



O Verso e o Reverso do equilíbrio entre tecnologia e o humano na comunicação organizacional

Na manhã de 29 de setembro de 2017, cinquenta pessoas reuniram-se para pensar sobre o futuro da Comunicação Interna. O motivo foi participar do 5º Verso e Reverso da Comunicação Interna, evento anual organizado pelo GTCI da Abracom, cujo principal diferencial é ser provocativo e levar informação qualificada e construída colaborativamente.

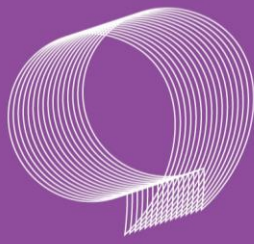
O primeiro personagem que conhecemos foi Rodolfo Bittencourt. Ele vive em 2017, é gerente financeiro, tem 52 anos e trabalha há mais de 10 anos em uma empresa. Pai de dois filhos, casado, não tem muita intimidade com a tecnologia, se esforça para aprender. Nos fins de semana gosta de jogar tênis e estar com a família. Sua paixão é desenhar e pintar quadros.

Os conflitos do Rodolfo são relativos aos problemas que enfrenta no dia a dia. Ele não sabe muito bem o que acontece na empresa e em outras áreas, porém gostaria de saber mais, e assim poder participar, ajudar com soluções. Mas ele sente que não faz parte da empresa. Sem autonomia, impotente diante de algumas situações. A empresa reage dizendo: “a gente passa tudo, mas você não lê e não procura saber”.

Fomos chamados a repensar a Comunicação Interna para que o Rodolfo participe da troca de informações e geração de conhecimento dentro da empresa. Em grupos, pensamos individualmente, depois acolhemos a ideia de cada um para chegar em soluções conjuntas. Cada nova solução mostrou que há muito o que trabalhar no campo da inovação e da criatividade para que a comunicação flua dentro das empresas e atenda a perfis como o de Rodolfo. E a tantos outros também. A ideia é fazer com que os comunicadores se coloquem no lugar do outro e busquem alternativas para a narrativa empresarial.

Já a segunda personagem, vive em 2037, chama-se Jessica, tem 32 anos e quatro empregos. Isso porque ela cuida para ser “empregável”, ou seja, útil para vários negócios. Ela não se queixa de falta de informação, tem acesso a todo conteúdo que deseja, é hiperconectada e autossuficiente. Ela usa a tecnologia como um facilitador da interação humana e como um acelerador de seu potencial de trabalho.

Sim, essa ficção nos facionou e mostrou que a fluidez e a interação provocadas por um mundo altamente tecnológico reduzirão a dependência de processos



verso e
reverso
da comunicação interna

comunicacionais, ao mesmo tempo que fortalecerão as organizações. A mensagem para os comunicadores é de trazer o futuro para o presente, imaginar e antecipar cenários, lidando com a métrica 7- 38 – 55, que define porcentagens de absorção de mensagens, sendo 7% por mídias, 38% pelo tom de voz e 55% pela expressão corporal. Nada mais humano do que isso!

Na medida em que o trabalho e o local desse trabalho deixam de ser o eixo principal da equação comunicação interna para dar lugar ao indivíduo, as organizações devem cuidar de seu propósito, a fim de satisfazer as necessidades mais primárias de sobrevivência, até as necessidades mais aspiracionais, como a de autorrealização.

Um recente artigo que li sobre Employee Experience (EX)—O Ambiente de Trabalho como Experiência, elucida de forma bem simples essa ideia e colabora para reforçar o que sentimos no Verso e Reverso deste ano: “O ambiente de trabalho é um campo fértil para satisfazer as mais diversas necessidades das pessoas e fazer com que elas se desenvolvam, aperfeiçoem os métodos de trabalho e desempenhem melhor.

Pois bem, será que Rodolfo e Jéssica serão contemporâneos algum dia? E em que fase estamos na comunicação? Tentando solucionar a vida do Rodolfo ou testando novas mídias para um dia atendermos a Jéssica? Nenhum dos dois, isoladamente, ou ambos ao mesmo tempo? Talvez. Faça sua reflexão e escolha onde vai investir como profissional de comunicação.

Para mim, a perspectiva para a comunicação interna é gigante, pois passaremos a planejar relacionamentos corporativos que atraiam interessados em trabalhar para causas e projetos inspiradores, sendo remunerados pelas suas ideias e implantação de projetos. Uma verdadeira relação ganha-ganha.

Vamos juntos construir essa nova comunicação?

Claudia Cezaro Zanuso, coordenadora do GTCI Abracom e sócia-diretora da KF Comunicação