

Comunicação Interna: uma ferramenta de sucesso nas organizações

 *Sónia Madureira*

Soniar32@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-8756-084X>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

Com o avanço das novas tecnologias, o mercado de trabalho tem sofrido mudanças ao longo dos anos. A competitividade e o imediatismo são exemplos dessas mudanças. As organizações viram-se assim obrigadas a mudar, investindo em qualidade e inovação, nos seus processos organizacionais. Este pretende destacar a importância da comunicação interna. O método utilizado foi o estudo e análise de textos e materiais de alguns autores que contribuem para a importância do assunto. Como resultado desta análise, pode afirmar-se que o uso da comunicação interna é importante, é uma ferramenta que influencia diretamente na melhoria do ambiente organizacional, motivação e valorização dos profissionais. Conclui-se que esses fatores geram um maior envolvimento e produtividade por parte dos profissionais, melhorando os resultados das empresas.

Palavras-chave: comunicação, comunicação interna, organização, benefícios, sucesso.

Abstract

With the advance of new technologies, the labor market has undergone changes over the years. Competitiveness and immediacy are examples of these changes. Organizations have thus been forced to change, investing in quality and innovation, in their organizational processes. This paper aims to highlight the importance of internal communication. The method used was the study and analysis of texts and materials from some authors who contribute to the importance of the subject. As a result of this analysis, it can be stated that the use of internal communication is important, it is a tool that directly influences the improvement of the organizational environment, motivation and valuing of professionals. It is concluded that these factors generate greater involvement and productivity on the part of professionals, improving the companies' results.

Keywords: communication, internal communication, organization, benefits, success.

As organizações e a comunicação interna

De uma forma geral, o foco dos profissionais de Comunicação nos públicos externos é mais perceptível, mas é fundamental considerar as pessoas que trabalham e contribuem para a organização, pois são elas um dos públicos mais importantes. Os colaboradores de uma organização não são apenas mais um dos seus públicos, eles fazem parte da própria organização.

A comunicação interna e a comunicação externa diferem no seu público-alvo. A comunicação interna é direcionada para os colaboradores internos, enquanto a comunicação externa preocupa-se em manter a imagem positiva da empresa para os seus clientes, fornecedores e o seu público. É importante divulgar informações sobre a organização com cuidado para evitar riscos para a sua imagem institucional. A comunicação externa é essencial para destacar a marca e a identidade da organização no mercado e estabelecer uma ligação entre a empresa e outras organizações ou clientes. Embora diferentes, ambas as categorias de comunicação organizacional procuram alcançar o sucesso empresarial.

Para que a organização possa funcionar de forma eficaz, para que esta atinja os seus objetivos e seja competitiva no mercado, é essencial que todos os colaboradores, compreendam como a organização pensa e trabalha, bem como os objetivos e metas a serem alcançados (CHIAVENATO, 2021). No entanto, um ponto menos positivo é que, os colaboradores, ao estarem envolvidos com a organização, podem desenvolver um pensamento tão fechado e focado que situações externas podem passar despercebidas e, conseqüentemente, restringir a inovação e a aplicação de abordagens criativas para lidar com obstáculos.

É inconcebível para uma organização ter uma comunicação interna imprópria e pretender ter uma boa comunicação com o público externo. Os profissionais de comunicação conseguem desenvolver melhor o seu trabalho quando existe uma boa relação entre a organização e os seus colaboradores (CHIAVENATO, 2021). É essencial haver uma esfera de respeito e confiança interna para que esse ambiente seja igualmente transmitido para o público externo.

A comunicação interna centra-se em comunicar diretamente com todos os colaboradores, independentemente da sua hierarquia ou função, enquanto a comunicação externa, consiste em comunicar com o público externo à organização, mas que interage também com esta.

Os problemas internos de comunicação devem ser reduzidos ao máximo para evitar que sejam transmitidos para o público externo, ou seja, os colaboradores são os principais responsáveis por promover a organização e para se evitarem este tipo de situações, é necessário que os colaboradores estejam sempre informados e alinhados com a missão, a visão, os valores e os objetivos da organização (Weiler, 2010).

