

coletiva
tn dncs

#25 • MAIO DE 2021

comunicação EMPRESARIAL



Transformação não é opção: É obrigação.

NESSA BRUTAL TRANSFORMAÇÃO DISRUPTIVA QUE VIVEMOS, IDENTIFICAR UMA NOVA CULTURA EXIGE UM DESPRENDIMENTO QUE MUITOS NÃO TEM. NÃO É FÁCIL O DESAPEGO A PRÁTICAS TRADICIONAIS E, O QUE É PIOR, A CRENÇAS TRADICIONAIS. E, MAIS AINDA, AO CONFORTO TRADICIONAL.

NESSA NOVA REALIDADE EM PERMANENTE ACELERAÇÃO, EM FLUIDEZ CONSTANTE, EM PERMANENTE EFEMERIDADE, NOS RESTA EXERCITAR NOVAS ESCOLHAS.

TRANSFORMAÇÃO COMERCIAL

ACREDITAMOS QUE OS NOVOS TEMPOS HIPERCOMPETITIVOS EXIGEM QUE A ÁREA COMERCIAL – COMO TODAS AS OUTRAS ÁREAS ESTRATÉGICAS DE UMA ORGANIZAÇÃO – DEVE SER GERENCIADA COM DADOS, DISCIPLINA, METODOLOGIA, PARAMETRIZAÇÃO, FOLLOW CIENTÍFICO E VISÃO ESTRATÉGICA.

ASSIM, A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL VEM TAMBÉM PARA BUSCAR A MÁXIMA PRODUTIVIDADE COMERCIAL, EXERCENDO UMA LÓGICA DE APROVEITAMENTO MÁXIMO DO POTENCIAL DO MERCADO, DO TEMPO, DOS CUSTOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE E DO CONHECIMENTO E APLICAÇÃO EM CAMPO DA ESTRATÉGIA COMPETITIVA DA EMPRESA.

QUER FALAR MAIS SOBRE ISSO?

Contate a R.O.C. – O braço de consultoria da e21 – Fale com Fabiano Del Rey – Sócio-Diretor – fabiano.delrey@e21.com.br

www.e21.com.br



coletiva.net
FEITOS • FATOS • FUTURO

  
@coletivanet

- ▶ **18** UMA REESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO. **E DA VIDA**
- ▶ **38** SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO **E LIBERDADE**
- ▶ **58** PRECISAMOS HUMANIZAR **A EDUCAÇÃO**

A gente



junto.

A gente se conecta com mais de 11 milhões de gaúchos diariamente, não importa onde eles estejam, levando informação, diversão, companhia e emoção.

Acreditamos na força da comunicação e viver junto dos nossos parceiros nos inspira e nos move. Criamos, evoluímos e crescemos juntos para ajudar você a se conectar com os gaúchos.

Conte com a força e a relevância das marcas do nosso portfólio para conversar com o público do Rio Grande do Sul.



Emissora de televisão, afiliada da Rede Globo, com mais de 5 milhões de telespectadores alcançados por dia no Rio Grande do Sul. Audiência maior que a soma de todos os concorrentes.

GAUCHA

Rádio líder há mais de 6 anos, com mais de 1 milhão de ouvintes alcançados por mês somente na Grande Porto Alegre.

GZH

Maior jornal digital de notícias do sul do Brasil, com mais de 16 milhões de usuários por mês.



92



FARROUPILHA



Pioneiro

Três jornais que somam mais de 1,2 milhão de leitores por mês.

Rádios de entretenimento com forte presença on air e no digital, que somam cerca de 1,2 milhão de ouvintes alcançados por mês na Grande Porto Alegre.

Vamos conversar?

Acesse comercial.gruporbs.com.br

Grupo **RBS**

Um pouco lá, um pouco cá

A pandemia chegou e pegou a todos de surpresa. Contrariando a esperança da maioria, dura mais de um ano e obriga empresas, equipes, gestores e empreendedores a se adaptarem ao isolamento social. “O **modelo híbrido** veio para ficar.” Está aí uma das frases que nossa reportagem mais escutou nos últimos 12 meses. Mas como isso funcionará a partir de agora? Foi partindo dessa provocação que nossa reportagem desenrolou outras pautas desta *Tendências Comunicação Empresarial*.

Liderar equipe nunca foi fácil, mesmo que o dom para tal seja nato. Agora, fazer isso de forma remota, agravado pela tensão que a crise sanitária trouxe, eleva o desafio a níveis extraordinários. O home office criou um novo jeito de trabalhar, em que os profissionais são ainda mais multitarefas, pois precisam gerenciar atividades do trabalho, tarefas domésticas, responsabilidades familiares e vida pessoal. Ou seja, cada casa é um universo rico de sentimentos aflorados. A revista buscou saber como estão as **emoções das equipes** e como seus gestores precisarão, cada vez mais, aprender a lidar com elas.

Um pouco em casa, um pouco na empresa. Um pouco por telefone, um pouco por videochamada. As famosas 'pautas do dia' são administradas de diversas formas e cada um encontra a sua melhor fórmula. No entanto, são necessárias, **acima de tudo, confiança e autonomia** entre líderes e liderados. Certamente que algumas pessoas terão dificuldade de lidar com o modelo híbrido, mas uma coisa é certa: os profissionais precisarão ser colocados à prova e seus superiores deverão entender que não estar presencial e diariamente envolvido com sua equipe não significará, necessariamente, produtividade menor.

Comunicadores tendem a ser, na sua essência, ansiosos e cheios de angústias. Eles amam um desafio, não gostam da previsibilidade, e não ter rotina é, com frequência, apontado como um dos aspectos que explicam terem seguido o caminho da Comunicação. Agora, temos um agravante chamado novo coronavírus, que ainda não permite enxergar o seu fim. Como se manter são no meio disso tudo? Ao que parece, muitas empresas passaram a olhar para a **saúde mental** como algo fundamental ao sucesso.

Além de toda essa pressão, das novidades no formato híbrido mexendo com as estruturas empresariais, independentemente do seu porte, a *Tendências Comunicação Empresarial* foi mais longe. **Com a palavra, o cliente!** Mudará alguma coisa na relação de fora para dentro? Será importante para ele o local físico onde seu fornecedor atua? O que realmente será valorizado por esse stakeholder? Esses foram alguns dos questionamentos da reportagem a quem, no final do mês, paga a conta.

Outra situação que intrigou a equipe quando da primeira reunião de pauta foi referente aos espaços físicos, uma vez que muitos foram reestruturados, trocados por menores ou até mesmo abandonados de vez. Os **coworkings informais** começam a entrar na moda: amigos unidos em uma casa para trabalhar, casais, namorados, parentes. Ou, ainda, empresas dividindo o mesmo espaço. Mas, afinal, qual será o novo modelo de negócio e como os coworkings podem sobreviver a isso?

Até aqui, jogamos luz no externo e nas relações de subordinação. O que não deixamos passar também foi buscar entender como se fará **comunicação interna em ambientes de trabalho híbrido** daqui pra frente. Investigamos empresas que estão apostando em ferramentas e ações diferenciadas para manter a integração dos seus times, comprovando os ganhos que a adesão a essa prática oferece.

Em um cenário de tantas dúvidas, onde ninguém se arrisca a projetar um futuro muito distante, uma certeza já é possível decretar: o “novo normal” chega com muitas outras interrogações para o mundo corporativo da Comunicação. Alguns caminhos são apresentados nas próximas páginas. Boa leitura!

Flexibilidad à vista



idade

**Tendência acelerada pela pandemia,
modelo híbrido de trabalho é a
aposta de muitas empresas para o
cenário pós-Covid**



Houve um tempo em que as pessoas saíam de suas casas para trabalhar. Em um passado não muito distante, a jornada de trabalho começava, muitas vezes, como uma espécie de corrida contra o relógio. Um gole de expresso e a roupa vestida às pressas. Tudo para chegar a tempo de uma reunião importante ou para bater o ponto na hora certa. Esta espécie de valsa matinal frenética se repetia nas capitais e grandes cidades brasileiras até a chegada da pandemia do novo coronavírus.

Talvez algum dia os fatos narrados sejam um recorte das tantas histórias que contaremos para as futuras gerações sobre como era o mundo antes da Covid-19. E lembraremos que foi em março de 2020 que o maquinista acionou o freio de emergência e todos sentiram o baque. Escritórios, agências e redações mandaram seus colaboradores para casa, e o home office – ou teletrabalho – virou realidade. O que era exceção tornou-se, praticamente, a regra, ao menos por enquanto. Isso porque o modelo híbrido, com alguns dias de trabalho presencial e outros a distância, é a grande aposta de muitas empresas e especialistas.

Nômades Digitais não serão exceção

As pesquisas têm apontado ganhos do trabalho remoto – o qual já vinha se consolidando como uma tendência global – tanto para as empresas como para os funcionários: diminuição de custos, aumento da produtividade e flexibilidade na jornada são alguns dos exemplos. Um estudo realizado pela Robert Ralf, uma consultoria de recrutamento especializado, presente em 21 países, revelou que 95% dos executivos entrevistados consideraram que o modelo híbrido veio para ficar.

A convicção é compartilhada por Fernando Silveira, *Chief Operating Officer* (COO) do Brivia Group. A



“Sabíamos que estávamos preparados para ter pessoas trabalhando a distância, mas não pensávamos que teríamos 100% delas atuando neste formato. O trabalho ao longo da pandemia serviu para provar que o nosso modelo funciona.”

FERNANDO SILVEIRA
COO DO BRIVIA GROUP

agência deve reconfigurar seus sete escritórios, espalhados no Brasil e em Portugal, para abraçar de vez a cultura do nomadismo digital. “A gente entende que o modelo híbrido vai permanecer e o nomadismo veio para ficar, sem retroceder com o fim da pandemia”, diz ele, explicando que os espaços serão transformados em locais para reuniões e confraternizações.

Embora o Brivia Group já contasse com alguns trabalhadores atuando de maneira remota, a pandemia foi, segundo Silveira, “uma prova de conceito muito ampla”. “Sabíamos que estávamos preparados para ter pessoas trabalhando a distância, mas não pensávamos que teríamos 100% delas atuando neste formato. O trabalho ao longo da pandemia serviu para provar que o nosso modelo funciona”, observa.





“No meu caso, vi meu tempo de lazer embaralhar-se com o profissional. Em 2020, as reuniões avançaram noite adentro. Às vezes, algumas foram invadidas por crianças famintas e em fúria. Mas isso faz parte e acredito que muitos estão vivendo momentos assim.”

CAROLINA JARDINE
DIRETORA DA JARDINE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

Tempo de concessões

Apesar dos benefícios do modelo híbrido, há quem não abra mão do olho no olho, dos encontros presenciais onde ideias e soluções surgem entre um café e outro. É o caso da jornalista Carolina Jardine, diretora da Jardine Agência de Comunicação. Com o escritório fechado desde meados de março de 2020, a profissional admite que o trabalho remoto se traduziu em uma “redução de custos interessante” e que houve ganhos em termos de produtividade. Entretanto, planeja o regresso presencial, quando for seguro para a equipe, por acreditar que a interação humana é um diferencial. “A troca de ideias nos pro-



cessos criativos tem mais força no presencial, tem química e consistência diferentes”, destaca.

Para Carolina, a pandemia ensinou que algumas concessões podem ser feitas. Por exemplo, neste verão, algumas funcionárias trabalharam da praia, o que permitiu ganho por estarem com suas famílias sem nenhuma perda de produtividade. Quanto aos desafios, aponta a organização das pautas e dos horários para que as tarefas fossem executadas com eficiência e agilidade: “No meu caso, vi meu tempo de lazer embaralhar-se com o profissional. Em 2020, as reuniões avançaram noite adentro. Às vezes, algumas foram invadidas por crianças famintas e em fúria. Mas isso faz parte e acredito que muitos estão vivendo momentos assim”.



O modelo **híbrido** vai permanecer e o **nomadismo** veio para ficar, **sem retroceder** com o fim da pandemia.

Dá pra fazer Jornalismo híbrido?

