

A comunicação interna na Embrapa Clima Temperado como fator estratégico e de humanização

Manoela Nogueira Soares¹; Margareth Michel²; Christiane Rodrigues Congro³

¹UCPel; ²UCPel; ³Embrapa Clima Temperado. manusoares@gmail.com

Pela força que a mídia exerce sobre a sociedade, a comunicação se incorpora como um poder dentro das organizações. Dessa forma, a comunicação interna passa a ocupar uma posição estratégica e pragmática. Assim, a comunicação interna nas organizações torna-se um fator estratégico na tomada de decisões, na obtenção da eficácia organizacional, e uma questão imprescindível para a humanização desses ambientes: lugar da fala, da interação e do conhecimento, levando as pessoas ao desenvolvimento humano. Por isso, são propostos alguns desafios para as organizações da contemporaneidade, estando entre os principais o fato das pessoas desejarem não somente desenvolver suas capacidades profissionais, mas principalmente as pessoais e para desenvolverem essas habilidades as pessoas precisam se relacionar, tornando-se premente nesse processo o diálogo que permite a construção de atitudes com significado. O significado de um símbolo depende de onde ele se insere no contexto que está sendo vivenciado. As pessoas devem ser sensíveis à linguagem, pois é por meio dela (falada ou escrita) que se constrói, se modifica se dá sentido e se comunica a realidade, por isto os instrumentos de comunicação interna ou *house-organs* se revestem de importância, por fazerem parte desse processo comunicativo e de seu conteúdo simbólico. As organizações são vistas como construções sociais, sujeito e objeto da realidade da qual fazem parte, constituindo organismos vivos, por isto a comunicação é uma atividade central nas organizações e a comunicação interna reveste-se de importância ainda maior. O objetivo desta pesquisa é observar na Embrapa Clima Temperado, a organização em suas dimensões subjetivas, considerando as características comportamentais, humanas e emocionais, presentes em seus instrumentos de comunicação interna, buscando entender sua relevância e contribuição destes na relação entre organização e funcionários, bem como no processo de gestão e relacionamento e seus públicos, e ao mesmo tempo oferecendo subsídios para sua manutenção e melhoria.

Palavras-chave: Comunicação organizacional, comunicação interna, instrumentos de comunicação, humanização.