A comunicação interna depende do desenvolvimento da organização, ou seja, em organizações com um número reduzido de colaboradores, a comunicação pode ocorrer de forma informal e mais frequente. No entanto, à medida que a organização cresce, a comunicação tende a ser mais funcional e mais formal.

Nesse sentido, os profissionais de comunicação, elaboram um plano de ações que pretendem implementar, tendo em conta o público interno como um público importante, que permitirá aos colaboradores receberem instruções sobre a conceção e controlo das boas práticas e políticas da organização à qual pertencem. Numa organização, a comunicação pode ser dividida em dois tipos: a comunicação formal e a comunicação informal. Na comunicação formal, devem ser considerados os

objetivos da organização, seguindo as instruções emanadas de um organograma, que representa a estrutura organizacional. Porém, a comunicação informal não é prevista pela própria organização, mas é originada pelas afinidades entre os colaboradores que surgem da comunicação efetiva que se desenvolve ao longo do tempo, durante a convivência. A comunicação informal tem origem nos diversos canais que fazem parte da organização, mas que não são oficiais. As vantagens da comunicação informal são a rapidez com que a informação circula, que pode ser complementada com o que é transmitido pela comunicação formal, permitindo a participação de todos os colaboradores, o que faz com que estes se motivem e integrem (Weiler, 2010).

Departamento de Comunicação Interna, onde se insere no organograma?

O departamento da comunicação interna numa organização pode variar em termos de estrutura e localização. Poderá estar inserido no departamento de comunicação ou no departamento de recursos humanos, dependendo da estrutura organizacional. No entanto, na maioria das organizações, o departamento de comunicação interna não é considerado como um departamento independente, embora desempenhe um papel crucial nas operações diárias.

Embora a comunicação interna seja uma parte fundamental das relações-públicas, alguns especialistas sugerem que ela possa ser tratada por um departamento independente. Por exemplo, o Gabinete de Relações Públicas ou o Gabinete de Comunicação Social e de Crise podem ser opções viáveis para gerir a comunicação interna de uma organização de forma mais eficaz.

Canais internos de comunicação

Se em tempos ser-se informado exigia a frequência de determinados locais, hoje em dia, em virtude dos avanços na tecnologia, a informação encontra-se espalhada nos mais diversos meios e canais, sendo alcançável a praticamente qualquer um e a qualquer momento, apenas com um simples clique.

Devido à rápida evolução da internet no mundo, as organizações viram-se obrigadas a apostar na comunicação online e a interagirem de forma diferente com os seus diversos públicos. A internet revolucionou o acesso à informação e hoje em dia, a qualquer hora, em qualquer sítio ou em qualquer lugar alcançamos toda a informação que nos é necessária. Nas suas vidas pessoais e profissionais, as pessoas viram-se obrigadas a adotar uma postura de consumo de informação. As relações pessoais modificaram, os colaboradores passaram por diversas mudanças, e tornaram-se mais participativos, valorizando os seus conhecimentos, aptidões e competências.

Bahia (1995) diz que na comunicação empresarial as empresas não podem ficar indiferentes às mudanças tecnológicas, devem acompanhar a evolução e adotar toda a tecnologia disponível para facilitar o cumprimento das metas a alcançar. As organizações tiveram que se reestruturar e adaptar-se às novas tendências. As redes corporativas tiveram de ser exploradas para integrar cada vez mais as pessoas, promovendo experiências e despertando interesses para a tomada de decisões em todos os níveis hierárquicos.

Os principais canais internos de comunicação numa organização são: a *intranet*, o *email*, os vídeos corporativos, as redes sociais, entre outros.

Um ponto a ser considerado é, como a comunicação interna é conduzida. É preciso que exista clareza e transparência nas informações transmitidas, evitando-se qualquer tipo de ambiguidade ou interpretação errada. Além disso, é importante que os canais de comunicação interna sejam acessíveis e disponíveis a todos os membros da equipa, independentemente do seu cargo ou função que desempenham.