Há aquela máxima de que lugar de repórter é na rua. Afinal, é preciso estar onde a notícia acontece para narrar os fatos com detalhes e precisão. Depois, é só usar a tecnologia a favor, seja para escrever uma matéria ou gravar uma reportagem com o celular. Segundo o diretor-executivo de Marketing e RH do Grupo RBS, Marcelo Leite, a empresa estuda um novo modelo de trabalho para aumentar a produtividade das equipes e potencializar os resultados. Em agosto do ano passado, o conglomerado de mídia realizou uma pesquisa interna e constatou que o teletrabalho era bem avaliado por 83% dos colaboradores. Atualmente, 64% de seus jornalistas estão atuando remotamente e 12% operam em modelo híbrido.

Em busca do equilíbrio entre home e office

Quando a pandemia chegou, a jornalista Bruna Karpinski estava trabalhando de casa havia um ano. As dificuldades iniciais, relacionadas ao espaço e mobiliário, já haviam sido superadas. E ela começava a aproveitar o que considera a principal vantagem do home office: a flexibilidade de horários e de organização das tarefas. “Com a pandemia, o que veio de uma forma absurda e se incorporou à rotina foram chamadas de vídeo, o que é uma facilidade, mas também é estressante. Tenho reuniões todos os dias”, conta, destacando, porém, que as calls acabam compensando o distanciamento físico de colegas. Bruna afirma estar bem adaptada e vê as vantagens do trabalho remoto, mas também sente falta do contato com os colegas.



A agenda de reuniões e atendimentos será alterada substancialmente, assim como o cronograma de viagens.

Workation

Workation. Você já ouviu ou leu este termo? A mistura de *work* com *vacation*, de trabalho com férias, é um conceito que já vinha ganhando espaço com o avanço da cultura do nomadismo digital e que se mostrou viável durante a pandemia. Sim, é possível trabalhar na beira da praia ou no alto das montanhas. Basta ter um notebook ou smartphone com acesso à internet. E a ideia deixou de ser apenas sonho de funcionários, passando a ser incentivada pelas empresas e pelos próprios governos, que viram no conceito uma forma de incentivar uma espécie de “turismo responsável” durante a pandemia.

Já a diretora da Faro Comunicação Estratégica, a jornalista Aline Moura, não aprovou o home office por não sentir o mesmo engajamento. Depois de quatro meses, a agência retomou as atividades no modelo híbrido, com as devidas medidas de segurança. Atualmente, a equipe trabalha três vezes por semana presencialmente e duas de modo remoto, e o modelo híbrido será mantido em 2021. “É a forma que encontramos para dar continuidade aos nossos contatos, às nossas reuniões de pauta em que a gente dá risada, se diverte. A troca é fundamental para um assessor de comunicação, principalmente para quem lida com comunicação corporativa. O home office total, 100%, não funciona mesmo. Vejo pelos resultados, pela entrega e até pela união da equipe”, avalia.

Liderança remota:

como lidar com as emoções do seu time?

Inteligência emocional e empatia são as palavras da vez para a gestão de times a distância, assim como para engajamento e produtividade







Conforme dados da pesquisa ‘Comunicação Não Violenta nas Organizações’, realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), em 2020, 52% dos trabalhadores sofreram de ansiedade dentro das empresas. Um dos motivos apontados é a falta de proximidade entre liderados e liderança.

Além disso, 47% relatam cansaço, seguido de apreensão, desânimo e frustração. A falta de empatia é o que mais aparece, com 89% das respostas. Mas como amparar essas emoções ocasionadas, tanto pelo dia a dia, quanto pelos reflexos de uma pandemia e seu consequente isolamento social, por meio de uma liderança remota?

Mais inteligência emocional e empatia, por favor

Segundo Michele Corrêa, analista de Comunicação e Marketing na Faculdade Senac Porto Alegre, é indiscutível que as pessoas ficaram mais inseguras diante de todo o cenário de pandemia e das atividades em home office, visto que o momento é de muita incerteza. Houve contratos suspensos, salários e jornadas reduzidos, profissionais que mudaram as funções que exerciam ou até mesmo de área. “Tudo isso gera medo, e a inteligência emocional, que até então se tinha, fica abalada”, defende.

Especialista em transformação digital e processos ágeis para empresas e liderança, Carlos Baptista destaca a falta de separação física entre o trabalho e a



ARQUIVO PESSOAL

“Por estarmos em casa, temos essas flexibilidades de horários para poder conciliar as atividades domésticas, os contratempos, o cuidado e orientação com os filhos, entre outros. Então, no final das contas, o que importa é cumprir a sua pauta e finalizar os trabalhos bem feitos.”

MICHELE CORRÊA

ANALISTA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING NA FACULDADE SENAC PORTO ALEGRE

casa. “Isso gera a percepção de que sempre estamos no ambiente corporativo, além de perdermos a noção de horários. Quem não estava habituado a esse modelo tem dificuldade em gerenciar o volume de demandas profissionais e as atividades pessoais, resultando em estresse, que pode chegar a um esgotamento emocional e físico”, observa.

Gustavo Alves, head de Marketing da Liberta Investimentos e LS, prevê que, após completar um ano de trabalho remoto, os funcionários perceberam mais desgastes. “Tem gente que consegue aguentar um tempo sozinho, mas tem um limite. Acho que daqui para frente veremos gente perdendo mais a paciência”, projeta.

Diante de tantos percalços ocasionados pelo novo coronavírus, é preciso que o líder perceba a emoção



que domina o colaborador para ajudá-lo a se autoco-
nhecer e, dessa forma, gerenciar melhor o próprio
sentimento. Por isso, para Michele, enquanto gestores
e colegas, é necessário saber que as entregas nem
sempre serão as mesmas e, principalmente, ter muita
empatia para compreender este momento. O gesto
de se colocar no lugar do outro, aliás, está em alta.

Vida pessoal em alta?

Michele crê que, no trabalho a distância, o que vale
é a qualidade da entrega e não o cumprimento do
horário. “Por estarmos em casa, temos essas flexi-
bilidades de horários para poder conciliar as ativi-
dades domésticas, os contratemplos, o cuidado e orien-
tação com os filhos, entre outros. Então, no final das
contas, o que importa é cumprir a sua pauta e fina-
lizar os trabalhos bem feitos”, evidencia. Por isso, é
primordial que as relações de confiança e responsa-
bilidade estejam fortemente estabelecidas.

O trabalho remoto e a pandemia obrigaram os
gestores a olharem para o ser humano que está por
trás do processo ou da atividade. Michele acredita que
a vida pessoal das equipes sempre deveria ser impor-
tante, independentemente da situação, pois lidam com
pessoas, e não máquinas; mas reconhece que só ago-
ra ganhou proporção e visibilidade maiores.

Gustavo salienta que trabalhar em casa o faz
ganhar várias horas, tanto em deslocamento, quan-
to em produtividade, mas enxerga o cenário por
outro ângulo: “Não acredito que hoje as pessoas
tenham espaço para a vida pessoal, porque está
todo mundo sendo prejudicado. Acho que o traba-
lho virou o ponto forte, de focar em algo esperan-
do o tempo passar e tudo se normalizar”, contesta,
ao prever que o equilíbrio entre home office e ‘vida
normal’ será fantástico.

Sob a perspectiva do colaborador, a executiva
de contas da Focusnetworks Kakau Gomes relata
que, sim, de fato ganhou mais espaço para a vida
pessoal com a migração para o home office. A



ARQUIVO PESSOAL

“Trabalhar em home office gera a percepção de que sempre estamos no ambiente profissional, além de perdermos a noção de horários. Pessoas que não estavam habituadas a esse modelo acabam por ter dificuldade em gerenciar os volumes das demandas profissionais e as atividades pessoais, resultando em estresse, e pode chegar a um esgotamento emocional e físico.”

CARLOS BAPTISTA

ESPECIALISTA EM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E
PROCESSOS ÁGEIS PARA AS EMPRESAS E LIDERANÇA

empresa em que atua adotou o formato remoto
no início da pandemia e, inclusive, já entregaram
a unidade física. A ideia é ter um modelo híbrido
superflexível, ou seja, o colaborador decide se e
quando vai, o que abriu a possibilidade de contra-
tar pessoas de outras regiões. “Consegui me de-
dicar aos hobbies. Montei dois cursos de bordado
on-line - o que não tem nada a ver com minha
profissão”, conta. Também escreveu um livro, algo
que nunca tinha tido tempo. “Sem a perda de tem-

po no trajeto e com a possibilidade de atuar em casa, afloraram diversas oportunidades que me fazem bem”, alega.

Inclusive, de acordo com a profissional, em pesquisa realizada pela empresa com os colegas, 95% apontaram que não desejam retornar ao trabalho 100% presencial. E complementa: “A gente se sente mais produtivo e próximo de quem amamos, o que antes eu não tinha. Hoje, não me enxergo mais no modelo presencial”.

Outro ponto que a executiva destaca foi o lado profissional, considerando que aumentou muito sua produtividade em casa. Com foco e tranquilidade, ela

consegue criar seus relatórios, planilhas, apresentações. “Fez muito mais sentido, pois evolui demais profissionalmente e ainda pude trabalhar em projetos pessoais”, finaliza.

Se em relação à vida pessoal os gestores divergem, não há como discordar quanto à outra percepção: o trabalho remoto ajudou a humanizar as empresas. “Mesmo distantes, todo mundo invadiu a casa dos colegas e gestores. Conhecemos a família, a decoração da casa, os barulhos e os pets. Acredito que isso fortaleceu as relações e nos fez enxergar todos como iguais, como dona de casa, filho, mãe, pais”, menciona Michele.

Um futuro baseado em confiança e resultados

Para o futuro, Carlos enxerga que não é fácil ser um gestor controlador e centralizador, mas, aos poucos, vê a necessidade de deliberar mais demandas, além de focar em trabalhar por resultados, e não por frequência. “Ainda temos um caminho longo pela frente, pois o investimento para capacitar estes líderes e a equipe tende a ser longo”, reforça. Sendo assim, o gestor, a partir de agora, precisará estar mais próximo, mudando o seu estilo para ser mais servidor ou facilitador, bem como ajudar no fortalecimento da inteligência emocional, como entende Carlos.

Michele julga que é impossível passar por esse momento único e seguir sendo os mesmos. “Eu acredito na transformação. Afinal, vivemos tudo isso: nos adaptamos aos novos fluxos de trabalho, às incertezas de um mercado em constante mudança e ainda driblamos o desafio de uma comunicação 100% digital com os colegas”, reconhece. A profissional complementa, destacando que aprendeu a identificar, entender e gerenciar não somente as emoções pessoais, mas também as dos outros. “Isso vamos levar para o futuro, para o pós-pandemia, tendo um melhor autoconhecimento, gestão das emoções, adaptabilidade e empatia”, prevê, crendo que o tema da inteligência emocional também será prioridade daqui para frente.



ARIANE HAUCK

“Não acredito que hoje as pessoas tenham espaço para a vida pessoal, porque está todo mundo sendo prejudicado. Acho que o trabalho virou o ponto forte, de focar em algo esperando o tempo passar e tudo se normalizar.”

GUSTAVO ALVES
HEAD DE MARKETING DA LIBERTA INVESTIMENTOS





Para o futuro, haverá a **necessidade** de deliberar mais **demandas**, além de **focar em trabalhar** por **resultados**, e não por **frequência**



ARQUIVO PESSOAL

Como gerenciar o trabalho e a vida pessoal sem pirar?

- >>> Fazer o planejamento e a organização semanal.
- >>> Definir as prioridades do dia.
- >>> Manter o foco para cumprir as obrigações diárias.
- >>> Estabelecer uma boa comunicação, troca e sinceridade para dividir o que incomoda, seja com colegas, chefe ou família.
- >>> Respeitar e estabelecer limites para que a equipe possa manter a produtividade sem se sentir culpada.
- >>> Incentivar o time a olhar mais para os momentos prazerosos, para a família e para si mesmo (saúde física e mental).
- >>> No caso do gestor, manter uma atitude positiva e transformar a equipe em uma rede de colaboração.

