

Comunicação e Informação: recursos para a consecução de objetivos organizacionais



Olga Maria Correa Garcia

Professora do Departamento de Documentação do CCSM/IESM - Maracá

resumo

O presente artigo destaca a importância da comunicação como processo de interação humana, suporte necessário à administração para assegurar o entendimento dos objetivos organizacionais.

O estudo salienta também o fato de que os executivos tenham consciência da necessidade de gerenciar a informação. Isso requer planejamento e avaliação sistemática da qualidade das informações e sua contribuição aos propósitos da organização.

Palavras-chave

Comunicação organizacional, informação, comunicação.

abstract

The present paper emphasizes the importance of communication as a process of human interaction, an important aid in management to ensure the understanding of business goals. In addition, the study calls to the need of the executive's awareness in managing the information. This requires planning and systematic evaluation on the quality of information and its contribution to the organization purposes.

Key-words

Organizational communication, information, communication.

Introdução

Neste final de século, caracterizado por rápidas mudanças, o desenvolvimento das organizações depende de sistemas de gestão mais flexíveis e participativos, que levem à integração dos objetivos da empresa aos dos indivíduos.

A busca de qualidade e produtividade exige das empresas inovação, criatividade e principalmente interação com os públicos envolvidos.

Nesse sentido, é necessário investir na conscientização e integração de cada pessoa. É no processo de comunicação, bem planejado e permanente, que a administração encontra o suporte necessário para assegurar o entendimento dos objetivos comuns, na busca de obter adesão aos mesmos. Neste processo, é fundamental a qualidade das informações que são geradas e compartilhadas. O sucesso das organizações está relacionado à disponibilidade de informações oportunas e relevantes, portanto devem preocupar-se com o gerenciamento das informações para que possam fazer uso eficiente e eficaz das mesmas.

O presente artigo tem o propósito de apresentar a importância da comunicação como um processo de interação humana, colocando o mesmo como suporte necessário à administração para que possa assegurar o entendimento comum dos objetivos organizacionais. Destaca-se ainda, que os executivos necessariamente devem estar conscientes de que é indispensável o planejamento e avaliação sistemática das informações visando a qualidade das mesmas e sua contribuição aos propósitos da organização.

1. A comunicação: suporte à administração

As constantes transformações que caracterizam a época atual exigem das organizações novas formas de gerenciamento, bem como criatividade para que possam sobreviver no mercado globalizado. Na área administrativa é necessário substituir a hierarquia rigorosa, decisões centralizadas, sistemas de comunicação verticais e os rigorosos manuais por uma nova forma de gerenciar.

Para que um sistema de gestão empresarial constitua um instrumento eficaz

para a administração é fundamental que cada uma de suas partes componentes exerçam funções específicas dentro de um conjunto harmônico e integrado. No entanto, essa interação, que leva à consecução de objetivos comuns, requer conhecimento e entendimento desses objetivos para que possa haver adesão aos mesmos.

A administração encontra nos sistemas de comunicação o suporte necessário para assegurar esse entendimento comum, bem como estabelecer as relações externas e internas, necessárias à tarefa empresarial. Através dos sistemas de comunicação as informações podem atingir a todos, permitindo a concretização da missão da organização e, conseqüentemente, o alcance de seus objetivos.

ARANTES (1994, p.260) define a comunicação como um "processo de interação humana que busca o entendimento comum nas relações entre os indivíduos", indispensável à sobrevivência, ao crescimento e à continuidade das organizações. Para FONSECA (1998, p.12) "a comunicação organizacional é o processo através do qual as pessoas emitem, coletam e recebem informações" referentes à organização e sobre tudo o que nela ocorre.

Tendo como base estes conceitos e acreditando que todo processo de comunicação depende fundamentalmente de objetivos claros, estes devem ser de interesse do receptor. Isto implica que o emissor conheça os interesses, necessidades, valores e crenças do receptor. Assim, a mensagem deve ser adequada ao nível cultural e técnico do receptor, pois a comunicação só se concretiza quando é recebida e compreendida por este. A resposta pode vir de várias formas: através da compra de um produto, mudança de atitude, aceitação de uma decisão, entre outras. O importante é estimular a participação do receptor, para que se possa avaliar como a mensagem chegou até ele, seu nível de compreensão e adesão.

As organizações são sistemas abertos que interagem numa sociedade complexa e que precisam atender rápida e eficientemente às mudanças para que possam permanecer no mercado.

Externamente, o processo de comu-

As organizações são sistemas abertos que interagem numa sociedade complexa e que precisam atender rápida e eficientemente às mudanças para que possam permanecer no mercado.

nicação é fundamental, pois permite identificar as necessidades da sociedade, conhecer clientes, atrair talentos e manter relações com clientes, fornecedores e com o público em geral. No ambiente interno, a comunicação torna possível a disseminação, a compreensão e aceitação da filosofia da empresa, fundamentais à realização da tarefa empresarial.