De salientar, que a comunicação interna não deve ser vista como uma tarefa secundária ou dispensável, mas sim, como um investimento fundamental para o sucesso da organização. Uma comunicação interna eficiente contribuirá para a melhoria do ambiente organizacional, para o aumento da produtividade, diminuição de conflitos, e fortalece a imagem da empresa perante todos os seus *stakeholders*.

E quando falha a comunicação interna?

Mesmo tendo uma equipa altamente qualificada, capacitada e motivada, é importante que exista uma boa comunicação entre os membros das equipas, os líderes e os gestores, e que os colaboradores estejam sempre informados sobre os acontecimentos internos e externos da empresa. Isto inclui todos terem acesso a informações sobre mudanças na estrutura organizacional, nas políticas da organização e procedimentos, nos produtos e serviços, na concorrência, nos clientes, nas tendências atuais do mercado, entre outros aspetos relevantes para o desempenho da empresa e dos colaboradores. Além disso, é fundamental que a organização invista em canais de comunicação eficientes, como manuais de acolhimento, manuais de comunicação, reuniões semanais ou mensais, e-mails, intranet, redes sociais corporativas, entre outros.

A falta de comunicação interna ou uma comunicação inadequada pode levar a vários problemas, como desalinhamento entre os colaboradores e a organização, baixa produtividade, aumento de erros e consequente retrabalho, perda de oportunidades e a insatisfação dos seus colaboradores. Isto resulta, em muitos casos, na falta de conhecimento sobre a empresa, por parte dos colaboradores que lá exercem funções, incluindo a sua própria missão, os seus valores, os seus objetivos, as estratégias organizacionais e os resultados a alcançar (CHIAVENATO, 2021).

Benefícios da comunicação interna

A fim de agregar valor à missão e aos projetos definidos de uma organização, é crucial investir na comunicação interna. É importante reconhecer que a comunicação interna é cada vez mais essencial para o sucesso de qualquer organização. Apresentar estratégias de comunicação bem definidas é elementar, as estratégias trazem inúmeros benefícios a longo prazo para o sucesso das organizações. Neste sentido, destacam-se algumas vantagens da eficiência da comunicação interna numa organização:

- Ajuda a alinhar os objetivos da empresa com as expectativas dos colaboradores, garantindo que todos estejam a trabalhar em prol dos mesmos objetivos e das mesmas metas a alcançar.
- Promove um ambiente organizacional saudável, onde os colaboradores se sentem mais motivados e integrados na organização.
- Facilita o relacionamento interpessoal, abrindo espaço para as sugestões ou os esclarecimentos de dúvidas, evitando conflito entre os seus colaboradores.
- Quando a comunicação é clara e eficaz, as equipas trabalham de forma mais autónoma, produtiva e eficiente.
- Permite identificar problemas, possibilitando a sua solução antes de se tornarem maiores.
- Com uma comunicação interna eficiente, os líderes e gestores têm acesso a informações precisas e atualizadas, contribuindo assim para tomadas de decisão mais rápidas e assertivas.
- Ajuda a melhorar a imagem da empresa perante os seus stakeholders, demonstrando transparência e ética nas suas relações internas.

Para promover a troca de informações, opiniões e ideias entre os colaboradores, é essencial que a comunicação interna seja contínua e interativa, utilizando os diversos canais e suportes de comunicação. Esta prática é fundamental para incentivar as iniciativas de grupo e fortalecer o comprometimento dos colaboradores com a sua organização. Quando os colaboradores se sentem respeitados e valorizados, a sua motivação aumenta, o que contribui ainda mais para o crescimento da empresa (Weiler, 2010).

Para que estes benefícios possam ser plenamente realizados, é fundamental que a organização reconheça e valorize a comunicação interna como uma grande estratégia organizacional que pode gerar resultados significativos. Isto significa que a comunicação interna deve ser vista como uma prioridade estratégica, e não como uma simples formalidade ou um processo secundário. É importante que a empresa invista em recursos e tecnologias, para garantir que a comunicação interna seja efetiva e abrangente, desde a transmissão de informações básicas até a promoção de um diálogo aberto e honesto entre as equipas e os líderes.