“Sem a perda de tempo no trajeto e com a possibilidade de atuar em casa, afloraram diversas oportunidades que me fazem bem.”

KAKAU GOMES
EXECUTIVA DE CONTAS DA FOCUSNETWORKS



UMA REESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO. E DA VIDA

Poucas coisas são mais empolgantes do que uma grande cobertura jornalística dentro de uma redação. A palpitação gerada por cada novidade, os sussurros entre colegas, as idas e vindas da apuração, a pressão dos editores, o tempo que corre. Há qualquer coisa de viciante nessa sensação que gera uma espécie de “cola”, que une as equipes mais do que qualquer dinâmica pensada por especialistas em Recursos Humanos.

Sentimento comparável com o fechamento de uma grande campanha dentro de uma agência. A concepção do conceito e da ideia central, as primeiras peças, o prazo que vai se encerrando e a esperada aprovação do cliente. Momentos que profissionais de Comunicação de diferentes idades guardam com saudade em tempos de home office.

Vivências que tendem a dar lugar a um outro tipo de experiência no pós-pandemia.

Não é preciso contextualizar muito. A Covid-19, e a consequente necessidade do distanciamento social, impôs uma realidade que, para muitas empresas de Comunicação, parecia impossível ou, no mínimo, distante. O paradigma industrial sempre esteve arraigado em boa parte das prestadoras de serviços, como agências de Comunicação e Mídia. Uma resistência que impunha cargas horárias presenciais de 8 horas diárias. Esse tempo acabou em março de 2020. Equipes que já mantinham algum nível de trabalho a distância largaram na frente, mas a realidade se impôs mesmo aos mais resistentes.

Esse é um caminho sem volta.

Em um país com cidades que cresceram de forma desordenada, sem qualquer planejamento, com transporte público deficiente, no qual trabalhadores das mais diversas categorias, em alguns casos, passam horas em trânsito, a flexibilização das jornadas e o trabalho a distância se tornaram uma alternativa atraente,





ÁLISSON COELHO

DOUTOR EM COMUNICAÇÃO, PROFESSOR DA UNIVERSIDADE FEEVALE

que contribui com a qualidade de vida dos profissionais e, em última instância, com a produtividade das equipes. A pandemia mostrou que é possível.

Para além das questões práticas de deslocamento, modelos mais abertos ao trabalho remoto têm facilitado a captação de talentos. Redações como o *The Intercept Brasil* já possuem equipes espalhadas pelo País. A distância física deixou de ser impeditivo na hora de contratar um bom profissional. Assim, as experiências de uma cobertura dentro da redação mudam pra um sistema de trocas (ainda que virtuais) entre pessoas com as mais variadas histórias. A diversidade e as oportunidades para quem está fora dos grandes centros agradecem.

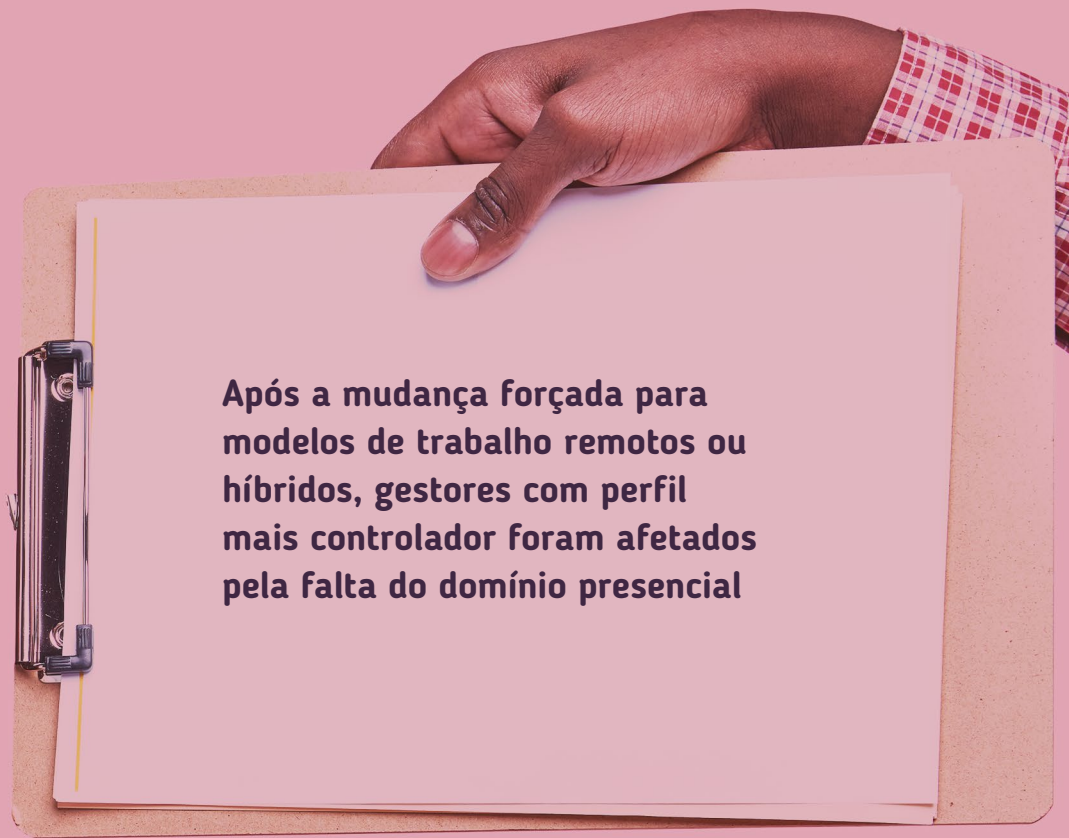
Enquanto no Brasil a volta a uma vida menos impactada pela pandemia parece distante, em outros países a consolidação do trabalho totalmente a distância ou híbrido, mesmo com a opção da presencialidade novamente disponível,

já é realidade. Levantamento do *The New York Times* na edição do dia 29 de março deste ano mostra uma profunda alteração na fotografia de Manhattan que se espalha pelos Estados Unidos. Empresas como o Spotify, que ocupava 16 andares no World Trade Center 4, já avisaram seus funcionários que eles podem seguir trabalhando de onde quiserem. Em qualquer estado. E essa decisão não vem apenas de empresas “moderninhas”. Escritórios de advocacia, instituições do mercado financeiro, dentre outras, também seguiram a mesma linha.

O trabalho nessas empresas, e em diversas empresas de Comunicação, caminha para um modelo que mescla o melhor de cada experiência. Um sistema com alguns profissionais totalmente a distância, outros em modelo híbrido com alguns dias presenciais e equipes fixas na retaguarda parece ser o mais provável nos próximos tempos. Exercícios de futurologia são sempre complicados, mas esse parece ser o cenário mais evidente. A ver.



**Acima de tudo,
confiança e
autonomia**



Após a mudança forçada para modelos de trabalho remotos ou híbridos, gestores com perfil mais controlador foram afetados pela falta do domínio presencial



O relacionamento entre líderes e colaboradores nem sempre é fácil. Uma pesquisa da consultoria de recrutamento Michael Page evidenciou que oito em cada 10 pessoas pedem demissão por causa do chefe. Segundo o estudo, dentre as principais causas pelas quais os gestores são apontados como motivo do desligamento, está a falta de confiança e de autonomia. Por isso, a *Tendências Comunicação Empresarial 2021* quer saber: ainda há espaço para este tipo de comportamento em trabalhos a distância?

Autogestão e aculturação pra começar

No geral, as pessoas que já performavam e rendiam bem tendem a melhorar com o conforto de casa e os horários mais flexíveis. Entretanto, muitos extrapolam a carga horária, o que pode prejudicar a saúde mental e física. Neste cenário, conforme Amanda Tegen, gestora de Comunicação Interna do Banrisul Cartões, quem não se autorregula, tampouco tem organização para o modelo.

Há cada vez menos espaço para quem não souber trabalhar com a autonomia - aceitando-a ou exercendo-a.



RAFA MARQUES

“O modelo que trabalha na base do controle formal e das entregas teve que ser ‘morto’, pois se fez necessário construir relações mais sólidas, de confiança e com gestão mais ágil.”

DIEGO MARIANO
CONSULTOR DE DHO NA UNICRED
RIO DE JANEIRO E MATO GROSSO

Por isso, Cynthia Provedel, professora de Comunicação Interna da Escola Aberje de Comunicação, ressalta a importância de a empresa e os empregados esclarecerem expectativas e necessidades. “Que exista um empenho para manejar a cultura organizacional de modo a sustentar as novas formas de atividades, comportamentos alinhados ao atual momento e, ainda, empreender mecanismos de aprendizagem e aculturação que possam contribuir para que os colaboradores de todos os perfis tenham condições de se adaptar”, ensina.

Menos desconfiança, mais apoio

Não foi somente entre os funcionários que o modelo híbrido causou estranhamento e dificuldades. Os líderes que o digam. O consultor de Desenvolvimento Humano e Organizacional (DHO) na Unicred Rio de Janeiro e Mato Grosso, Diego Mariano, entende que nunca houve espaço para gestores desconfiados, porém o modelo de quem opera na base do controle formal e das entregas acabou reconhecido como o melhor. “Todavia, teve que ser ‘morto’ durante a pandemia, pois se fez necessário construir relações mais sólidas, de confiança e com gestão mais ágil”, avalia.

A confiança é a base do trabalho em equipe, seja presencial, seja remotamente: é no que crê Amanda. “Gestores que não confiam tiram a autonomia das pessoas e isso é, na maioria das vezes, um fator que mina o engajamento, a motivação e a produtividade. Além disso, atrapalha a organização”, opina.

Cynthia aconselha que, mais do que nunca, é fundamental ampliar o diálogo para além das metas, resultados e entregas. Para tal, defende a importância de um espaço para conversas francas, nas quais os empregados possam trazer os anseios, medos e as preocupações.

Menos controle, mais autonomia

Outro fator que foge do controle do líder é o domínio sobre o que cada um está fazendo, conferindo falta de autonomia - algo reprovado no modelo de trabalho formal, que segue na *blacklist* do home office. Cynthia evidencia que esta é uma competência essencial. Para Amanda, a autonomia é o grande fator de motivação, que deveria ser a meta do gestor. “Há cada vez menos espaço para quem não souber aceitá-la ou exercê-la, pois a perda de tempo e o retrabalho são muito grandes e, conseqüentemente, isso

afeta na produtividade”, explica a gestora de Comunicação Interna do Banrisul Cartões.

Amanda exemplifica que, na orquestra, ou o maestro faz a regência, ou ele toca. “Além de investir o tempo de maneira pouco produtiva, um líder que não dá esse voto de confiança e liberdade, provavelmente, atrasará o crescimento pessoal dos colaboradores e acabará com a motivação”, indica. Cynthia concorda, pois, para ela, um dia a dia de trabalho sem autonomia pode trazer lentidão, baixa produtividade, bem como níveis de inovação insuficientes, o que impacta na rotina e nos resultados, mas, também, na confiança, no envolvimento e na autoestima.

Não dar autonomia significa permanecer no tipo de gestão que precisa ser mudado: é o que sustenta Diego. “Isso trará impactos muito negativos na estratégia e também na imagem da empresa no mercado. Pode perder velocidade de negócio e, no pior cenário, chegar à falência”, alerta.



ARQUIVO PESSOAL

“Mais do que nunca, é fundamental ampliar o diálogo para além das metas, resultados e entregas.”

CYNTHIA PROVEDEL
PROFESSORA DE COMUNICAÇÃO INTERNA DA
ESCOLA ABERJE DE COMUNICAÇÃO



Transparência e persistência

Para tentar amenizar ou reverter a falta de confiança e autonomia, Amanda salienta que o colaborador necessita ter excelência no que faz, além de persistência e verdade – visto que essas características podem quebrar a barreira e ajudá-lo a conquistar o espaço desejado. “É fundamental que este tema se torne uma prioridade na agenda organizacional, potencializando todas as ações de conscientização, capacitação, revisão de rituais e formas de trabalhar necessárias para a evolução”, completa Cynthia.



