



ASSOCIAÇÃO APOIO À
EXCELÊNCIA NO 3º SETOR



Secção do puzzle: **Comunicação**

Peça: **Comunicação - Interna**

junho 2020

Outras peças relacionadas com este tema:

- Comunicação - Generalidades
- Comunicação - Estratégia
- Comunicação - Plano
- Comunicação - Situações de Emergência
-
-



Comunicação - Interna

Índice

Introdução	2
1. Comunicação relacional	3
2. Comunicação através de suportes físicos	4
3. Comunicação on-line	5
Avaliação da Comunicação Interna (CI)	5
Requisitos a considerar	5

Introdução

Para aumentar a sua reputação e o seu valor intangível (goodwill), as Organizações devem trabalhar a sua imagem através da comunicação. Uma das formas mais eficazes de o fazerem é transformar os seus colaboradores em verdadeiros embaixadores da boa vontade.

Para isso é necessário tornar os colaboradores integrados e informados do que acontece na Organização, fazendo-os sentir parte dela, o que apenas se consegue através de uma comunicação interna adequada.

Consideram-se dois tipos de Comunicação Interna, conforme o objectivo que lhe está inerente. Uma a que designamos por **comunicação motivante** e outra chamada de **comunicação funcional**. No primeiro caso o objectivo é “fazer pertencer” e no segundo “fazer funcionar”.

A **comunicação motivante** tem por objectivo **promover o envolvimento e a motivação** dos colaboradores da Organização com vista a inculcar sentimentos de pertença à mesma.

Este tipo de comunicação assenta na transmissão pelos canais mais adequados da estratégia da Organização, a partilha de valores, a sua missão e visão com vista ao reforço da cultura organizacional que se manifesta na actuação dos grupos em equipa (vestir a camisola da organização) e na expressão de uma linguagem/código comum, condições para que exista também um clima favorável às mudanças que a realidade conjuntural nos impõe

É através da **comunicação funcional** que **circula a informação e o conhecimento** dentro das Organizações, podendo realizar-se de forma vertical, ou seja, da direcção para os níveis subordinados e vice-versa, ou horizontal, entre os colaboradores do mesmo nível hierárquico, ambas podem ser realizadas ou via oral ou via escrita/ visual.



Os principais objetivos da comunicação interna são:

- Tornar influentes, informados e integrados todos os colaboradores da Organização;
- Possibilitar aos colaboradores o conhecimento das transformações ocorridas no ambiente de trabalho;
- Tornar determinante a presença dos colaboradores na programação, realização e avaliação da atividade;
- Facilitar a comunicação organizacional, deixando-a clara e objetiva para o público interno;
- Motivar os colaboradores através do conhecimento da maioria das atividades da organização e não apenas da sua própria área.

A comunicação interna pode ser formal (realizada através da hierarquia) ou informal (realizada fora do sistema convencional).

Mesmo que a Organização nunca tenha definido uma política de comunicação, as conversas de corredor ou durante as pausas são um espaço privilegiado para a comunicação interna informal. A qualidade da informação transmitida depende da cultura do diálogo, de abertura à conversação e à troca de ideias e opiniões.

Apesar da importância da comunicação informal, não cabe no âmbito deste documento a sua análise.

Em termos genéricos a Comunicação Interna assenta essencialmente em três tipos de meios: **comunicação relacional, suportes físicos e comunicação on-line**, também designados "olhos nos olhos".

1. Comunicação relacional

A comunicação oral (formal) realiza-se sobretudo através de, reuniões de integração, avaliação, análise, controle e feedback, nas quais se promove a participação, transmissão e trocas de conhecimento e experiências.

Para aumentar a eficácia deste tipo de comunicação devem ser cumpridas algumas regras básicas para a realização de reuniões:

Metodologia	Interação sugerida
<ul style="list-style-type: none">• Começar à hora• Acabar à hora• Até 1H30• Sem interrupções• Agenda previamente conhecida• Não sair da Agenda• Acta	<ul style="list-style-type: none">• Não sair da ordem de trabalhos• Encorajar participação• Falar um de cada vez• Não interromper / monopolizar• Não permitir alheamentos• Não permitir mini-reuniões• Estimular escuta mútua• Não troçar• Assegurar tomada de notas





