

INFORMAR, PRODUZIR E INTERAGIR – UMA NOVA COMUNICAÇÃO INTERNA CORPORATIVA.

A comunicação interna sempre existiu, as gerências de RH desde sempre buscaram deixar os colaboradores informados das ações, dos eventos, das resoluções e demais notícias. Desde as mensagens no rodapé do contra-cheque (que ninguém lia), passando pelo telex, fax e chegando no email, a comunicação interna esteve sempre ali, esperando ganhar uma atualização à esquerda da vírgula e subir de nível. A comunicação interna corporativa sempre existiu, mas nem sempre funcionou como deveria funcionar.

Os murais informativos foram ganhando espaço, sempre ao lado do relógio de ponto, claro. Evoluíram e chegaram a um nível interessante de interação. Os colaboradores passaram a mandar mensagem pelo email para responder questões, pesquisas ou mesmo anúncios, postados no mural.

É certo que a Rádio Pião, Rádio Corredor ou qualquer outra nomenclatura dessa forma de comunicação é, talvez, a mais rápida e menos eficaz. A gente sabe para quem exatamente precisa contar alguma coisa e diz “Vou te contar uma coisa aqui da empresa, mas pelo amor de Deus, não conte a ninguém”, pronto, a empresa toda sabe.

A informação sempre circula. Certa ou errada, ela circula, mas sempre teremos alguém que dirá que não viu, não recebeu, que não sabia e que a culpa...É da Comunicação. Até porque, em uma empresa que tem mais de dois colaboradores, fatalmente, a informação circulará com defeito.

Uma boa comunicação interna precisa ir além da informação simples. Passar

simplesmente uma informação para o colaborador não garante nada. Nem que ela chegou e muito menos que ela foi lida. Uma boa comunicação precisa unir a produção e trazer o colaborador para interagir com a informação.

Informar, produzir e interagir. Uma nova comunicação interna ávida por resultados precisa transitar, entender e abraçar essas três palavras. Já se foi o tempo em que repassar notícias, recados, informes e os aniversariantes do mês eram as ações de uma comunicação interna corporativa.

Tudo era enfiado goela abaixo do colaborador. As notícias, os avisos, os eventos. Essa via de mão única satisfazia as gerências de RH e as assessorias de comunicação, sendo tudo centralizado em um setor ou até em uma pessoa. Intranet atualizada, email enviado, objetivo cumprido. Isso, deixem-me dizer, acabou.

Já não se consegue separar a comunicação interna do endomarketing. Tudo agora passa pela opinião, pela construção do conteúdo, pela voz do colaborador. É ele que construirá o conteúdo da sua comunicação interna. O colaborador é o verdadeiro defensor da sua empresa, é ele que entende, vive e compreende o seu produto e o seu serviço. É preciso uma ferramenta que coloque o colaborador como protagonista.

A informação hoje sobrevoa nossas cabeças por todas as vias possíveis e imagináveis. Por todos os lados a informação surge. E urge consumir esse poder. As pessoas querem a informação. As pessoas levantam a mão e saltam em busca da informação. É preciso saber usar esse poder e a grande responsabilidade que ele traz.

É a vez do colaborador. É a hora do impacto que a comunicação interna pode causar na gestão de pessoas. A comunicação interna caminha por uma nova estrada, de mão dupla, com várias e várias vias de cada lado, e não adianta encostar o carro na berma. A informação agora precisa ir e voltar. E o colaborador, seu bem mais precioso, é o melhor recurso para isso.

As plataformas de people analytics surgem e tomam conta da internet. O Feedz, do Gabriel Leite, o Fluig, da Totvs e o Workplace, do Facebook, são exemplos da mais alta qualidade. Revolucionar a cultura e a gestão de pessoas na empresa é o objetivo. Pesquisas, humor e engajamento, além de outras ferramentas, permeiam esse novo mundo da informação. É preciso entender o comportamento do colaborador e fazer com

que ele contribua com as decisões e com os caminhos da informação.

O Núcleo de Comunicação e Marketing da Fecomércio em Sergipe vem desenvolvendo um novo projeto que ganhou o nome de Intra-S (Intranet Social Corporativa). Uma equipe multidisciplinar passa os dias a pesquisar as diversas plataformas de people analytics e de gestão de pessoas. Reunir as ideias que já existem, unindo com a estrutura das entidades do comércio de bens, serviços e turismo, é a grande ideia.

O escopo é o colaborador. O que ele está sabendo, fazendo e multiplicando? Informar, produzir e interagir é buscar construir o conteúdo juntos, em um processo cíclico, rápido e eficaz. Ter a informação nas mãos, em tempo real.

A intranet então se transforma. Essa ferramenta tão presente nas empresas, desejada pelas gerências de recursos humanos e refém das assessorias de comunicação, deixará de ser território com baixa demografia e passará a ganhar infraestrutura de cidade grande. A intranet que conhecemos começa a abandonar o estereótipo de simples website para ganhar personalidade, cor, controle e produção. Uma simples ferramenta que ganha status de plataforma.