ARQUIVO PESSOAL

“Gestores que não confiam, tiram a autonomia das pessoas e isso é, na maioria das vezes, um fator que mina o engajamento, a motivação e a produtividade. Além disso, atrapalha a organização.”

AMANDA TEGON

GESTORA DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO BANRISUL CARTÕES

Para o líder: como trabalhar a confiança da minha equipe?

- Buscar uma conexão real com as pessoas, em que a vulnerabilidade mútua possa fluir na relação.
- Incentivar a transparência.
- Criar uma cultura na qual erros são permitidos.
- Antes de tudo, trabalhar a sua autoconfiança.
- Cumprir o que promete.
- Dar feedbacks sinceros e construtivos.
- Demonstrar acreditar no potencial das pessoas.
- Proporcionar autonomia e liberdade.
- Reconhecer quem merece.
- Incentivar a participação.

Para o colaborador: meu chefe e clientes me demandam fora do expediente. E agora?

- Entender as necessidades organizacionais.
- Conversar e definir processos efetivos para ambos.
- Combinar que as demandas sejam consideradas hora extra.
- Chegar a um acordo de horários mais flexíveis.

INVESTIR CORRETAMENTE EM COMUNICAÇÃO ESTÁ NA FRENTE DE TODOS, MAS POUCOS CONSEGUEM VER.

Para valorizar os recursos investidos em marketing e comunicação, trabalhe com a Euro. Sabemos como transformar cada real em resultados positivos para o seu negócio.

Branding | Marketing Digital | Comunicação on/off | Marketing Político

Porto Alegre/RS | Praia de Belas Prime Offices | Av. Borges de Medeiros, 2500 - cj.1009 | 51 3178.5800
Florianópolis/SC | Servidão Vitórias, 30 - Bairro Campeche

  /euroagencia





**Profissionais encarregados pelo
bem-estar e pela felicidade corporativa
ganham espaço nas organizações**



Saúde Mental:

o que as
empresas
estão fazendo
a respeito?

Até não muito tempo atrás, uma das principais preocupações das empresas era manter a saúde física dos seus colaboradores. Para isso, entre os benefícios oferecidos a eles, estavam planos odontológico e de saúde. Atualmente, com todas as mudanças que a pandemia impôs, como trabalho em home office, funções na linha de frente de combate à Covid-19, aceleração de demandas e ambiente de alta pressão, a saúde mental ganhou visibilidade.

De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), mais de 560 milhões de pessoas no mundo convivem com algum tipo de transtorno mental, o que faz com que a economia tenha uma perda de produtividade em torno de US\$ 1 trilhão ao ano. Pesquisa realizada pela empresa Workana, a qual entrevistou 2.810 profissionais em países da Europa e das Américas, incluindo o Brasil, apontou que 43,7% dos trabalhadores sentiram algum sintoma de prejuízo mental durante o isolamento social.

Depressão, ansiedade, síndrome do pânico e, até mesmo, Síndrome de Burnout – esgotamento físico e mental provocado pelo estresse ou excesso de trabalho – estão entre alguns dos distúrbios apresentados por pessoas dos mais diversos segmentos. Para evitar esses danos e ajudar a manter a integridade e o bem-estar físico e mental dos funcionários, seja no trabalho home office, presencial ou híbrido, organizações estão investindo em novas ferramentas e cargos.

O gerente de Felicidade Corporativa chegou

Um dos novos cargos que nasceu na pandemia foi o CHO, sigla para *Chief Happiness Officer*, que em português podemos chamar de gerente de Felicidade Corporativa. Mas o que faz esta função ser tão relevante? A jornalista, consultora e CHO na Gratiitudes, empresa dedicada a promover a felicidade e o bem-estar no ambiente de trabalho e na vida pessoal, Marina Machado, explica que, por meio de uma metodologia, mapeia o índice de felicidade dos empregados da corporação. “Com o olhar de alguém treinado como CHO, é possível deixar as paixões de lado e transpor barreiras dentro dos departamentos que, sozinhos, não teriam força suficiente para implantar medidas, ou sequer pensar nelas, a fim de aumentar a felicidade dos profissionais”, explica.

O ambiente e a liderança positiva são, conforme a CHO, dois grandes pilares para a felicidade corporativa. Isso porque quem lidera de forma positiva ouve com empatia e acolhe o colaborador. A jornalista comemora que a preocupação com o bem-estar dos colaboradores está ganhando destaque nas companhias e cita a recente contratação pela Ambev de uma diretora de Saúde Mental. “As empresas estão começando a perceber que investir em felicidade é uma medida crucial à saúde da organização como um todo”, festeja.





VIVIANE SODRÉ



“Com o olhar de alguém treinado como CHO, é possível deixar as paixões de lado e transpor barreiras dentro dos departamentos que, sozinhos, não teriam força suficiente para implantar medidas, ou sequer pensar nelas, a fim de aumentar a felicidade dos profissionais.”

MARINA MACHADO
JORNALISTA, CONSULTORA E CHO

Bem-vinda, área de Saúde Mental

Em um momento de transformação, que passa por estrutura, portfólio, comportamento e maneira de fazer negócio, a cervejaria Ambev conta, desde junho de 2020, com um novo departamento e a primeira diretora de Saúde Mental da companhia, Mariana Holanda. Conforme informações internas, a pandemia acelerou a criação da área, que tem como objetivo olhar para o ser humano em sua totalidade.

Ambev: um exemplo a ser seguido

Entre as ações realizadas pela cervejaria, estão:



Guia de Saúde Mental, disponível a todos os colaboradores, com orientações sobre como cuidar do psicológico, além de buscar e oferecer ajuda.



Plataforma Gente 360, um suporte terapêutico disponível 24 horas e gratuito, o qual oferece acesso a apoios psicológico, jurídico, financeiro e social.



Pesquisa com os funcionários duas vezes por semana, sobre saúde física e mental, cujos dados alimentam um painel em tempo real.



Pilotos de ferramentas de inteligência artificial como aliadas para manter a conexão com o trabalhador, para que possam ser mais proativas no suporte às suas questões.



“Com o objetivo de seguir nos preparando e construindo essa jornada para as nossas pessoas, estamos em pauta com uma estratégia de *Remote First*, trabalho remoto. Começaremos com o apoio da consultoria *Officeless* e avançaremos em revisão de diversos processos, benefícios e ferramentas internas para melhorar ainda mais a vida das pessoas.”

CATIANA SCHNEIDER
HEAD DE PEOPLE DA TRIIDER

Uma start up inovando pelo bem maior: as pessoas

Tendo como bem maior as pessoas que fazem parte dos times, a estratégia da plataforma de serviços Triider está voltada para cuidar de cada um que se soma em prol do propósito da empresa. “Entendemos que olhar para o ser humano na sua totalidade é fundamental para manter pessoas felizes e engajadas”, compartilha a head de People da startup, Catiana Schneider, que destaca que o Triider está comprometido em fortalecer as relações saudáveis entre as equipes no dia a dia, protagonizando um ambiente de integração, amizade e proximidade entre as pessoas.

“A pandemia e o distanciamento social geram diversas emoções que são difíceis de lidar. E nós validamos todas elas”, observa. Com este olhar, a empresa oferece aos colaboradores acesso a especialistas (coaches, psicólogos), por meio de uma plataforma de terapia on-line. “Acreditamos que esta ferramenta facilita a interação das nossas pessoas com um tipo de serviço urgente e necessário. Além disso, contamos com eles para nos ajudar a administrar a saúde emocional dos nossos”, reflete a head de People.

Tendo como tendência promover a melhor experiência na jornada de seus contratados, Catiana enfatiza que, independentemente do modelo híbrido de trabalho, sempre estarão atentos a proporcionar esta vivência. “Com o objetivo de seguir nos preparando e construindo essa jornada para as nossas pessoas, estamos em pauta com uma estratégia de *Remote First*, trabalho remoto. Começaremos com o apoio da consultoria *Officeless* e avançaremos em revisão de diversos processos, benefícios e ferramentas internas para melhorar ainda mais a vida dos nossos profissionais”, adianta.



Investir em **felicidade** é uma medida **crucial** para a **saúde da organização** como um **todo**.

Plataforma de terapia on-line ajuda na jornada de saúde emocional

Desde 2016, a plataforma de terapia on-line Zenklub ajuda nas jornadas de saúde emocional e desenvolvimento pessoal. De acordo com o CEO, Rui Brandão, a plataforma realiza 50 mil sessões por mês, está presente em 980 cidades e em 124 países, para mais de 600 mil pessoas. “Sessenta por cento dos nossos usuários nunca tinham feito terapia antes, e hoje conseguem fazer porque encontraram uma plataforma onde, com três cliques, conseguem encontrar o profissional adequado, agendar a sessão e realizar no conforto de casa, e tudo isso usando apenas o computador ou o celular”, conta.

O que o Zenklub oferece:



Jornadas de saúde emocional e desenvolvimento por meio de computador ou celular.



Sessões on-line com mais de 900 profissionais, como psicólogos, psicanalistas, coaches e terapeutas disponíveis 24h por dia, sete dias na semana.



Sessões agendadas ou realizadas na hora.



Trilhas de áudio com conteúdo sobre autoconhecimento, desenvolvimento pessoal e profissional.



Diário emocional, em que é personalizada a experiência da pessoa, conforme ela afirma estar se sentindo naquele momento.



Zencast, podcast com profissionais e personalidades que dividem suas histórias de superação e bem-estar.



ARQUIVO PESSOAL

“Sessenta por cento dos nossos usuários nunca tinham feito terapia antes, e hoje conseguem fazer porque encontraram uma plataforma onde, com três cliques, conseguem encontrar o profissional adequado, agendar a sessão e realizar no conforto de casa, e tudo isso usando apenas o computador ou o celular.”

RUI BRANDÃO
CEO DO ZENKLUB

Novidade!

A Exame Academy, plataforma de educação digital da revista *Exame*, que tem como finalidade acelerar o desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas, lançou, recentemente, um curso focado na saúde mental de quem está em home office.



Interessados podem se matricular aqui!



Fel

produ

Espaços de decompressão são encarados como uma mudança de mentalidade e devem continuar em voga



iciedade
rima com
atividade



ARQUIVO PESSOAL

Mesas de jogos, pufes coloridos, áreas verdes, chá e café à disposição nos intervalos da jornada. Nos últimos anos, os espaços de decompressão popularizaram-se nos mais diversos setores – da Tecnologia da Informação (TI) à Comunicação – como um atrativo, especialmente para jovens profissionais.

Mas, com a mudança no mercado de trabalho provocada pela pandemia, qual é a importância da manutenção desses ambientes nas empresas que cogitam adotar o modelo híbrido?

Mais que um lugar, uma mudança de *mindset*

Na avaliação da arquiteta Daniela Giffoni, que atua com o planejamento de ambientes criativos, os espaços de decompressão são uma nova forma de relações de trabalho, uma vez que tais locais proporcionam maior interação, relaxamento, criatividade e, por fim, produtividade. “Acredito que essa nova forma de projetar espaços vem a favor do pós-Covid. Já estávamos buscando novos caminhos de ambientes que proporcionassem bem-estar, o que está muito relacionado com a natureza, com a flexibilização do lugar para trabalhar”, argumenta.

Mais do que um cômodo dedicado ao lazer e descanso, tais áreas são uma mudança de *mindset*. E o

“É uma mudança de comportamento geral que a empresa tem, respeitando mais o colaborador, que vai trabalhar feliz e vai saber que a organização se importa com o bem-estar dele.”

DANIELA GIFFONI
ARQUITETA

conceito vai muito além de decorar com sofás coloridos uma sala antes subutilizada: “É uma mudança de comportamento geral que a empresa tem, respeitando mais o colaborador, que vai trabalhar feliz e saberá que a organização se importa com o bem-estar dele”.