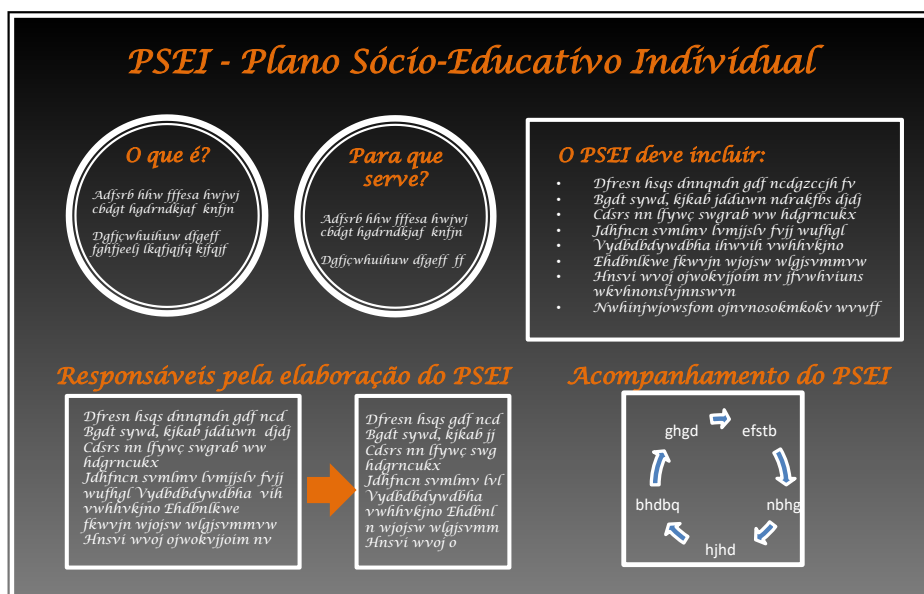
Na maioria das Organizações a realização de reuniões para divulgação de informação e partilha de conhecimento já é uma realidade há muito implementada.

2. Comunicação através de suportes físicos

São várias as ferramentas da comunicação através de suportes físicos e a sua utilização está intimamente ligada às opções estratégicas da Organização e sobretudo ao modelo de gestão das pessoas, como por exemplo, os programas de reclamações ou programas de melhoria ou ao registo de dados para a produção do serviço, como é o caso do livro de ocorrências.

Exemplos de comunicação através de suporte físico:

- Informação estática



- Informação dinâmica

PARA FAZER	EM EXECUÇÃO	FEITO
frta	4tn6	mngd
ghkjc	bncg	abce
	45hj	hjdj



O acompanhamento da execução de um plano ou de um projecto pode ser comunicado de uma forma muito simples, utilizando a metodologia Kanban.

Nesta metodologia utilizam-se cartões colocados num quadro para indicar e acompanhar a realização das diversas tarefas que compõem o plano ou projecto.

À medida que as tarefas entram em execução ou são finalizadas, os respectivos cartões são colocados na coluna correspondente.

3. Comunicação on-line

A comunicação on-line pode realizar-se através de:

- Redes externas - plataformas de webmail (gmail, Hotmail, ...) acedidas directamente ou através de programas de programas específicos (Outlook, Correio, ...)
- Redes internas – intranets
- Nuvens de armazenamento – serviços de armazenamento de dados acessíveis através da internet a partir de qualquer lugar e a qualquer hora, sem necessidade de programas específicos. Existem numerosas soluções disponíveis (Google Drive, Dropbox, OneDrive, iCloud Drive, ...). A escolha do serviço mais adequado deve ter em consideração o espaço de armazenamento gratuito, o custo de contratualização de espaço adicional e as funcionalidades adicionais.

Avaliação da Comunicação Interna (CI)

Atendendo à importância acima referida, a eficácia da comunicação interna deve ser periodicamente avaliada

- Medindo a notoriedade e a difusão/audiência das peças de comunicação desenvolvida;
- Verificando o cumprimento dos objectivos propostos;
- Verificando as mudanças de atitudes e ou comportamentos;
- Avaliando o grau de receptividade das acções de CI.
- Recebendo comentários, críticas e sugestões.

Requisitos a considerar

O sistema de comunicação deve garantir o cumprimento dos seguintes requisitos:

- Que os responsáveis pela prestação directa e indirecta dos serviços ao cliente recebem, em tempo útil, informação necessária ao desempenho das suas funções;



- Que está assegurada a transmissão diária de informação relevante sobre o cliente, entre colaboradores da Organização e entre estes e os serviços externos que prestam serviço ao cliente;
- Que são realizadas periodicamente reuniões da equipa técnica para análise da informação e dos resultados obtidos na prestação do serviço, troca de informação relevante sobre o cliente, definição de formas de actuação e prevenção de situações anómalas detectadas;
- Que é promovida a participação dos colaboradores externos nas reuniões;
- Que são realizadas periodicamente reuniões entre a equipa técnica e a gestão, para análise de informação e dos resultados obtidos.