

Título: A Comunicação Organizacional como estímulo a participação dos colaboradores: um estudo sobre a Intranet do Departamento Nacional do SENAC

Autor(es) Soraya Venegas Ferreira*; Cristiane Menezes do Nascimento

E-mail para contato: sosovenegas@yahoo.com.br

IES: UNESA

Palavra(s) Chave(s): Comunicação Corporativa; Motivação; Intranet; SENAC

RESUMO

A Comunicação Corporativa compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar a imagem de uma empresa ou entidade junto aos seus públicos de interesse. No caso dessa pesquisa, o foco é o público interno, constituído por desde o mais simples colaborador até a própria Diretoria do Departamento Nacional do Senac, que nos seus quase 70 anos de existência, é considerado um dos principais pilares de educação profissional do Brasil, presente nos 27 estados brasileiros, e que divide-se em três modalidades de ensino: presencial, semi-presencial e à distância. O processo de comunicação em si é comumente definido como a troca de mensagens entre um emissor e um receptor através de um canal. Neste caso específico, tudo é feito com o objetivo de alcançar motivação profissional, de modo que os colaboradores/ empregados sintam-se cada vez mais envolvidos com os objetivos da corporação. Quando há motivação profissional as pessoas tornam-se mais produtivas e satisfeitas. Despertá-la, mantê-la e canalizá-la para os objetivos da corporação é preocupação constante. Entende-se por motivação uma força interior e subjetiva que direciona e intensifica os objetivos de um indivíduo, implica ter um desejo por trás de suas ações. Ela é responsável pela persistência em atingir uma meta. Esta visão entende as organizações como um conjunto de recursos no qual a primeira tarefa é maximizar o valor dos recursos existentes de informação. Sendo assim, a informação estratégica é a informação relevante, criada, tratada e depois distribuída que permite às organizações terem uma melhor performance junto ao seu público de interesse, no caso desse estudo, os funcionários. Essa pesquisa se faz importante devido ao poder que as informações veiculadas na intranet têm, através de seu conteúdo, em especial o informativo. Esse ambiente acaba trazendo à tona um novo formato de gestão empresarial, sendo de um grande interesse no sentido de alcançar os objetivos da empresa. O estudo pretende, portanto, esclarecer até que ponto a intranet do Departamento Nacional do Senac produz estímulos que gerem motivação nos colaboradores de maneira positiva, transformando-os em indivíduos mais conscientes e participativos com relação à realidade que os cerca no âmbito profissional. Além de tentar mostrar que essa ação pode estar, ao mesmo tempo, visando primordialmente ao aumento dos índices de participação, em benefício dos objetivos da empresa. A metodologia utilizada para a realização do estudo foi a pesquisa de campo participativa, feita pela pesquisadora, já que a mesma estagiou na empresa em questão. Trabalhou-se ainda com entrevistas com alguns funcionários e diretores, que são usuários da intranet, para que fosse possível analisar o tempo destinado aos acessos e a maneira como o conteúdo é distribuído e absorvido. Buscou-se entender como a intranet alia informação e estímulo na busca por altos índices de produtividade, e avaliar a possibilidade de sua função real ser a manipulação dos interesses e o empenho dos funcionários. O trabalho constatou que a intranet do Senac estabelece uma relação de informação e estímulo eficaz e, como oferece a agilidade necessária no processo de comunicação, torna-se o meio mais dinâmico de divulgação dos fatos. Porém, a conclusão é que, mesmo que a empresa disponha de infra-estrutura, sustentação tecnológica e facilidade de uso, é necessário o envolvimento das pessoas para que haja sucesso. Identificou-se ainda que os motivos que levaram à implantação do sistema intranet foram: auxiliar no processo de comunicação interna e externa; facilitando na comunicação e sistematização das informações internas; além de reduzir custos e distâncias geográficas; proporcionando interação entre os funcionários e maior agilidade nos processos.