Os dois maiores grupos de comunicação no Rio Grande do Sul – RBS e Record – sabem bem da importância dos momentos de respiro no cotidiano dos seus profissionais. Mesmo admitindo a possibilidade de rever o modelo presencial de trabalho no cenário pós-pandemia, ambas as empresas manterão seus espaços de decompressão por reconhecer o seu impacto na qualidade de vida no trabalho. Conforme a



assessoria da RBS, a manutenção da área de lazer e descanso, junto ao refeitório, ocorre mesmo com mais da metade da equipe em teletrabalho desde março de 2020.

Já a Record continuará com a aposta na desconpressão nos jardins da empresa. De acordo com o então gerente de Jornalismo, Luiz Piratininga*, na RecordTV RS, os jornalistas podem usufruir da pausa de 15 minutos no jardim da emissora, contemplando a vista para o Lago Guaíba. “Neste momento que a gente atravessa, esses espaços ao ar livre são os mais indicados para poder descansar”, avalia. Atualmente, apenas os colaboradores do grupo de risco estão em home office.

Das big techs aos hospitais

Foi na década de 1990 que os espaços de desconpressão surgiram em empresas da área de tecnologia nos Estados Unidos. As imagens dos escritórios coloridos do Google espalhados pelo mundo talvez tenham apresentado para muita gente esse conceito. Outras *big techs*, como LinkedIn e Facebook, também perceberam que as chances de encontrar as soluções criativas que os seus negócios exigiam eram maiores em ambientes de descontração. Se houve quem torcesse

o nariz no começo, aos poucos, a mudança de paradigma foi sendo incorporada no mundo empresarial. Os gestores foram entendendo que felicidade rima com produtividade e que investir no bem-estar dos colaboradores era, sim, um bom negócio.

Durante a pandemia, profissionais fundaram o coletivo Arquitetos Voluntários com o objetivo de criar espaços de desconpressão em hospitais do Rio Grande do Sul. O projeto, idealizado por Daniela Giffoni, visa a “oferecer melhores condições de trabalho e qualidade de vida para aqueles que estão trabalhando na linha de frente ao combate à Covid-19”. Em quase um ano, o coletivo composto por 80 profissionais já realizou 16 ações, com o apoio de 250 empresas que se mobilizaram e efetuaram a doação de R\$ 1 milhão em materiais e produtos para ajudar a construir ambientes adequados e de qualidade.

Não se tem dúvidas quanto aos inúmeros benefícios dos espaços de desconpressão: além de estimular a criatividade e permitir uma maior integração da equipe, há relatos de diminuição dos afastamentos causados por doenças, como depressão, ansiedade, crises de *burnout*, dores na coluna ou lesões por movimentos repetitivos. Essa é uma das razões que explica a crença de que o modelo continuará em alta, mesmo com o formato híbrido ganhando terreno.



Descompressão caseira

Se, para muitos, o lar costumava ser o principal espaço de descompressão, a pandemia e o teletrabalho bagunçaram um pouco as coisas. Entretanto, mesmo em casa, é possível – e recomendado – ter um ambiente para pausa e relaxamento entre as atividades. Confira algumas dicas:

> Os arquitetos chamam de design biofílico. Simplificando, nada mais é do que trazer umas plantinhas para dentro de casa, abrir cortinas e janelas. Os benefícios compensam: a (re)conexão com a natureza melhora a saúde e o bem-estar.

> Tenha um cantinho *relax*. Não precisa ser um cômodo, não. Rede, chás, almofadas, aromatizador, livros... O segredo é pensar: o que me faz bem?



Não se tem dúvidas quanto aos inúmeros **benefícios** dos espaços de **descompressão**: além de estimular a **criatividade** e permitir uma maior **integração** da equipe, há relatos de **diminuição** dos **afastamentos** causados por **doenças**, como depressão, ansiedade, crises de **burnout**, dores na coluna ou lesões por movimentos repetitivos.



* Luiz Piratininga não faz mais parte do time gaúcho da Record. Durante a fase de fechamento desta publicação, o profissional aceitou o desafio de atuar na emissora carioca do mesmo grupo.

O **maior valor** de
uma marca não está
no seu patrimônio.

Está na sua **reputação.**

Fortalecemos empresas, governos e líderes
no desafio de construir a imagem pública

| Comunicação
| Conteúdo
| Relacionamento
| Gestão de crise
| Formação



CRITÉRIO
RESULTADO EM OPINIÃO PÚBLICA

www.criterio.com.br

  [criterioresultado](https://www.facebook.com/criterioresultado)  [@criterio_resultado](https://twitter.com/criterio_resultado)

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E LIBERDADE

O século 21 é, efetivamente, o da TI, ou seja, o da Tecnologia da Informação. E pensar nesse cenário implica uma perspectiva espectral. O pensamento linear tenderá ao equívoco. Em qualquer sociedade estão absolutamente imbricados e dependentes em aspectos sociais, culturais, políticos, econômicos e/ou geoespaciais, entre outros.

Ao discutirmos, por exemplo, a questão da maior ou menor liberdade de manifestação do indivíduo a partir das tecnologias, é preciso agregar à reflexão o termo 'juízo'. Manifestação implica exposição e exposição associa juízo. Não é suficiente, portanto, manifestar-se. Está posta, assim, a presença do outro.

Há uma série grande de aspectos indispensáveis a analisar: a multiplicidade de níveis de compreensão; a solidez de valores éticos e morais; a maior ou menor competência no sentido de influenciar ou de ser influenciado; o poder aquisitivo e, importantíssimas, as questões subjetivas.

Tomando como exemplo a influência atribuída às e a de fato exercida pelas redes/mídias sociais, pode-se visualizar essa questão. E antes de nos rendermos à sua competência mágica, precisamos destacar: a criação, programação e operação das TIs dependem do sujeito social, que se integra à rede, mas, não esqueçamos, a precede.

Dito isso, acontecimentos como a 'Primavera Árabe', a campanha eleitoral de Donald Trump, o Brexit, entre outros fatos registrados, o que inclui a campanha eleitoral do presidente Bolsonaro no Brasil e mesmo a verdadeira enxurrada de fake news com que nos deparamos diariamente, assumem dimensão menos ao nível da geração espontânea e mais ao nível da engenharia.

Não podemos esquecer a tendência, eu diria quase natural, ou pelo menos naturalizada, de jogarmos para o outro a culpa, a responsabilidade, a obrigação... nas mais diversas circunstâncias. Embora disso saibamos todos, importa aqui reiterar. Cumprido o requisito, será um bom auxílio destacar alguns



ARQUIVO PESSOAL

BRANCA SÓLIO

JORNALISTA, PÓS-DOUTORA EM COMUNICAÇÃO E PROFESSORA APOSENTADA PELA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL (UCS)

conceitos presentes no livro ‘Guerras Híbridas’, de Andrew Korybko (Expressão Popular), ou em documentários bastante interessantes e esclarecedores como ‘O dilema das redes’, ou ‘Privacidade Hackeada’ (Netflix).

Quando nos apropriamos de termos e conceitos como “mente de colmeia”, “inteligência de enxame”, “guerras híbridas”, “revoluções coloridas”, “guerra de quarta geração”, e “guerra não convencional”, apenas a título de exemplo, nos damos conta de que todo o poder atribuído às TIs saiu, na verdade, do estudo e análise de mentes e comportamentos humanos. Nada foi criado pela tecnologia, o que nos permite dizer que somos livres para escolher até onde permitiremos que sigam e quando apertaremos “pause”, “delete”, “off”, “ctrl Z”.

Aqueles menos otimistas dirão que a relação do homem com a tecnologia não é tão simples assim. Na verdade, a afirmação estará correta. É preciso, porém, que se retorne ao já dito e se reflita sobre a responsabilidade do indivíduo consigo e com o

grupo e seu papel frente às escolhas a fazer. E àqueles ainda mais céticos em relação às TIs, podemos recorrer a dois argumentos: poucos dias antes da deflagração efetiva do golpe militar de 1964 no Brasil, uma imensa campanha levou às ruas, em manifestações favoráveis à intervenção militar, mais de um milhão de pessoas e, decorridos desse fato pouco mais de 20 anos, o mesmo número de pessoas saiu às ruas clamando por “Diretas Já”.

Importa lembrar que os dois movimentos não contavam com níveis sofisticados de TI para mobilização e sequer se pensava nas redes sociais nos moldes atuais. Outro aspecto importante a evidenciar é o que podemos chamar de pontos de fuga. Por mais precisa que seja a programação, por mais exatas que sejam as estratégias e as táticas operacionais, haverá sempre pontos pelos quais o sujeito fugirá. Não somos, pois, prisioneiros das mídias ou das redes sociais. Podemos, porém, ser nossos próprios carcereiros, ainda que saibamos qual é o papel das grandes corporações neste cenário.





Com a palavra, o cliente!

**Para o cliente, importa se o
fornecedor está trabalhando na
sede da empresa ou de casa?
Na mesma cidade ou em outra?
Ou o que conta é a entrega final?**

Como já é sabido, a pandemia da Covid-19 acelerou as tendências digitais e alterou o modo de trabalho, o que inclui a maneira de os fornecedores se relacionarem com os clientes. Em um momento em que grande parte dos profissionais não está atendendo de dentro das empresas, agências ou veículos, a palavra relacionamento ganhou ainda mais força.

Neste cenário, os fornecedores de Comunicação estão, cada um de suas casas, trabalhando de forma conectada e focados na experiência do cliente, prezando ainda mais pela excelência no atendimento e serviços prestados. Mas será que para o cliente interfere o fato desse trabalho estar sendo realizado de maneira remota ou híbrida?

Atendimento híbrido: entregas satisfatórias

Com o auxílio da tecnologia, na Caixa de Assistência dos Empregados do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Cabergs Saúde), as ferramentas de troca de mensagens e as reuniões por videoconferência entre cliente e fornecedor de Comunicação passaram a ser mais frequentes e ainda mais importantes. Trabalhando com duas agências, uma de Porto Alegre e outra de Canoas, a coordenadora da Secretaria Geral e Comunicação do órgão, a publicitária Daniela Beschoren, confessa que, apesar disso, gosta da conversa cara a cara.

Antes da crise sanitária, mesmo falando praticamente todos os dias por telefone, WhatsApp ou e-mail com as agências, ela fazia ao menos uma reunião presencial por mês. Atualmente, as reuniões de pauta e briefing passaram a ser totalmente remotas e não tem feito a menor diferença de onde os fornecedores estão realizando suas funções, pois as entregas estando satisfatórias é o que importa. “O que vale é a qualidade, os prazos em dia e todos felizes”, afirma.



“O que vale é a qualidade, os prazos em dia e todos felizes.”

DANIELA BESCHOREN
COORDENADORA DA SECRETARIA GERAL E
COMUNICAÇÃO DA CABERGS SAÚDE

Proximidade e sintonia, mesmo a distância

Também da área da saúde, no Sindicato dos Hospitais e Clínicas de Porto Alegre (Sindihospa), este último ano foi atípico, com uma atuação fundamental e um aumento de demandas. A gerente de Serviços e Melhores Práticas da entidade, Alessandra Gularte Dewes, explica que, mesmo diante deste contexto, o trabalho com os fornecedores de Comunicação está sendo realizado com sintonia e total êxito.

A dinâmica se dá muito por grupo de WhatsApp, “ferramenta que está sendo essencial para a agilidade da comunicação”, reuniões virtuais e e-mail. “O fornecedor não ficava na nossa empresa e, com a pandemia, posso dizer até que a distância diminuiu,



ARQUIVO PESSOAL

pois exigiu que tivéssemos mais contato para um melhor alinhamento das demandas”, avalia.

Para o gerente de Marketing, Controladoria Comercial e de Clientes da Melnick Even, o engenheiro Alberto Meneghetti, a eficiência dos contatos, bem como a entrega prevalecem sendo o mais importante, independentemente do local. A construtora que, no início da crise sanitária recebeu atendimento dos fornecedores de Comunicação 100% digital, com o passar do tempo entendeu que o sistema híbrido é o formato mais produtivo para este momento. Para isso, adotaram reuniões presenciais de alinhamentos e um dia a dia operacional on-line.