Conclusão

No mundo empresarial do século XXI, é evidente que a comunicação interna vai muito para além da simples troca de memorandos e publicações, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento de uma cultura corporativa forte e saudável, capaz de inspirar a mudança organizacional tão necessária atualmente. Ao promover uma comunicação clara, transparente e efetiva, as empresas conseguem estabelecer um ambiente de trabalho mais dinâmico e colaborativo, onde a troca de ideias e informações é incentivada e valorizada. Isto permite que as equipas estejam mais alinhadas com os objetivos e valores da organização e, conseqüentemente, leva a uma maior satisfação e motivação dos colaboradores. Em suma, a comunicação interna é um poderoso catalisador da mudança e do progresso no mundo dos negócios modernos.

Devido à sua grande importância, a comunicação interna pode ser utilizada como uma ferramenta estratégica e proativa na prevenção de possíveis problemas. Através dela, a organização tem a possibilidade de antecipar conflitos e procurar soluções viáveis com antecedência, o que pode ajudar a evitar situações problemáticas e a tomar decisões mais acertadas.

As comunicações dentro das organizações falham, frequentemente, e exigem a intervenção de vários colaboradores para solucionar problemas e incentivar a confiança entre os grupos. Por isso, é primordial manter a equipa atualizada e informada, especialmente em momentos de crise, quando é necessário aprimorar as ações de comunicação para alcançar a melhoria da satisfação pessoal, da qualidade, do comprometimento, da agilidade e da produtividade de todos os envolvidos e, conseqüentemente, a capacidade de crescimento organizacional.

Este artigo pretende identificar a importância vital da comunicação interna nas organizações modernas, que atua como um fator humanizador essencial das relações de trabalho e consolida a identidade da organização junto dos seus diversos públicos. Após um estudo abrangente, podemos concluir de forma inequívoca que o uso correto desta ferramenta pode melhorar significativamente a integração das relações interpessoais e a motivação dos colaboradores que, ao entenderem claramente o seu papel na organização, sentem-se ainda mais valorizados, comprometidos e integrados. Desta forma, conseguimos minimizar consideravelmente os conflitos, fomentando um ambiente de trabalho harmonioso e colaborativo, aumentando a qualidade do trabalho, a produtividade e, conseqüentemente, o profissionalismo de todas as equipas.

Mais do que nunca, sem uma comunicação interna eficaz, as empresas não conseguem atingir os seus objetivos, especialmente diante dos novos requisitos e necessidades corporativas impulsionadas pela globalização, que exigem mudanças inovadoras, rápidas, atraentes e objetivas. Estes aspetos comprovam que a comunicação interna é importante e relevante para as organizações.

Por isso, a comunicação interna de uma organização pode ser reconhecida como uma vantagem competitiva, promovendo os seus colaboradores e despertando interesse para a formação de opinião, vivência de novas experiências e tomada de decisões, contribuindo para o aumento da produtividade e o cumprimento das metas estratégicas, fortalecendo a cultura corporativa e garantindo o sucesso da organização.

Em resumo, a comunicação interna é uma ferramenta vital para o sucesso de qualquer organização, ajudando a promover a transparência, a confiança, a integração e a satisfação dos colaboradores, bem como a gestão eficaz da mudança e o alcance de metas estratégicas. Por esse motivo, é fundamental investir numa comunicação interna eficaz para garantir o sucesso da organização.

Referências

(Bahia, 2008; Chiavenato, 2021; Curvello, 2002; Weiler, 2010)

Bahia, J. (2008). *Introdução à comunicação empresarial*. Mauad Editora Ltda.

Chiavenato, I. (2021). *Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações*. Editora Manole.

Curvello, J. J. A. (2002). *Comunicação interna e cultura organizacional*. João José Azevedo Curvello.

Weiler, A. (2010). *Comunicação interna e gestão de pessoas: facilitando os relacionamentos em um ambiente organizacional diversificado*.