

15 INTERNAMENTE COVID

João Barbosa

“A RECENTE PANDEMIA QUE ASSOLOU O MUNDO INTEIRO PARECE TER MUDADO O PARADIGMA COMUNICACIONAL E PARTICULARMENTE DA COMUNICAÇÃO INTERNA. PODEMOS IDENTIFICAR ALGUMAS ALTERAÇÕES NA COMUNICAÇÃO INTERNA QUE FORAM PROVOCADAS PELO APARECIMENTO DA COVID-19”

A comunicação é cada vez mais um fator diferenciador para as organizações e, saber comunicar, torna-se fundamental e decisivo para que estas sejam cada vez mais competitivas. A comunicação interna não é exceção. É uma área estratégica do desenvolvimento organizacional que terá impacto nos colaboradores.

Existem fatores diversos que podem influenciar a produtividade, a coesão e o grau de compromisso que os colaboradores têm para com a sua organização.

Torna-se então preponderante que se entenda de que modo a comunicação interna pode incrementar esses fatores.

Mas o que fazer para motivar os colaboradores?

Podemos definir a motivação como uma série de fatores individuais inseridos num determinado contexto que determinam a tomada de uma decisão. É algo que é inerente ao ser humano. Comemos porque temos fome. Estamos motivados pela fome a comer. A dificuldade chega quando a motivação não advém de uma necessidade fisiológica.

É aqui que a comunicação interna assume um papel preponderante na motivação.

Um colaborador motivado compromete-se e sente-se impreterivelmente parte da organização. O colaborador assume a organização como sua, como sendo parte de si e assume, muitas vezes, o papel

de embaixador da marca.

O reconhecimento por um trabalho bem feito, usar como base de progressão de carreira o desempenho do colaborador, metas desafiadoras e o trabalho de equipa são as principais maneiras de motivar um colaborador.

Mas serão estas estratégias suficientes para motivar um colaborador nos dias que correm?

O mais importante é manter o colaborador desafiado e despertar dentro do colaborador uma vontade inigualável de contribuir para o sucesso da organização sem nunca descurar o meio envolvente.

A recente pandemia que assolou o mundo inteiro parece ter mudado o paradigma comunicacional e particularmente da comunicação interna. Podemos identificar algumas alterações na comunicação interna que foram provocadas pelo aparecimento da Covid-19.

Com a pandemia, o teletrabalho, que passou a ser obrigatório pelo menos até que o Governo decrete em contrário, assumiu um papel preponderante nas organizações, potenciando ainda mais as barreiras comunicativas, nomeadamente nos canais que eram anteriormente utilizados pelas organizações para fazer chegar a mensagem aos seus colaboradores. Aos profissionais de comunicação in-

terna, compete agora criar formas de desobstruir essas barreiras comunicativas.

A comunicação interna, que até agora se assumia como algo necessário para o bom funcionamento da organização, passou a ser uma prioridade organizacional. Deixou de ser um processo disciplinado para se tornar numa autêntica filosofia na organização.

Valter Ferreira num artigo escrito para a Human Resources Portugal afirma que “em contexto pandémico importa que a comunicação interna garanta que a informação flui em tempo real para todos os interessados, tendo em mente que a afixação de posters e distribuição de folhetos nesta fase não produzem efeito”. É igualmente importante que essa comunicação seja bidirecional, dando espaço aos colaboradores para partilharem as suas opiniões, as suas ideias, as suas convicções, promovendo desta forma o comprometimento dos colaboradores.

Este novo normal irá obrigar as organizações a um maior investimento nas novas tecnologias. Muitas empresas estão por fim a descobrir que o meio digital é a melhor forma de manter os colaboradores informados e as aplicações para tablets ou smartphones estão a ter cada vez mais impacto na comunicação interna.

Mas não podemos esquecer que, nas organizações, nem todos os colaboradores têm a oportunidade do teletrabalho. Existem também os colaboradores que estão na linha da frente, aqueles que dão a cara pela organização, nomeadamente no sector das vendas e que, outrora, tinham um papel “secundário” no que concerne a comunicação interna e na forma como esta comunicação lhes chegava. Atualmente há uma preocupação que tem sido cada vez mais fomentada pelo CEO de valorizar estes colaboradores. Já não basta os famosos placares ou os flyers que são distribuídos. Cabe, a cada organização, encontrar a melhor estratégia para manter estes colaboradores igualmente motivados.

Outra grande questão, e que nunca esteve tão presente como agora, é a preocupação com a saúde mental dos colaboradores. Nos dias que correm, os colaboradores estão mais suscetíveis a depressões, a isolarem-se e

a terem níveis de stress e ansiedade mais elevados. Quer seja através de um inquérito ou de uma rápida sondagem é primordial saber-se da saúde mental dos colaboradores. Manter, se os tiver, ou criar canais onde haja a possibilidade dos colaboradores darem o seu feedback é importante nesta fase.

Pandemia à parte, seja esta ou outra qualquer que se avizinha, os colaboradores são e sempre serão parte fundamental de uma organização. Saber mantê-los motivados e comprometidos com a organização é a chave do sucesso organizacional. Arriscaria até a dizer que há a necessidade emergente de fomentar nos colaboradores o sentimento de pertença, de fazer sentir ao colaborador que é parte integrante da organização, de fazer com que o colaborador se apaixone pela sua organização.

Como disse Mia Couto, **“Podemos fechar aqui! Quando a palavra amor pode ser falada e vivida numa empresa, está se a revelar a nova estrada”**.