“Considero que foi importante o bom relacionamento que já tínhamos construído com a agência, pois isso facilitou nossa comunicação no home office.”

ALESSANDRA GULARTE DEWES
GERENTE DE SERVIÇOS E MELHORES PRÁTICAS
DO SINDICATO DOS HOSPITAIS E CLÍNICAS
DE PORTO ALEGRE (SINDIHOSPA)

As vantagens do novo formato

Mais do que nunca, a Comunicação foi imprescindível no Sindi hospa, que teve que inovar criando meios de informar os mesmos acontecimentos para diferentes públicos. “Considero que foi importante o bom relacionamento que já tínhamos construído com a agência, pois isso facilitou nosso trabalho no home office”, explica Alessandra. Entre as vantagens destacadas por ela, estão as reuniões on-line, mais diretas, e que ainda geram economia de tempo de deslocamento. Entre as desvantagens, elenca a falta do contato físico, mas que em nada deixa a desejar no desempenho profissional.

Opinião semelhante à da coordenadora da Secretaria Geral e Comunicação da Cabergs Saúde, Daniela Beschoren, que também comemora o fato de as reuniões estarem sendo mais objetivas. Corroborando com Alessandra e Daniela, Alberto indica, ainda, que a Comunicação ganhou relevância no momento da pandemia, devido a todos os novos desafios, onde o digital foi acelerado e novos meios tiveram que ser criados. Entre os ganhos do trabalho a distância, aponta o tempo com deslocamento, custos e logística.



FABRÍCIO ART

“As prioridades, neste momento, são o fortalecimento da relação com os fornecedores da casa, que pensem alternativas junto, de forma proativa, e busquem soluções e novas respostas às perguntas e aos desafios que são impostos.”

ALBERTO MENEGHETTI
GERENTE DE MARKETING E CONTROLADORIA COMERCIAL
E DE CLIENTES DA MELNICK EVEN



As reuniões de pauta e briefing passaram a ser **totalmente remotas** e não tem feito a **menor diferença** de onde os fornecedores estão realizando suas funções, pois as entregas estando **satisfatórias** é o que importa.

Comportamentos esperados pelo cliente

Para Alberto, o que importa na relação cliente X empresas de Comunicação é a construção coletiva do resultado. “As prioridades, neste momento, são o fortalecimento da relação com os fornecedores da casa, que pensem alternativas junto, de forma proativa, e busquem soluções e novas respostas às perguntas e aos desafios que são impostos”, espera.

Alessandra destaca que o entendimento do que é a demanda é um quesito importante para o bom atendimento, pois gera maior eficácia no resultado, otimizando tempo e gerando menos retrabalho. Agilidade e presteza no atendimento também são consideradas, por ela, como fundamentais na Comunicação.

Daniela conclui que, para a Cabergs, é importante que o trabalho seja realizado com maestria. “Também devemos respeitar a dinâmica de trabalho das agências e contribuir para que isso não interfira no resultado final”, avalia.



COMUNICAÇÃO
IMPRESSA

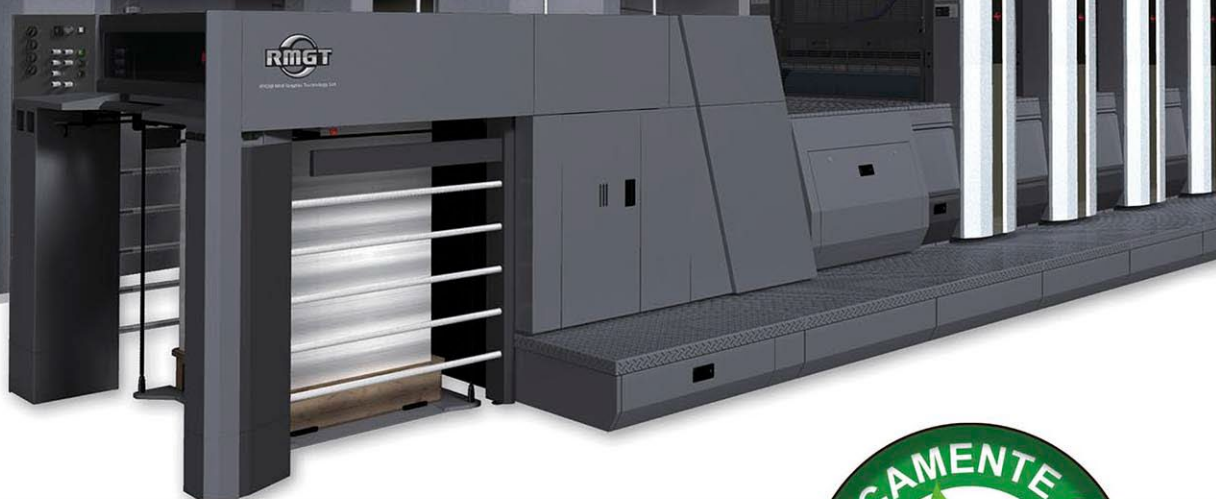
ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Comunicação impressa adquire impressora
com a tecnologia mais moderna do mundo.

RMGT 920 ST

LED - UV

Única no sul do país



A secagem LED-UV permite a impressão em diversos
substratos com a utilização da tinta BRANCO OPACO incluindo:

PVC OPACO e TRANSPARENTE



Nosso lema é:

A excelência em alcançar os processos mais adequados para a satisfação das pessoas e do meio ambiente.

Novas lentes para o coworking



Muitos dos espaços colaborativos tiveram que se reinventar para não encerrar as atividades definitivamente



Quando duas ondulações se encontram em um ponto, ocorre o fenômeno que a física chama de interferência de ondas, a qual pode ser construtiva ou destrutiva. O mesmo princípio vale para o segmento do coworking em tempos de pandemia. Em uma curva ascendente nos últimos anos, o crescimento do mercado (25% em 2019) chocou-se, no ano passado, com pelo menos duas ondas da Covid-19 no Brasil. Contudo, no caso dos espaços de trabalho colaborativos, talvez o resultado da interferência não seja nem construtivo nem destrutivo. E, sim, disruptivo.

Conceito em mutação

CEO da Fábrica do Futuro, Francisco Hauck que o diga. A série de limitações impostas pela pandemia obrigou o ecossistema de inovação e tecnologia, em Porto Alegre, a se reinventar. Efervescência, criatividade e experiência são as palavras que definirão o negócio nos próximos tempos. Segundo Hauck, os desdobramentos de 2020 fizeram com que a Fábrica abraçasse cada vez mais a *techart* (um misto de arte e tecnologia) como uma qualificação, um talento para produzir experiências digitais e físicas diferenciadas.

O primeiro impacto veio em meados de março, quando a Fábrica decidiu cancelar um festival para mil pessoas. Depois, o espaço foi fechado, com a dispensa dos coworkers. Mais tarde, mesmo uma redução de 50% no valor do aluguel das salas privadas não foi capaz de segurar a debandada causada pelo cenário de indefinições. Antes da Covid-19, cerca de 80% das posições de coworking e 100% das salas estavam ocupadas, sendo que hoje esse percentual, em ambos os casos, gira em torno de 10%. A queda brusca obrigou os sócios a mudarem o modelo de negócios, passando a ser mais voltado para conteúdo, EAD e eventos híbridos.

Em quatro anos, o número de coworkings espalhados pelo Brasil aumentou de 238, em 2015, para



ARQUIVO PESSOAL

“É muito mais provável que a gente enxergue o negócio do coworking como uma curadoria, para construir uma comunidade criativa.”

FRANCISCO HAUCK
CEO E UM DOS SÓCIOS-FUNDADORES DA
FÁBRICA DO FUTURO

1.497, em 2019. O levantamento é feito anualmente pela Coworking Brasil, que até o fechamento desta publicação não havia divulgado os dados de 2020. A tendência, porém, é a de que haja um freio neste crescimento. No último Censo Coworking, em cidades brasileiras com mais de 100 mil habitantes, os espaços colaborativos estavam presentes em 26 dos 27 estados e no Distrito Federal.

Segundo Francisco Hauck, o olhar otimista para o amanhã depende de novas lentes, as quais permitirão encarar o negócio para além de uma commodity. “É muito mais provável que a gente enxergue o negócio do coworking como uma curadoria, para construir uma comunidade criativa”, diz. Os planos futuros da Fábrica, definitivamente, passam longe da briga pela melhor cadeira, preço e localização.



ARQUIVO PESSOAL

“No futuro, (as empresas coworking) poderão locar posições para quem quiser sair de casa trabalhar, oferecendo para seus colaboradores uma espécie de ‘vale-coworking’.”

IGOR GUEDES
SÓCIO-FUNDADOR DA NOVO MARKETING E COMUNICAÇÃO

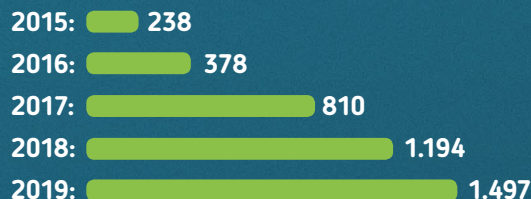
Vale-coworking?

Depois de 10 anos alugando escritório, Igor Guedes, sócio-fundador da Novo Marketing e Comunicação, decidiu entregar a chave da sala comercial e se mudar para a Fábrica do Futuro no final de 2019. Veio a pandemia e, como tantos coworkers, viu-se obrigado a encontrar uma solução para o home office, agora na casa que já havia sido reconfigurada para receber a filha recém-nascida. Decidiu voltar para a Fábrica assim que foi possível. “Ter

um local em que a atmosfera é de trabalho ajuda muito a aumentar a produtividade e a manter o foco no trabalho”, avalia.

Para Igor, apesar da sacudida no mercado provocada pela pandemia, os espaços continuarão em alta. Ele acredita que muitas empresas, no futuro, poderão locar posições para quem quiser sair de casa trabalhar, oferecendo para seus colaboradores uma espécie de “vale-coworking”.

Coworking no Brasil em números



Por estado:



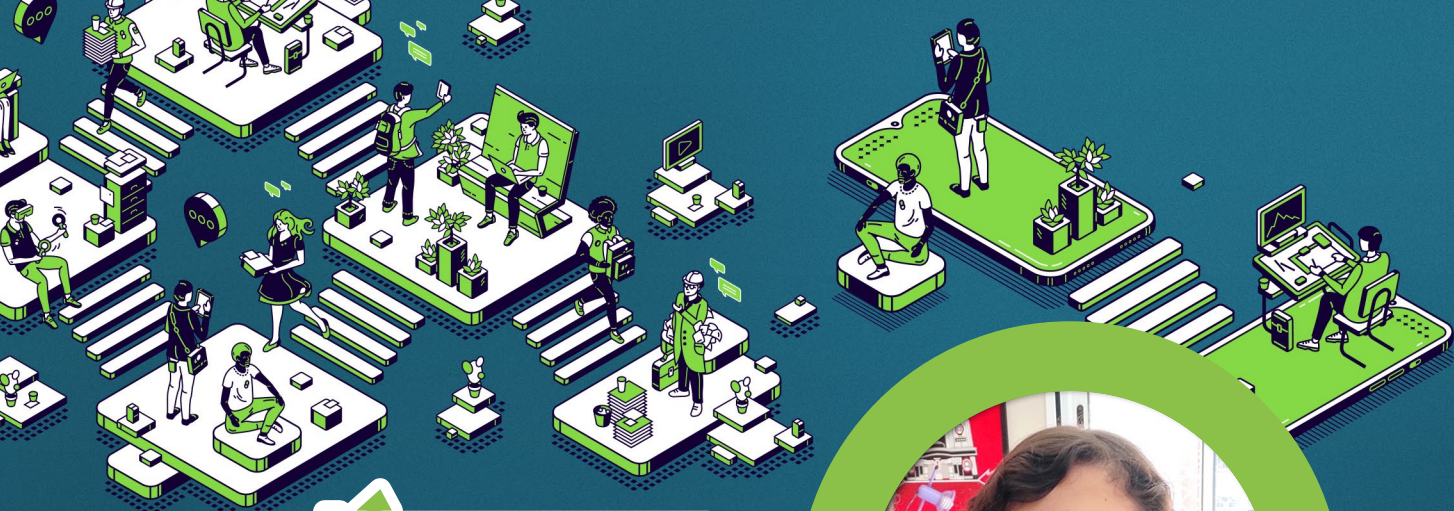
Cidades:



Fonte: Censo Coworking Brasil 2019



É muito mais provável que a gente enxergue o negócio do coworking como uma **curadoria**, para construir uma **comunidade criativa**.