Os problemas de comunicação existentes nas organizações, geralmente, são decorrentes de ordens e influências direcionadas apenas de cima para baixo. Há que se considerar a influência para cima e para os lados, para que o fluxo de informações e de influência se dê em todos os sentidos. A interação de todos com todos, não apenas dentro de cada grupo, tende a diminuir a incompatibilidade de objetivos e de valores entre os mesmos. Desse modo, "a comunicação possibilita gerar e compartilhar informações que permitam ao indivíduo compreender, interpretar e prever fenômenos organizacionais" (FONSECA, 1998, p.12).

Nas organizações, a transmissão de mensagens deve ser clara e contínua, na intenção de reforçar os objetivos, a política e os valores de forma coerente a cada público e, considerar a percepção, necessidades e interesse de grupos receptores. Mesmo quando aceitas, as mudanças de comportamento, atitudes e hábitos requerem tempo para se efetivarem. A mudança só ocorre quando há interação entre as representações, ações e reações emocionais dos membros da organização e as propriedades da estrutura organizacional.

O processo de comunicação, que influencia de forma significativa as mudanças organizacionais, deve ser bem planejado e permanente, elaborado considerando não só os padrões de cultura organizacional, como também, a participação e o envolvimento das pessoas que nela atuam e interagem.

A comunicação eficiente está intimamente relacionada ao nível de informação dos envolvidos no processo. A informação, como define KREPS (apud FONSECA, 1998, p.12) "é a variável mediadora que conecta a comunicação com a organização". Assim, um bom processo de comunicação depende e muito da qualidade das informações, bem como estas dependem do processo de comunicação, pois a forma e o conteúdo das informações são definidos pelas caracte-

rísticas do processo de comunicação estabelecido na organização.

No entanto, a comunicação não pode ser vista apenas como um processo de transmissão da informação, mas sim como um processo de interação humana, onde se procura assegurar o conhecimento, obter adesão, mudar atitudes e o comportamento das pessoas.

2. A informação: alvo comum

Hoje, vive-se numa sociedade onde a busca da informação tornou-se alvo comum em consequência ao processo de globalização de mercado e a velocidade dos avanços tecnológicos. Emerge então, o conceito de uma sociedade da informação, apresentado por ALVIM (1998, p.28), "onde ter informação ou ao menos ter garantido o acesso passa a ser um diferencial de uma nova era".

Neste sentido, MCGEE e PRUSAK (1994, p.3) colocam que "a concorrência entre as organizações baseia-se em sua capacidade de adquirir, tratar, interpretar e utilizar a informação de forma eficaz". Liderar essa competição torna-se então, fundamental para as organizações, pois caso contrário serão facilmente vencidas pelas concorrentes.

As organizações, num futuro bem próximo, não terão muita escolha, se não tomarem por base a informação, fundamentando-se no conhecimento e estruturando-se por especialistas que dirigem e disciplinam o seu próprio desempenho. O avanço da tecnologia faz com que as organizações concentrem-se na informação, na análise e no diagnóstico, pois a medida que convertem dados em informação, os processos de decisão, a estrutura administrativa e o modo de trabalhar das organizações começam a se transformar.

Para BARRETO (1996, p.405) "a informação sintoniza o mundo, pois referencia o homem ao seu semelhante e ao seu espaço vivencial". A partir desta afirmação, tem-se a informação como elemento fundamental e de vitalidade também para as organizações, pois proporciona maior visão do contexto onde se insere e de sua capacidade de competir no mercado.

As informações, segundo ARANTES (1994), se caracterizam por um con-

No gerenciamento da informação, além dos propósitos organizacionais, é preciso considerar os aspectos humanos como as interações entre as pessoas, formação de grupos, valores e culturas, pois a forma como as pessoas percebem é moldada de acordo com seus modelos mentais e isto tem grande importância no mundo dos negócios.

com as tecnologias de informação. A efetiva integração entre os grupos de trabalho nas empresas depende do uso de modernas tecnologias de informação, que permitem o acesso fácil de informações. No entanto, são poucas as empresas conscientes da importância da informação e do conhecimento para seu melhor desempenho.

ALVIM (1998, p.29) caracteriza a tecnologia como "fator alavancador" da competitividade e elemento diferencial que garante a sobrevivência das organizações. No entanto, para este autor, é fundamental que no processo de capacitação tecnológica se adote uma abordagem sistêmica, considerando as necessidades da empresa em atender às expectativas dos clientes de forma rápida e diversificada, como estratégia para manter a competitividade das empresas.

Neste sentido, as informações devem integrar um conjunto estruturado e organizado, pois só assim poderão ser acessadas, constituindo-se em fonte de conhecimento. Para tanto, é necessário o planejamento e avaliação sistemática das informações, visando a qualidade das mesmas e sua contribuição aos propósitos da organização.

