

Falta comunicação na sociedade da informação

por *Gustavo Gomes de Matos*

Há consenso de que uma das causas principais dos insucessos nas organizações é a falta de *feedback*, que torna as comunicações deficientes e geradoras de conflitos e improdutividade. De um modo geral, as pessoas não se sentem comprometidas em dar retorno, seja por uma equivocada sensação de poder, falta de hábito, negligência, desvalorização do outro ou por simples falta de educação. Daí as crises crônicas de relacionamento, disputas de poder e falta de integração.

De um modo geral, as escolas não educam as pessoas para a comunicação plena, que engloba as dimensões do falar, ouvir e dar *feedback*. Na realidade, tem faltado até mesmo educar a pensar. Recebemos apenas instruções técnicas, com que, em geral, somos treinados a não pensar, e, portanto, induzidos a simplesmente memorizar e arquivar informações. Privilegia-se o escutar mecânico e não o ouvir orgânico. Não fomos incentivados a refletir sobre a relação de causa e efeito dos fatos que acontecem em nosso bairro, cidade, país, quanto mais, em nosso planeta. Chega a ser raro encontrarmos um ambiente de verdadeiro diálogo nas empresas, nas famílias, nos colégios e nas universidades. É um verdadeiro contrassenso: falta comunicação na Era da Informação e do Conhecimento.

A dificuldade de se encontrar solução para os problemas ligados à falta de comunicação está exatamente na falta de uma educação norteada pela cultura do diálogo, pelo ato de refletir em grupo e pensar com espírito de compartilhamento, respeitando as diversidades culturais e as ideológicas de cada pessoa ou grupo, para consolidar um ambiente de convivência das diferenças, aliás, esse é o princípio básico da democracia.

É essa falta da educação mais básica, traduzida como respeito ao próximo, que gera a falta de *feedback*, certamente um dos maiores complicadores para o sucesso da comunicação e o estabelecimento de relações duradouras. Na sociedade informacional em que vivemos, somos diariamente bombardeados por notícias dos mais variados teores e objetivos. Porém, nossa capacidade de absorver essa fenomenal quantidade de informação e transformá-la em conhecimento é muito reduzida, devido à falta de debate e discussões sobre os temas abordados. A grande quantidade, somada à rapidez com que as notícias são divulgadas, não facilita a disposição para pensar ou refletir sobre o assunto tratado.

A tecnologia coloca à nossa disposição informações sobre praticamente tudo o que imaginarmos. Por meio de *intranets*, *e-mails* e *blogs*, podemos conversar virtualmente com pessoas do mundo todo. Porém, nenhuma tecnologia, por mais arrojada que seja, substitui a riqueza do contato humano tête-à-tête, olho no olho.

Segundo Tom Peters "Na era do e-mail, do poder do supercomputador, da Internet e da globalização, a atenção – uma prova de generosidade humana – constitui o melhor presente que podemos dar a alguém". Antes de ser instrumental, a comunicação é essencialmente humana e extremamente humanizadora. De nada servem veículos e canais oficiais de comunicação interna, tais como *intranet*, jornal dos funcionários, boletim e mural de notícias, se não houver efetivamente a disposição das lideranças para o diálogo e um ambiente favorável à conversação e à troca de idéias.

Em sua essência, a comunicação necessita de resposta para se realizar, pois a mensagem sem retorno não é comunicação, é apenas um comunicado, pura transmissão de dados. É como se fosse o impulso eletrônico ou mecânico de uma máquina para outra. Infelizmente, de um modo geral, é esse tipo de comunicação formal e burocrática – sem *feedback*, e, por isso, falha e incompleta – que as empresas mais utilizam em seu cotidiano.

Preocupa-se mais com a eficácia dos mecanismos de transmissão da mensagem do que propriamente com o seu conteúdo. Uma mensagem deve sempre ser capaz de promover a reflexão necessária, para que gere mobilização e o retorno que se almeja. De outra forma, é difícil motivar pessoas a superarem desafios e alcançarem metas, seja na dimensão pessoal, seja na profissional.

A maioria das empresas costuma centrar a comunicação na notícia escrita, através de circulares, boletins, memorandos, relatórios, ordens de serviço e manuais de procedimentos. É um sistema formal e frio, sem relacionamento humano, em que o emissor (gestor ou gerente) envia mensagens de cima para baixo, e os receptores (funcionários), quando exigidos, respondem mecanicamente, dentro do padrão normatizado pela empresa, de forma funcional, seguindo o trajeto de baixo para cima.

É comum, inclusive, encontrarmos comunicações deficitárias em empresas com sofisticadas estruturas e diversificados produtos de comunicação empresarial, como televisão e rádio corporativas, jornais de funcionários *on-line* e *intranet*. Aliás, grande parte das informações empresariais circula hoje por meio eletrônico, como *e-mails*, *sites*, *chats* e *blogs* empresariais. Mas, ao verificarmos o conhecimento real dos destinatários sobre as informações veiculadas por esses meios, vemos que o nível de ignorância é bem maior do que o imaginado. Chega-se ao extremo de alguns funcionários desconhecerem até mesmo as nomenclaturas e os objetivos dos principais projetos e os processos de sua área de atuação na empresa. O diagnóstico é claro e objetivo: falta de *feedback*, ausência de diálogo, ou seja, muita transmissão de informação e pouca comunicação face a face, pessoa a pessoa. Ou seja, muitas palavras e pouco diálogo.