A tendência é a de que haja um freio neste crescimento.

Desafios à mesa

Um fenômeno que se verificou durante a pandemia foram os coworkings informais. Casais, familiares e amigos acabaram optando por compartilhar o ambiente de trabalho, na tentativa de manter uma rotina mais próxima do normal. Mas o tempo excessivo de convivência teve efeitos colaterais: o segundo semestre de 2020 bateu recorde no número de divórcios no país. Conforme levantamento do Colégio Notarial do Brasil (CNB), ocorreram 43.859 dissoluções matrimoniais, um crescimento de 15% em relação a 2019 e a maior quantidade desde o início da prática do ato em Cartório, em 2007.

A afinidade talvez seja um antídoto para o desgaste do amor em tempos do novo coronavírus. Compartilhar gostos e interesses pode facilitar quando se é obrigado a dividir não só o teto e os afazeres domésticos, como também a mesa de trabalho. É o caso dos jornalistas FêCris Vasconcellos e Gustavo Brigatti. O casal, que se conheceu em 2010, trabalhou junto durante três anos na redação da Zero Hora. No final de 2019, FêCris e Gustavo embarcaram para Lisboa, para ela cursar o doutorado-sanduíche. Foi em terras portuguesas que os dois enfrentaram a primeira onda da Covid-19, e, inicialmente, a rotina não mudou muito. Os dois trabalhavam em casa, na mesma mesa, um de frente para o outro.

Quando retornaram a Porto Alegre, alugaram um apartamento maior, de dois quartos, e transforma-



ARQUIVO PESSOAL

“A gente conversa muito, troca muita ideia sobre trabalho. Acho que essa cumplicidade, um compreender o trabalho do outro e respeitar o espaço do outro faz com que a coisa dê mais certo.”

FÊCRIS VASCONCELLOS
PROFESSORA NA PUCRS E GERENTE DE PRODUTO E ESTRATÉGIA NO MATINAL JORNALISMO.

ram um dos cômodos em escritório. Assim que puderem retomar a rotina, o espaço possivelmente será mais utilizado por Gustavo. Ele é o mais caseiro, enquanto ela sente falta das atividades na rua – das corridas às conversas com alunos da PUCRS, onde leciona. Independentemente das preferências de modelo de trabalho, o escritório ou a mesa da sala estarão à disposição do coworking do casal. Nem que seja para matar a saudade. “A gente conversa muito, troca muita ideia sobre trabalho. Acho que essa cumplicidade, um compreender o trabalho do outro e respeitar o espaço do outro faz com que a coisa dê mais certo”, diz FêCris.

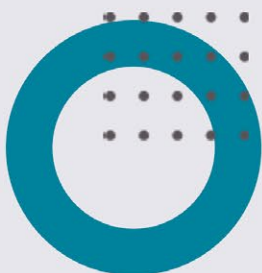


Redes sociais
Sites • Cursos
Links Patrocinados



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS PARA O SEU NEGÓCIO

dcdigicare
MÍDIAS DIGITAIS



www.digicare.com.br | 51 98502-1871 | @digicarerdp

Comunicação Interna

em ambientes de
trabalho híbridos:
como faz?

Diferentes segmentos mostram
como estão aperfeiçoando
a comunicação com
seus colaboradores com
adaptabilidade e agilidade







Assim como tantos outros segmentos, o mercado da Comunicação foi extremamente impactado pelo novo coronavírus e, agora, se prepara para um presente e futuro híbridos. Apesar das dificuldades iniciais, é neste cenário que a Comunicação Interna (CI) está ganhando mais espaço e mostrando sua relevância dentro das organizações, principalmente naquelas em que o modelo de trabalho misto já era uma realidade.

A quinta edição da Pesquisa de Tendências em Comunicação Interna 2021, realizada pela Ação Integrada em parceria com a Social Base, aponta que do ano passado para cá houve um crescimento no número de áreas que possuem um planejamento estratégico de CI de 58% para 63,5%. O percentual de áreas que atrelam seus objetivos de CI aos da organização também cresceu, passando de 70,5% para 74,9%.

Adaptação que virou transformação

Considerando esse cenário, verifica-se que diferentes ramos de negócios estão aperfeiçoando a comunicação com seus colaboradores. No caso da PUCRS, todas as premissas da Comunicação Interna planejadas na pré-pandemia foram reconfiguradas. Em relação às soluções adotadas em ambiente híbrido, foi ampliado o protagonismo das lideranças na mediação junto às equipes e exploradas as possibilidades de comunicação digital disponíveis.



CAMILA CUNHA/PUCRS

“Talvez o não convencional seja menos sobre tecnologia e mais sobre como nos conectamos efetivamente uns aos outros para uma comunicação cotidiana mais horizontal, fluída, atenta e cuidadosa.”

LIDIANE AMORIM
ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DA PUCRS

Conforme a assessora de Comunicação e Marketing da PUCRS, Lidiane Amorim, o próprio cenário exige adaptabilidade, agilidade em dar novas respostas frente às diferentes necessidades de Comunicação, perfil de equipe e consideração quanto ao contexto pessoal e individual.

Se, por um lado, a pandemia acelerou e ampliou o uso de soluções de comunicação digital, por outro, expandiu a necessidade de conversas, diálogos, e ainda mais escuta. “Talvez o não convencional seja menos sobre tecnologia e mais sobre como nos conectamos efetivamente uns aos outros para uma comunicação cotidiana mais horizontal, fluída, atenta e cuidadosa”, pontua.

TV: ainda mais flexível que de costume

Em uma emissora de TV, onde o formato de trabalho já é por natureza mais flexível e híbrido, foi adotado o máximo cuidado com o processo de teletrabalho e manutenção de parte da operação em atividade presencial. Para isso, a Comunicação Interna tomou para si a missão de facilitar as entregas por meio de um plano de Comunicação que integrasse e possibilitasse a colaboração entre as pessoas dentro e fora da organização. “O segredo do sucesso para este cenário tem sido a adoção desse plano baseado na transparência, sensibilidade e no compartilhamento de conteúdo em multiplataformas”, conta o especialista em Comunicação do SBT Raul Squarça.

Além do uso do e-mail e app de celular, o SBT adotou ainda a rede social corporativa, que propicia o compartilhamento de conteúdo de forma democrática e transversal, proporciona debates, envio de dúvidas, criação de conteúdo pelos próprios colaboradores e os mais diversos tipos de conexões.



ARQUIVO PESSOAL


“O segredo do sucesso para este cenário tem sido a adoção do plano de Comunicação baseado na transparência, sensibilidade e no compartilhamento de conteúdo em multiplataformas.”

RAUL SQUARÇA
ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO DO SBT

Rádio: sintonizada fora e dentro

Habituada ao home office, que já era adotado com equipes intercaladas antes mesmo da pandemia, a Agência Radioweb foi aprimorando a sua Comunicação Corporativa. “Agora, a dinâmica do trabalho, além de ser definida a partir de grupos do WhatsApp e por e-mail, é realizada também por meio de reuniões via Meet, Zoom ou Whereby”, compartilha o diretor-geral da agência, Paulo Gilvane.

O diretor explica que, para todos receberem uma comunicação assertiva, foi criada a newsletter interna ‘Sintonize’, que é enviada a cada 15 dias e tem o papel de informar sobre as questões importantes da empresa e das equipes. A organização também tem feito, periodicamente, reuniões por setor, sucursal ou por grupo de repórteres.



**A tendência parece ser uma comunicação cada vez mais empática e flexível, respeitando a individualidade e o espaço de cada um.**

Mas, afinal, quais são as Tendências em Comunicação Interna para 2021?

Lidiane concorda com o pensador francês Dominique Wolton, que defende que a eficácia da comunicação não é diretamente proporcional à evolução tecnológica. “A boa notícia é que as diferentes possibilidades que existem hoje abrem espaço para que os profissionais possam oferecer soluções criativas e assertivas e reafirmem sua importância nas organizações de modo geral”, acredita.

Para Raul, do SBT, a tendência parece ser uma comunicação cada vez mais empática e flexível, respeitando a individualidade e o espaço de cada um. “Facilitando a interação entre colaborador e empregador, de forma a fortalecer os laços de confiança e colaboração, na construção desse relacionamento”, antecipa.

Paulo Gilvane, por sua vez, diz que a pandemia já demonstrou que é possível trabalhar a Comunicação Interna em formato híbrido. “Neste momento, as sondagens são de um esquema misto. O home office, que hoje é obrigação, passará a ser opção. Porém, com uma experiência anterior acumulada”, conclui.



ARQUIVO PESSOAL

“Agora a dinâmica do trabalho, além de ser definida a partir de grupos do Whats e por e-mail, é realizada também por meio de reuniões via Meet, Zoom ou Whereby.”

PAULO GILVANE
DIRETOR-GERAL DA AGÊNCIA RADIOWEB

Os quatro maiores desafios da Comunicação Interna em 2021

54,9%

Engajar as lideranças como comunicadores.

53,1%

Contribuir com a melhoria da experiência do colaborador na empresa.

48,6%

Conquistar um papel mais estratégico para a área.

41,1%

Mensurar as iniciativas de Comunicação Interna.

Uso dos canais de Comunicação Interna

Canais de CI com maior intenção de intensificação:

49,7%

Gestor imediato.

39,4%

Influenciadores internos/agentes de comunicação.

38,9%

Alta Liderança.

Maiores implantações desejadas:

35,4%

Podcast.

32%

Influenciadores internos/agentes de comunicação.

24%

Aplicativo de Comunicação Interna.

23,4%

Rede social corporativa.

Fonte: Pesquisa Tendência Comunicação Interna 2021

Fonte: Pesquisa Tendência Comunicação Interna 2021 - Ação Integrada
materiais.socialbase.com.br/pesquisa-tendencias-de-comunicacao-interna-2021



Pix no Office Banking

Sua empresa pode pagar, receber e consultar movimentos Pix através do Office Banking no seu computador.

Aumente suas vendas e conte com a comodidade de receber ou pagar 7 dias por semana, 24 horas por dia, 365 dias do ano!

Cadastre as chaves **Pix** do seu negócio no app **Banrisul Digital** ou no **Office Banking**.

PRECISAMOS HUMANIZAR A EDUCAÇÃO

A pandemia da Covid-19 inflamou debates sobre saúde, economia, políticas públicas, educação e tantos outros temas que merecem reflexão. Conforme a Organização das Nações Unidas (ONU), 166 países fecharam escolas e universidades, com mais de 1,5 bilhão de alunos afetados.

Frente a esse cenário, considero-me uma profissional com sorte. Sou docente em uma universidade cujos acadêmicos, em sua maioria, desfrutam do privilégio de ter acesso à tecnologia – embora com algumas restrições. Residentes em cidades do Interior, muitos enfrentam dificuldades de acesso à rede mundial de computadores, o que é evidente pelas notificações de “Fulano saiu da reunião”, seguidas de “Fulano solicita entrar”, registradas nas plataformas utilizadas para realização das aulas síncronas no ambiente on-line.

Deslocados da rotina presencial desde março de 2020 – com exceção de algumas aulas práticas que ocorreram no segundo semestre daquele ano –, condicionamos a expectativa de retorno ao avanço do Plano Nacional de Imunização. Enquanto isso, vivemos um processo de adaptações e aprendizado. Novas ferramentas de tecnologias da comunicação e informação passaram a viabilizar aulas remotas, exigindo de muitos docentes a quebra de paradigmas.

