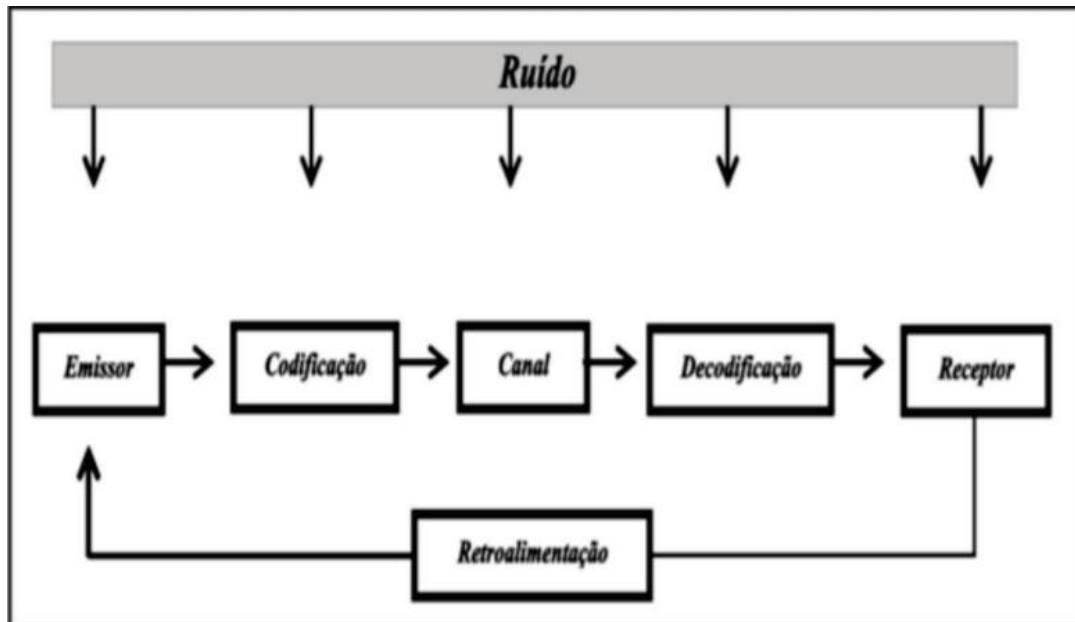
Vale lembrar que o feedback é muito importante em uma organização, vide que com isso os ajustes são permitidos. Segundo Matos (2009), ela serve para aprovar ou reprovar a mensagem recebida, revelar o entendimento e compreensão

da mensagem enviada, demonstrar inteligência e habilidade, expressar consideração e respeito, repreender ou elogiar o interlocutor além ajudar outra pessoa a alcançar seus objetivos de maneira mais eficaz.

Há possibilidades que a mensagem não seja bem-sucedida, por isso o feedback ou retorno é importante para o procedimento em curso. Pois sem este retorno, “o

emissor não terá como conferir a adequação e eficácia da transmissão da mensagem” (MATOS, 2009, p. 17).

O feedback (ou realimentação) é outra questão considerável na comunicação, pois, dada a complexidade normalmente existem neste processo, a possibilidade de enviar ou receber mensagens errôneas é bastante grande. Além disso, existe um problema de codificação e da decodificação de mensagens (por parte do transmissor e do receptor, respectivamente), que podem levar a novos erros. (MARTINELLE, 2002, p.201).



Fonte: BERGUE, Sandro (2011, p.529)

Percebe-se que é bem importante fazer que a mensagem chegue ao seu destino e que se respeite os fluxos de comunicação, sendo conduzida para o(s) destinatário(s), visto isso entende-se que o feedback dos funcionários é algo fundamental e uma maneira de corrigir e evitar próximos erros.

TECNOLOGIA NO AMBIENTE EMPRESARIAL

Com a importância da tecnologia nas organizações, se torna algo fundamental para a melhora da comunicação. Nos últimos anos o mundo passou por transformações significativas, decorrentes, principalmente da globalização, que trouxe diversos recursos tecnológicos para o nosso dia a dia, facilitando assim, não só a vida de indivíduos, mas também de empresas e demais instituições, que se utilizaram e continuam se utilizando de seus benefícios para atrair clientes e tornarem-se líderes em seus mercados de atuação.

A tecnologia se torna um item decisivo para o avanço da comunicação empresarial.

INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Criatividade e inovação podem ser traduzidas como esforços na criação e implantação de ideias, que possam sustentar a competitividade ao serem aplicadas em uma empresa, organização ou até mesmo um país que deseja se manter na vanguarda do mercado. De tempos em tempos as empresas precisam inovar, para que assim não percam a fatia que lhes pertence no mercado. Assim, a tecnologia se faz verdadeiramente importante, pois contribui, com suas ferramentas, para que as organizações criem novos mecanismos, softwares, bem como produtos e serviços ainda mais assertivos, para, dessa maneira, atender seus clientes com maior efetividade e torná-los fiéis à marca.

CUSTOS

Outro fator muito importante que é necessário destacar é a tecnologia, que a torna verdadeiramente importante no contexto empresarial, é a sua enorme capacidade de ajudar empresas, bem como as mais diversas instituições a reduzirem custos. Isso acontece por meio da utilização de programas e softwares que ajudam, por exemplo, no controle de estoque, na verificação de produção, na supervisão financeira, na comunicação entre colaboradores e destes com os clientes, e assim por diante.

PRODUTIVIDADE

Sendo assim, aliada aos quesitos citados, a produtividade é importante estar seguindo para o bom funcionamento da empresa. É um processo que pode ser ajudado com os diversos softwares existentes que ajudam com a produtividade empresarial.

ATENDIMENTO

Entre os processos organizacionais em que a tecnologia tem se mostrado bastante eficaz é no atendimento ao cliente. Por meio de ferramentas como as redes sociais, bem como softwares de telefonia e gestão de clientes, é possível estar em contato mais próximo com este, podendo entender melhor e mais assertivamente seus anseios e necessidades.

2.2 Metodologia

Como metodologia, foi utilizada a pesquisa bibliográfica acerca do tema. E com o intuito de analisar como as empresas de grande, médio e pequeno porte do Rio de Janeiro utilizam a comunicação em sua gestão, foi utilizada uma pesquisa qualitativa, por meio de uma entrevista com perguntas abertas. Foram realizadas três entrevistas com empresas de grande e pequeno porte. As entrevistas foram realizadas pessoalmente e via email e abordavam as seguintes questões:

Em sua opinião é importante investir em comunicação? Por quê?
Quais as estratégias de comunicação interna na sua empresa? Como é desenvolvida? Quais as estratégias de comunicação externa da sua empresa? Como é desenvolvida? Como é a comunicação entre gestores e funcionários?
A comunicação pode atrair novos consumidores? De que forma?
Como fazer para evitar os ruídos na comunicação interna, ou a famosa rádio peão?
A comunicação pode trazer diferencial em relação aos concorrentes?
O que a comunicação tem contribuído para a empresa?

2.3 Análise de resultados

Na análise das entrevistas foi possível verificar o papel fundamental da Internet no dia a dia das empresas. Esta nova interação via Internet muda os parâmetros e regras do mercado em geral. Com maior autonomia em suas mãos, o

consumidor adquire uma posição mais ativa no processo de compra, quando antes dependiam das informações chegarem os até. As informantes do presente estudo mostraram-se cientes desta nova dinâmica virtual e, expuseram as vantagens para o cliente e para as organizações do mundo online

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o quanto é necessária e importante a tecnologia para as empresas, visto que a tecnologia pode melhorar muito o aproveitamento e auxiliar em diversos setores empresariais.

Vale ressaltar, que além de funcionários talentosos, é necessário também o auxílio da tecnologia e que ela esteja atualizada e bem trabalhada com os colaboradores.

Este artigo mostrou o quanto importante é a tecnologia e que ela precisa estar alinhada nas organizações empresariais, a gestão precisa alinhar a modernidade com o bom relacionamento humano, pois o trabalho bem feito não será em apenas um setor da organização e sim em todo setor da empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGUE, Sandro Trescastro. **Modelos de gestão em organizações públicas: teorias e tecnologias gerenciais para análise e transformação organizacional**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

International Stress Management Association (Isma-BR). **Má comunicação faz mal à saúde**. O Globo, caderno Boa Chance. p. 3, 21 jan. 2007. Disponível em: . Acesso em: 11 dez. 2015.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. **Negociação Empresarial: Enfoque Sistêmico e Visão Estratégica**. Barueri, SP: Manole, 2002.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação Empresarial sem complicação**. 2ª edição. Barueri, SP: Manole, 2009.

MELO Vanêssa Pontes Chaves de. **A comunicação interna e sua importância nas organizações**. Universidade Tiradentes, 2006. Disponível em: . Acesso em: 23 dez. 2013.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial: conceitos e técnicas para administradores**. Campinas, SP: Alínea, 2009.

ROBBINS, Stephen P. **PLT Comportamento Organizacional**. 9.ed. São Paulo: Pearson Education, Valinhos: Anhanguera Educacional, 2007.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial-comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1986.