

Capacitação em Psicologia Organizacional: Comunicação empresarial - A Importância da Comunicação Empresarial

Professora: Maria de Fatima Feitoza Barros
Psicóloga CRP 15/0305

FORMAS DE COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

Na vida pessoal ou nas organizações, as pessoas utilizam basicamente quatro formas de comunicação:

VERBAL – através da fala ou da escrita, é a mais frequente e familiar. Na organização, a instrução é um exemplo de comunicação verbal/oral e o e-mail de comunicação verbal/escrita.

NÃO VERBAL – diferentemente da fala e da escrita, esse modo é sutil e ambíguo. Pode ser representado pelo gesto ou pela postura corporal.

SIMBÓLICA – o lugar onde se mora, o tipo de roupa que se usa, a decoração do escritório, todos são tipos de comunicação simbólica.

PARALINGUÍSTICA – o tom de voz, o ritmo com que se fala e as “pausas cheias” são exemplos de comunicação paralinguística e conferem sentido especial à comunicação.

Essencial para o bom funcionamento de uma empresa e melhoria na produtividade dos colaboradores, o papel da comunicação envolve planejar e criar objetivos para alcançar o êxito desejado. Ela compreende uma série de ferramentas que visam manter todos os colaboradores a par do que está acontecendo na empresa, sua missão, visão e valores, planos estratégicos, ações táticas e procedimentos operacionais.

ASPECTOS ESTRUTURAIS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL.

O processo de comunicação empresarial tem três funções referentes aos objetivos da comunicação nas organizações.

A primeira função é a de produção e controle, voltada à realidade do trabalho e destinada à execução, monitoramento, controle e avaliação dos trabalhos.

A segunda função trata da necessidades organizacionais de comunicação de mudanças, de alterações de procedimento e processos: é a chamada inovação.

A terceira função trata dos meios de realização do trabalho (mas não do trabalho em si) e se destina à socialização. O aspecto da socialização de membros na organização, abordado pelas ciências do comportamento, é um cenário muito rico para o estudo do processo de comunicação empresarial.

REDES DE COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO

As redes de comunicação definem os canais por onde passa a informação. São elas:

REDES FORMAIS – geralmente verticais e centralizadas, por elas trafegam os conteúdos técnico-administrativos do trabalho.

REDES INFORMAIS – enquanto as redes formais obedecem às direções estabelecidas pela organização, a comunicação que flui por meios informais pode saltar níveis de autoridade e mover-se em qualquer direção.

Quatro funções básicas da comunicação:

Controle – Age de diversas maneiras no comportamento das pessoas. As organizações possuem hierarquias e orientações formais que devem ser seguidas pelos funcionários. Quando eles são informados que devem, por exemplo, comunicar qualquer problema de trabalho primeiramente ao seu superior imediato, ou seguir à risca suas instruções de trabalho, ou ainda adequar-se às políticas da empresa, a comunicação controla o comportamento.

Motivação – Facilita a motivação dos funcionários, uma vez que deixa claro o que deve ser feito, avalia a qualidade do seu desempenho e orienta sobre o que fazer para melhorá-lo. Além disso, estabelece metas específicas, dá feedback sobre o progresso.

Expressão emocional – Ocorre dentro do grupo de interação social e é um mecanismo fundamental para que seus membros expressem suas frustrações ou sentimentos de satisfação e até suas necessidades sociais.

Informações – É a função final da comunicação. Nessa função, facilita a tomada de decisões, proporcionando aos funcionários e outros grupos, que precisam tomá-las, os dados para que se identifiquem e avaliem alternativas

É importante salientar que nenhuma dessas quatro funções deve ser entendida como mais importante do que outras. Para que os grupos tenham um bom desempenho, eles precisam ter algum tipo de controle sobre seus membros, estimulá-los ao esforço, oferecer os meios para a expressão emocional e tomar decisões.

A comunicação no ambiente de trabalho forma um ciclo integrado, envolvendo todas as áreas organizacionais em prol de ações sinérgicas na busca dos mesmos objetivos. Ou seja, as ações feitas com o público interno refletem diretamente no público externo e certamente influenciará no posicionamento da empresa no mercado.

Em uma época em que a própria comunicação é tão valorizada, com a popularização da Internet e, principalmente das redes sociais, as empresas não podem mais adotar o tipo de relacionamento frio e distante com os colaboradores e o público externo que era tão normal há algum tempo.

Para que a corporação funcione, tanto em termos operacionais, quanto de clima organizacional, a comunicação empresarial é imprescindível, por garantir que os colaboradores trabalhem de forma conjunta e alinhada aos objetivos da empresa, e ainda fazer com que eles se sintam pertencentes a ela, implicando aumento de desempenho, inovação constante e criando defensores da sua marca.

Se antes as empresas só se preocupavam com sua imagem externamente, perante a comunidade ou figuras de influência, hoje, com a evolução da tecnologia, o conhecimento cada vez maior dos colaboradores sobre seus direitos e o aumento da importância do caráter humano das corporações, elas precisam trabalhar sua comunicação empresarial de forma integrada e ampla, dando atenção tanto ao externo quanto ao interno.

Enquanto há alguns anos a empresa conseguia atingir colaboradores e clientes de forma lenta e fragmentada, hoje, com alguns cliques ela garante que pessoas do mundo inteiro vejam sua mensagem com qualidade total e quase em tempo real.

A comunicação e a troca de informações que ocorre internamente, entre os próprios colaboradores da empresa, seguem alguns fluxos que podem definir seu tom, linguagem e abordagem.

Fluxo descendente: Ocorre quando a comunicação provém das posições mais altas, dos cargos mais importantes às mais baixas.

Nesse tipo de comunicação empresarial, o emissor deve tomar cuidado para não soar autoritário, ou agir de uma forma que possa desgastar sua relação com o receptor.

Fluxo ascendente: é exatamente o contrário do descendente. Nele, a comunicação empresarial ocorre das posições mais baixas às mais altas. Aqui também é importante tomar cuidado com a abordagem usada na comunicação, já que nesse caso o emissor está se dirigindo a alguém, teoricamente, com mais poderes do que ele.

Fluxo horizontal: é o fluxo que ocorre em um mesmo nível dentro da empresa. Ou seja, entre colaboradores na mesma posição ou com a mesma importância.

Esse tipo de comunicação empresarial tende a ser mais leve e dinâmica. Mas, ainda assim, é importante levar em conta fatores como o assunto e a realidade da sua empresa na hora de se comunicar.

Fluxo transversal: O fluxo transversal se dá em todas as direções e permite que pessoas de todos os níveis participem da comunicação empresarial e possam intervir em outros níveis ou áreas. Esse tipo de comunicação facilita a interação e aproxima pessoas de diferentes setores. Porém, deve ocorrer de forma minimamente organizada, para que não haja conflitos entre pessoas com especialidades diferentes.

Fluxo circular: Este tipo de comunicação é mais comum em empresas informais, uma vez que abarca todos os níveis e não segue as direções tradicionais.

Quanto maior for o grau do relacionamento interpessoal entre o emissores e o receptores, maior será a troca de informações entre todos.