Aliando-se aos costumes das Redes Sociais, um novo conceito de intranet começa a ser descoberto e entra em mutação contínua. A informação se torna dinâmica. A produção, suas etapas e seu acompanhamento ganham forma. Os colaboradores interagem, compartilham conhecimento e constroem o conteúdo.

Esqueça os websites duros das intranets corporativas. Jogue fora as informações irrelevantes e traga o colaborador para caminhar ao seu lado. Faça-o se enxergar na primeira tela. Nada de barras de rolagem, calendário de aniversariantes ou avisos de salário na conta. Uma interface tranquila, customizável, que seja direcionada e que traga as informações que fazem sentido a quem está em frente ao computador.

Promova suas ações, acompanhe tarefas passo-a-passo, compartilhe conhecimento. A Intranet Social Corporativa é o novo caminho.

* André Gusmão é Coordenador de Comunicação e Marketing do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac em Sergipe.



Coordenador de Comunicação da Fecomércio fala sobre desafios da comunicação interna em “Almoço com RH”

O coordenador de Comunicação e Marketing do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, André Gusmão, fez palestra durante o “Almoço com RH” realizado pela Associação Brasileira de Recursos Humanos de Sergipe (ABRH-SE). Gusmão tratou sobre a importância de uma comunicação interna eficaz para a gestão de pessoas dentro das corporações. O almoço atraiu representantes de RH e gestores de mais de 40 empresas de diversos segmentos, e aconteceu no auditório do Senac na tarde desta quarta-feira, 13 de junho.

Gusmão falou sobre os desafios de coordenar e promover a comunicação interna em um conjunto de entidades que conta, hoje, com cerca de mil colaboradores. “Comunicar internamente é muito complicado. O nosso grande desafio não é só fazer com que a informação chegue ao colaborador, mas que ele possa ajudar a construir o conteúdo, da

mesma forma que a entidade precisa saber o que ele está fazendo. Então é uma via de mão dupla mesmo. E a ABRH-SE me convidou para falar sobre esse novo conceito de comunicação interna. Eu adorei o convite. Costumo dizer que o RH e o setor de comunicação devem trabalhar juntos”, declarou.

O coordenador também apresentou a Intra-S, uma nova plataforma de comunicação interna que está sendo desenvolvida pelo Núcleo de Comunicação e Marketing da Fecomércio e que será adotada, em breve, em todo o Sistema. Quando implantada, a ferramenta servirá para o compartilhamento de informações e gerenciamento de processos, tarefas e equipes.

“Essa nova plataforma vai buscar uma melhor interação entre os colaboradores, coordenadores, gerentes, diretores e presidente, para que todos tenham vontade de ver e saibam o que está acontecendo na empresa. Porque as intranets atuais, muito arcaicas, não são atrativas para o colaborador, e ele precisa gostar da coisa, se identificar e se reconhecer naquela plataforma. Por isso estamos criando esse projeto de uma intranet social corporativa, cujos testes começarão a ser feitos já nos próximos meses em entidades do Sistema Comércio de Sergipe e também em outros Estados”, contou Gusmão.

A importância da Comunicação Interna

Segundo Claudia Soledade, presidente da ABRH-SE, o tema foi levantado em outros encontros da entidade como uma pauta necessária de ser discutida. “Acreditamos que, hoje, exista uma grande lacuna nas organizações em relação à comunicação, seja pela falta dela ou por ser feita de forma inadequada. Percebemos conflitos no ambiente de trabalho e isso reflete no bem-estar dos profissionais, nos resultados da empresa, na qualidade de vida no ambiente da organização. Então foi um tema levantado muitas vezes nos eventos anteriores como uma necessidade de diálogo, além das deficiências relacionadas à comunicação interna que percebemos em nossas visitas às empresas. E o nome de Gusmão foi levantado, apresentado e validado pela equipe de diretores para que ele viesse hoje falar sobre o tema, graças ao trabalho que tem desenvolvido à frente do Núcleo de Comunicação da Fecomércio”, disse Claudia.

“Algumas pesquisas dizem que uma das grandes habilidades que se requer dos gestores e executivos é a capacidade de comunicação. Ela é um pilar sobre o qual se constrói

toda fluidez da organização. Então a gente tem que valorizar a comunicação, inclusive porque ela é, essencialmente, feita pelas pessoas. É muito importante priorizar a comunicação para melhorar a empresa de um modo geral”, declarou Paulo do Eirado, diretor do Senac Sergipe.

Sobre o palestrante

André Gusmão é designer multimídia com especialização em Assessoria de Imprensa. Foi instrutor no Senac de 1997 a 1999, lecionando as primeiras turmas da área de comunicação e marketing. Foi coordenador de atendimento do Sesc de 1999 a 2001, implantando a nova carteira do Sesc em PVC e o novo sistema de atendimento do restaurante do comerciário. Em 2001 passou a fazer parte da equipe de comunicação do Sesc.