Os acadêmicos, em sua maioria jovens e sintonizados com o mundo digital, tiram de letra as questões relativas à usabilidade de qualquer recurso dessa natureza. Enfrentam, contudo, outros fantasmas: a dificuldade de manter a atenção, a ansiedade, a depressão, o medo, a crise financeira que assola famílias e pode, inclusive, privá-los de seguir o percurso formativo na universidade.



ARQUIVO PESSOAL

CRISTIANE LINDEMANN

JORNALISTA, ESPECIALISTA EM DOCÊNCIA UNIVERSITÁRIA NA CONTEMPORANEIDADE (USC), MESTRE E DOUTORA EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO (UFRGS), PROFESSORA NA UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL (UNISC)

Temos, de um lado, inegáveis avanços em termos de práticas docentes, com o uso de metodologias ativas, focadas no aluno e no desenvolvimento de suas habilidades e competências. Evoluímos com rapidez – e sob pressão, temos de assumir – na utilização de recursos digitais, às custas de noites em claro de equipes profissionais, que fizeram frente a todas essas demandas pedagógicas, as quais envolvem decisões de gestão e também a formação continuada de docentes.

De outro lado, o momento da entrega de todo esse trabalho nem sempre contempla nossas expectativas; pelo contrário, pode ser frustrante. Afinal, esses jovens acadêmicos, privados do convívio social e forçados a encarar tantos dilemas sociais, políticos e econômicos, nem sempre têm o equilíbrio necessário para acompanhar as aulas com plenitude.

A pandemia afeta, pois, a saúde física e mental. Ela ensejou avanços, mas também acionou alertas. Aos cuidados já rotineiros – distanciamento, higiene das mãos, uso de máscaras e de álcool em gel –, devemos integrar a solidariedade, a resiliência, a compreensão e a empatia. Isso é tão importante quanto as adequações práticas, tecnológicas e didáticas para a realização das aulas remotas.

Alunos e professores estão fragilizados, mentalmente exaustos, o que, sem dúvida, impacta mais no processo de ensino--aprendizagem do que a instabilidade da conexão de internet. Para além de aprender sobre soluções inovadoras, softwares e plataformas que medeiam o ensino remoto, precisamos aprender a sentir o outro, mesmo sem o toque, através das telas. Precisamos humanizar a educação, visando à integridade de todos neste momento tão delicado da nossa existência.

Mundo corporativo pós-pandemia

Com a ressignificação do modelo de trabalho, muitas foram as reinvenções e adaptações para as empresas manterem as portas abertas e os salários em dia



porativo



Enquanto muitos comunicadores continuam trabalhando o tempo todo no modelo home office, outros tantos estão voltando aos poucos para o escritório sob regime híbrido – uma mescla da atuação a distância com a presencial.

Em vista do atual cenário profissional, mudanças organizacionais necessitaram ser realizadas com o intuito de promover o bem-estar das companhias e suas equipes. Mas o que será que veio para ficar?



Flexibilidade no horário de trabalho

Conforme pesquisa realizada pela empresa de software Runrun.it, 70% dos profissionais esperam ter mais flexibilidade no horário de trabalho. Se antes os colaboradores precisavam quebrar a cabeça para resolver alguma pendência particular, hoje a vida pessoal ganhou mais espaço e oportunidades.

Separação entre atividades remotas e presenciais

Encontros de brainstormings, reuniões e apresentações a clientes – atividades que precisam de mais socialização – são apontados com a importância de um contato mais ‘olho no olho’. Por outro lado, muitos entendem que o modelo on-line pode ser destinado a tarefas que precisam de alta concentração ou levam muito tempo para serem executadas e finalizadas – o chamado *deep work*.



Reuniões on-line e suas plataformas

As reuniões, que ocupavam espaço de deslocamento na agenda, migraram para o digital. Com isso, plataformas tradicionais, como o Skype, viram as concorrentes Google Meet, Teams e Zoom crescerem, enquanto o Facebook melhorou alguns pontos, como foi o caso do aumento no número de participantes em videochamadas.



Controle de atividades e gestão do tempo

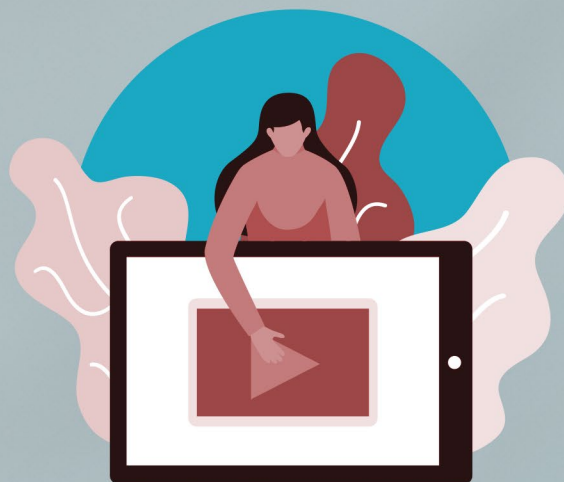
Para quem deseja inspecionar o colaborador que está longe, foi criada uma ferramenta com o objetivo de realizar a gestão da empresa e incluir o controle de atividades – como é o caso do iClips, desenvolvido pela Rock Content.

Mais programas e ferramentas

Um estudo realizado pela Capterra, plataforma de busca e comparação de softwares, registra que 63% dos entrevistados apontaram a adoção de processos digitais durante os últimos meses. Nesse sentido, softwares de Comunicação e Segurança do Trabalho ganharam destaque.

Outra necessidade diz respeito ao acesso de informações disponibilizadas em qualquer lugar, como é o caso dos sistemas e das nuvens de armazenamento, redobrando os cuidados com as políticas de proteção e segurança de dados.

Também houve procura por soluções para integrar o time. Uma delas foi proposta pelo Facebook, o Workplace. Trata-se de uma plataforma que conecta todos, mesmo que estejam trabalhando de suas casas.



Happy hour a distância

Mais que plataformas destinadas a reuniões, foram criadas também ferramentas com o intuito de que a equipe possa se encontrar on-line para aproveitar momentos mais descontraídos, como em um happy hour. Este é o caso do Airmeet.

Mais eventos on-line

O formato de eventos on-line veio para ficar, como apontam especialistas, desde que somado a experiências presenciais. As vantagens são democratizar o acesso, encurtar distâncias físicas e permitir que o público escolha uma experiência. A tecnologia, por exemplo, pode ampliar a sensorização e interação do público.

Entre a casa e o escritório: crescimento dos coworkings

Quando a presença passa a ser facultativa, ter um grande escritório não é uma boa escolha, do ponto de vista financeiro. Logo, os espaços compartilhados foram amplamente adotados.

Estrutura por conta da empresa

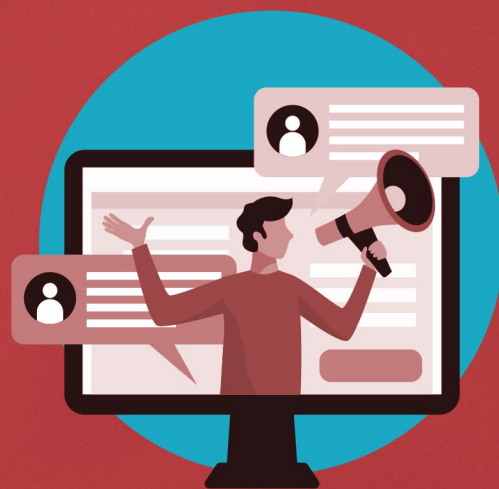
Para que se consiga trabalhar e produzir melhor, as empresas ofereceram os materiais necessários, como computadores e cadeiras ergonomicamente saudáveis, além do auxílio de internet e luz para a conta fechar.



O que muda na Legislação?

Diante da grande adesão ao modelo de trabalho remoto, editou-se, em 2020, a Medida Provisória nº 927, a qual aborda diversos temas ligados ao home office; contudo, não está mais em vigência. Para suprir esta necessidade, o Ministério Público do Trabalho emitiu uma Nota Técnica. Confira alguns destaques:

- >>> O contrato de trabalho deverá possuir um aditivo por escrito com a duração, a responsabilidade e a infraestrutura à atuação remota e o reembolso de despesas realizadas pelo empregado enquanto profissional.
- >>> As empresas devem possuir parâmetros de ergonomia quanto às condições físicas ou cognitivas de trabalho (mobiliário e equipamentos, postura física), com relação à organização do trabalho (conteúdos, exigência de tempo e ritmo de atividades), quanto às relações interpessoais no ambiente de trabalho (reuniões, transmissão e feedback). E, ainda, o empregador deve reembolsar os bens necessários ao atendimento desses parâmetros.
- >>> As empresas deverão adotar uma 'etiqueta digital' para orientar a equipe no que se refere aos horários para atendimento virtual da demanda, assegurando os repousos legais e o direito à desconexão, bem como medidas que evitem a intimidação sistemática (bullying) no ambiente de trabalho.
- >>> Devem ser criados mecanismos de controle de jornada por meio de plataformas digitais.



Ocupações na Comunicação que cresceram com a pandemia

Jornalista consultor: pode trabalhar em empresas de todas as modalidades atuando como coach e palestrante.

Jornalista prestador de serviço: cria artigos, landing pages, e-books, gerencia redes sociais e elabora sequências automáticas de e-mails.

Copywriting: produz, de modo inteligente, a escrita persuasiva.

Gestor de Tráfego Digital: criação e gerenciamento dos engajamentos do marketing digital. Define o orçamento de campanhas, valida projeções e analisa resultados. Desenvolve relatórios dos números das campanhas em andamento.

Social Media: profissional estratégico na composição de técnicas que possam aproximar o negócio dos seguidores, consumidores e potenciais clientes.

Criador de Landing Page: produz uma única página, que tem como propósito passar as informações mais importantes para divulgar e vender o produto ou o serviço anunciado.

coletiva.cast

PROJETO

MEMÓRIAS



O Rio Grande do Sul foi cenário de grandes fatos, na Imprensa e na Propaganda. Como lembrá-los?

Simples. Em breve, o Coletiva.net te conta!



coletiva.net
FEITOS • FATOS • FUTURO

coletiva tndnCS

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

REALIZAÇÃO

Coletiva Comunicação e Marketing

COORDENAÇÃO-GERAL

Márcia Christofoli

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Tássia Jaeger

REPORTAGEM

Cleidi Pereira

Patrícia Castro

Patrícia Lapuente

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Álisson Coelho

Branca Sóló

Cristiane Lindemann

REVISÃO

Press Revisão

COMERCIALIZAÇÃO

Coletiva.net / Iraguassu Farias

IMPRESSÃO

Comunicação Impressa

PROJETO E EDIÇÃO GRÁFICA

Estúdio Imerso / Arthur Kolbetz



Avenida Ramiro Barcelos, 630 • Sala 1022 • Floresta • 90035-001
Porto Alegre/RS • Tel/fax: 51 3737 2017 • Celular: 51 99272 9088

Somos uma plataforma integrada de estratégia criativa que busca a transformação de realidade de nossos clientes.

Realizamos a conexão de novas ferramentas/tecnologias para integrar e potencializar o digital marketing sales.

Criamos uma forte intersecção entre criatividade, tecnologia, negócios e resultados.

dados • storytelling • conteúdo • design.

YARA - MASSEY FERGUSON - AGCO PARTS - DOW - DIGICON - PERTO - HELM
- MAINHARDT SISTEMAS - HERC - GOTA LIMPA - TUPER - HARD - HUSQVARNA - CAU/RS
- FAKINI - MINIMUNDO - TANAC - DONMARIO SEMENTES - TDV-SEPTODONT



CRIAMOS HISTÓRIAS. **ENTREGAMOS VALOR.**

somos

a união de comunicação,
estratégia e experiência

somos

fusões de expertises,
sotaques e histórias

somos

a conexão entre inovação,
tecnologia e performance

somos

um time de inquietos,
desbravadores e nômades

somos

Brivia

brivia GROUP

brivia
STRATEGY
EXPERIENCE
COMMUNICATION

dez
COMUNICAÇÃO

a2c

brivia.com.br

SP | RJ | DF | RS | SC | MG | PORTUGAL

