

Release

O tempo e a Comunicação na agenda organizacional

Eliane Campelo - DRT n.264/TO

Um novo conceito de organização, "cada vez mais inteligente", surge na velocidade da informação. Os pesquisadores, Marta Pagán Martínez e Renato Dias Baptista, buscaram entender melhor o impacto e efeito da comunicação sobre os processos de mudança de cultura organizacional justamente neste ponto de ebulição, onde a cultura e a comunicação tradicionais nas organizações já não respondem às demandas contemporâneas. Os questionamentos e as incertezas movem esta busca pelo aperfeiçoamento humano e organizacional levando à construção de uma nova identidade diante da velocidade tecnológica e da preocupação com o fator tempo. O resultado desta inquietação pode ser conferido no texto **"El Tiempo y la Comunicación: Nuevos Horizontes"** publicado na Revista Observatório v.3, n.6.

O objetivo, dizem os pesquisadores, é analisar o papel da comunicação nos processos de mudança de negócios por meio de uma revisão da literatura, onde são analisados o papel da comunicação organizacional, a cultura organizacional e a dissonância entre modelos empresariais tradicionais e emergentes. Do ponto de vista organizacional, a comunicação é "a rede que é tecida entre os elementos de uma organização e que fornece sua característica essencial: o de ser um sistema, "o cimento que mantém unidas as unidades de

uma organização", a alma ou "o sistema nervoso da empresa" é uma "atividade consubstancial" para a vida da organização".

Depois de analisar o papel da comunicação nos processos de mudança nas organizações, os pesquisadores afirmam que é possível deduzir "que a revolução tecnológica mudou os padrões de comportamento e as formas de comunicação na sociedade da informação e conhecimento" e esses processos geram uma busca por uma nova identidade, moldada de acordo com a velocidade atual das mudanças onde as organizações "avançam para um futuro versátil em que a capacidade de se adaptar às mudanças exige estratégias de comunicação cada vez melhores e maior velocidade para alcançar valor competitivo em um mundo em constante mudança e onde informações, conhecimento e inovação são a moeda comum e a chave para garantir sucesso e sobrevivência".

A pesquisa enfatiza o papel da linguagem e da comunicação humana enquanto fenômenos que podem ser estudados por diversos campos disciplinares e podem ser tratados a partir das mais diversas abordagens científicas e isso destaca a importância destes fenômenos para a vida humana. "A comunicação humana é uma necessidade social, a capacidade de falar como um mecanismo de comunicação com seus pares é algo inerente e distintivo do ser humano" e acrescentam que "A comunicação deve extrapolar intensamente as ações informativas, é necessário escapar do encantamento corporativo que reside apenas nas palavras. Como um conhecimento empírico, tudo pode ser percebido".

Nas organizações esses processos comunicacionais se fortalecem, as empresas "são o resultado de sua comunicação com o ambiente e com si próprias, o que é um verdadeiro desafio para os gerentes de comunicação. Desafio para o qual são necessárias ideias claras, estruturadas e documentadas para desenvolver a criatividade e o talento dos profissionais de comunicação"

diz a pesquisa sendo que a cultura organizacional está imbuída de valores e normas que caracterizam a empresa e seu corpo de funcionários, bem como "seus valores, suas mudanças, seus processos de trabalho, suas lutas externas e internas, suas formas de comunicação".

Então, se a Comunicação "é o meio para orientar comportamentos individuais e estabelecer relações interpessoais funcionais que ajudem a trabalhar em conjunto para alcançar um objetivo " a pesquisa norteou-se por algumas perguntas-chave sobre esse conceito: Que modelo de comunicação organizacional deve ser proposto em uma realidade fugaz? A celeridade pode interromper a evolução? Os dados mais representativos desta questão podem ser encontrados com outras questões da -análise contextual: qual comunicação é usada? Quais são os níveis cognitivos dos componentes da organização? Com que frequência o processo de educação corporativa ocorre? Como estas são implementadas? Qual é a história da comunicação dentro de uma empresa e como é absorvida pelas equipes? Estas são questões que indicam a extensão das lacunas cognitivas dizem os autores.

E os questionamentos bem como as descobertas não param pois a velocidade da mudança tecnológica, social e vital traz reflexos para as estruturas organizacionais atuais que cobram uma experiência 'Acelerada' adaptada aos novos padrões. "Diante disso, vale a pena perguntar: quais são os motores que dirigem essa velocidade? Quais são as consequências reais dessa aceleração vertiginosa e cada vez mais persistente? Quais são as consequências da constante preocupação com o tempo, neste mundo cada vez mais globalizado, nesta "aldeia global"? Como essa celeridade e mudança 'dão' padrões temporários à estrutura mental e comportamental de indivíduos dentro e fora da organização? Eles estão correndo o risco de serem subjugados pelo estresse causado por essa preocupação e pressão decorrentes da rápida velocidade do progresso tecnológico, mudanças organizacionais, mudanças

culturais, mudanças nas formas de comunicação, mudanças na velocidade de comunicação, transações econômicas, mudanças de valor competitivo, entre outros?" Os caminhos são diversos e alguns ainda estão em construção apontam os pesquisadores.

Como citar a pesquisa

MARTÍNEZ, Marta Pagán; BAPTISTA, Renato Dias. EL TIEMPO Y LA COMUNICACIÓN: Nuevos Horizontes. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 6, p. 698-727, out. 2017. ISSN 2447-4266. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4251>>. Acesso em: (data do acesso). doi: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p698>.