Gerenciar a informação é fundamental, mas neste processo é indispensável combinar os recursos informáticos com as reais necessidades da organização. Os executivos precisam reexaminar o que realmente necessitam saber a respeito dos recursos informáticos disponíveis, pois

"as Tecnologias de Informação hoje disponíveis podem produzir maravilhas se comparadas aos padrões de desempenho das gerações anteriores. Mas utilizadas de forma isolada, não operam milagres. Inovações no uso de computadores e da comunicação em rede devem ser combinadas com inovações em como a informação é estruturada e utilizada" (SIQUEIRA, 1996, p.32).

Cabe salientar que, os processos de mudança decorrentes do desenvolvimento e implantação de sistemas de informa-

ção, não podem ser pensados apenas como um conjunto de equipamentos, computadores e sistemas ou como uma estrutura de funções e procedimentos.

No gerenciamento da informação, além dos propósitos organizacionais, é preciso considerar os aspectos humanos como as interações entre as pessoas, formação de grupos, valores e culturas, pois a forma como as pessoas percebem é moldada de acordo com seus modelos mentais e isto tem grande importância no mundo dos negócios.

Considerações Finais

Na sociedade atual, onde a busca da informação é alvo comum, as organizações estão cada vez mais dependentes de um eficaz sistema de comunicação, estabelecido de forma integrada, participativo e transparente, sem deixar de ser estratégico.

No entanto, a comunicação para desempenhar papel estratégico relacionado com a política global da organização, depende de informações de qualidade, capazes de conscientizar, gerar comprometimento e participação de todos os envolvidos com a organização. Assim, tem-se a comunicação como um processo de interação humana, capaz de provocar mudanças no comportamento das pessoas.

Cabe salientar, que informações desestruturadas e desorganizadas não permitem o acesso desejado, muito menos se constituem em fonte de conhecimento. Neste sentido, torna-se indispensável gerenciar a informação, combinando os recursos informáticos disponíveis com as necessidades de informação da organização. É necessário também, considerar a cultura da organização, pois é através da troca de significados e valores que compartilham numa cultura que as pessoas percebem, interagem e se comportam.

Aqui, procurou-se sistematizar alguns pontos de vista sobre o assunto em estudo, chamando a atenção para a comunicação e a informação como recursos produtivos para a consecução dos objetivos empresariais. Isto pressupõe o gerenciamento da informação, através do desenvolvimento de sistemas sincronizados com as necessidades de informações, para que se possa reduzir a incerteza frente às mudanças e atingir os índices de qualidade e produtividade desejados.

Referências Bibliográficas

ALVIM, P. C. R. de. O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas. **Ciência da Informação**, Brasília, v.27, n.1, p.28-35, jan./abr., 1998.

ARANTES, N. **Sistemas de gestão empresarial: conceitos permanentes na administração de empresas válidas**. São Paulo : Atlas, 1994.

BARRETO, A. de A. A eficiência técnica produtos e serviços de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v.25, n.3, p.405-414, set./dez., 1996.

_____. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. **Ciência da Informação**, Brasília, v.27, n.2, p.122-127, maio/ago., 1998.

CORDENONSI, J. L. Planejamento estratégico de sistemas de informações utilizando a reengenharia de processos. **Revista do Instituto de Informática**, Campinas, v.3, n.1, p.46-54, jan./jun., 1995

DAVENPORT, T. H.; ECLES, R. G.; PRUSAK, L. Política da informação. In KLEIN, D. **A gestão estratégica do capital intelectual: recursos para a economia baseada em conhecimento**. Trad. Bazán Tecnologia e Linguística, C. H. Trieschman, R. de A. Rego, M. C. R. Bazán. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 1998. Cap. 8, p.151-182.

FONSECA, A. M. E da. Comunicação e cultura em organizações e mudanças. **Revista do Centro de Ciências Sociais e Humanas**, Santa Maria, v.11, n.1, p.8-18, 1998.

FREITAS, H.; LESCA, H. Competitividade empresarial na era da informação. **Revista de Administração**, São Paulo, v.27, p.92-102, jul./ago., 1992.

MCGEE, J. V; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Trad. Astrid B. de Figueiredo. Rio de Janeiro : Campus, 1994.

NYCODYM, N. et al. Uma estrutura para 2001. **HSM Management**, 5, nov./dez., p.15-20, 1997.

SIQUEIRA, W. Tecnologia da informação: um novo tempo. **Revista Decidir**, p.30-33, julho, 1996.

Endereço da autora:

Olga Maria Correa Garcia

Departamento de Documentação/
CCSH/UFSM

Rua Floriano Peixoto, 1750, sala 300
97015-372 - Santa Maria/RS

Fone: 0__ (55) 222 3444, ramal 256
Garcia@ccsh.ufsm.br