De 2008 a 2012 trabalhou em Lisboa, Portugal, sempre na área de comunicação e marketing. Retornou ao Brasil em 2012 para a Fecomércio e, em 2017, assumiu a coordenação do Núcleo de Comunicação e Marketing do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac de Sergipe.





Intra-S: Fecomércio de Sergipe desenvolve nova plataforma de comunicação interna

O Núcleo de Comunicação e Marketing (NCM) da Federação do Comércio de Sergipe (Fecomércio/SE) está desenvolvendo uma nova plataforma de comunicação interna chamada Intra-S. Quando implantada, a ferramenta servirá para o compartilhamento de informações e gerenciamento de processos, tarefas e equipes dentro das empresas. A apresentação do projeto aconteceu durante o Encontro Nacional de Comunicação da Confederação Nacional do Comércio (CNC), no início do mês, no Rio de Janeiro/RJ, evento que reuniu assessores de comunicação de todo o país.

O projeto é baseado em perfil pessoal e no modelo de gestão de pessoas chamado People Analytics. O sistema está sendo desenvolvido pelo programador web Alexandre França, sob orientação do coordenador do NCM, André Gusmão. A plataforma começará a ser testada no Sistema Fecomércio-Sesc-Senac de Sergipe ainda neste primeiro semestre mas, em breve, será levada a outros Estados.

Segundo André Gusmão, a ideia de criar a Intra-S surgiu da necessidade de uma maior integração entre as instituições que compõem o Sistema Fecomércio. "Um dos

problemas de uma grande instituição é a comunicação interna, passar informações aos colaboradores, das mais simples às mais complexas. Fazer chegar a todos é muito complicado. Essas grandes instituições têm a chamada intranet, e é um problema porque não se consegue fazer com que todos a utilizem efetivamente, já que ela não costuma ser muito atrativa. Muitos colaboradores têm resistência. Quando construímos o mapa mental do NCM, no ano passado, um dos desafios era a criação de um novo modelo de intranet, pois é muito importante ter uma comunicação integrada e eficaz em um Sistema que conta com cerca de 1000 colaboradores”, contou.

“Em outubro do ano passado, tivemos uma conversa com o publicitário Gabriel Leite, diretamente de Florianópolis. A conversa serviu como a fagulha que faltava à equipe e nós começamos a construir uma nova ideia de intranet. Bebemos em várias fontes, fizemos muitas pesquisas e chegamos à conclusão de que ela deveria ter um perfil pessoal com informações direcionadas e não de maneira muito genérica, além do acesso à documentos importantes da empresa e um espaço para mensagens, mas que não fosse um feed de notícias como o do Facebook ou Twitter. Então vimos que se tratava de uma intranet com cara de rede social e um jeito de website corporativo, o que originou o nome Intra-S - Intranet Social Corporativa”, explicou Gusmão.

O projeto foi apresentado a Laércio Oliveira, presidente da Fecomércio, que imediatamente comprou a ideia. O passo seguinte foi o recrutamento do desenvolvedor Alexandre França, instrutor do Senac, para dar vida ao programa. Mauricio Gonçalves, Superintendente da Fecomércio participou da apresentação, junto com os diretores regionais Adely Carneiro (Sesc) e Paulo do Eirado (Senac). “A chegada de um colaborador do Senac ao projeto é uma mostra de que a Intra-S já nasceu cumprindo o seu propósito, que é o de integração das três casas, uma marca da gestão de Laércio Oliveira”, declarou Mauricio.

O grande desafio da Intra-S será o controle de processos e tarefas. O último módulo a ser desenvolvido pela equipe promete ser um divisor de águas nas corporações. “Os colaboradores terão controle sobre os projetos que estão desenvolvendo e os gestores poderão, além de demandar ações, também controlar e acompanhar o seu desenvolvimento”, completou Alexandre França.

Testes e implantação

A implementação em definitivo da Intra-S em todo o Sistema Fecomércio de Sergipe deve levar em torno de um ano, mas os primeiros módulos já estão prontos e devem começar a ser testados nos próximos meses. Os testes são necessários para descobrir e corrigir erros e aprimorar a ferramenta. Outros Estados também poderão testar a plataforma.

“Fomos convidados a apresentar o projeto durante o Encontro Nacional de Comunicação da CNC, pois ele já era conhecido em nossos grupos internos, e fizemos uma apresentação bem explicativa da Intra-S, mostrando módulo a módulo, todos detalhes desta nova plataforma. A ideia foi muito bem aceita e, prontamente, recebemos pedidos de várias Federações do país. Em princípio, vamos começar os testes em Sergipe, mas também levaremos à CNC e às Federações do Comércio da Bahia e Brasília, pois elas participaram do nosso encontro estadual de comunicação no mês passado, e vão ganhar a oportunidade de serem as primeiras a utilizar a Intra-S”, disse André Gusmão.

Foto : Guilherme Oliveira/CNC