

## Grupos de Estudos ABRH RS - Gestão Estratégica de RH

### A COMUNICAÇÃO PARA DIFERENTES GERAÇÕES

Sabrina Nunes da Silva

A maneira como nos comunicamos mudou com o passar dos anos, assim como a nossa geração é diferente da geração dos nossos pais e avós.

O mundo está num processo de mudança constante e acelerada. Podemos observar essas mudanças na linha do tempo sobre a evolução dos meios de comunicação, segundo o site: [tecnologiaencurtandodistancias.wordpress.com](http://tecnologiaencurtandodistancias.wordpress.com).

- Correios (2400 A.C)
- Telégrafo
- Telégrafo de tochas (1300 A.C)
- Telégrafo de tambores (aprox. 529 A.C)
- Telégrafo de fumo (150 D.C)
- Telégrafo elétrico (Séc. XIV)
- Telefone (Séc. XIX)
- Telefax (Séc. XX – anos 70)
- Pager (Séc. XX – anos 80 e 90)
- Celular (final do século XX – anos 80 em diante)
- Internet (Séc. XX)

Assim como os meios de comunicação se transformaram, as gerações foram sofrendo várias mudanças. Mudanças essas que podemos observar na próxima linha do tempo.

- Geração Baby boomer – Zelo pelo emprego fixo e estável.
- Geração X – Inseguros com relação ao emprego, ficam com medo de perder o trabalho para profissionais mais jovens.
- Geração Y – Buscam ascensão rápida, que a empresa os promove cargo em período relativamente curto e de maneira contínua.
- Geração Z – Profissionais imediatistas. Querem tudo agora e não têm muita paciência com aqueles que não entendem de tecnologia, principalmente com os mais velhos.

Após relembrarmos todos os meios de comunicação e gerações que usufruíram deles, então, podemos concluir que atualmente a comunicação nas organizações deve ser cada vez mais clara e objetiva. Afinal, na maioria das vezes, se tem várias gerações no mesmo ambiente de trabalho.

Segundo Nelson Mandela (citador.com.pt), “Se falares a um homem numa linguagem que ele compreenda, a tua mensagem entra na sua cabeça. Se lhe falares na sua própria linguagem, a tua mensagem entra-lhe diretamente no coração”.

É exatamente isso que falta nas organizações, entenderem qual a linguagem e o meio de comunicação ideal para atingirem todos os públicos, independente da posição hierárquica, idade, sexo, cor e\ou necessidade especial.

Nada adiantará fornecer informações vagas ou deixando nas entrelinhas, isso só vai gerar dúvidas, descontentamento dos funcionários e ainda construirá uma barreira na comunicação.

Lee O. Thayer, citado por Kunsch (2003) menciona que o sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitir sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário entrará num processo de entropia e morte.

A comunicação tem o poder de promover ou de arruinar qualquer projeto da organização, basta que a mesma não tenha realizado um planejamento adequado. As empresas precisam entender a grande importância da comunicação, então, só depois disso é que teremos uma maior retenção de talentos, menos conflitos internos e um crescimento das organizações através do engajamento dos funcionários.

### **Referência Bibliográfica**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling – Planejamento de Relações Públicas na comunicação interna. Summes editorial, 2003.

CARVALHO, Anderson (2012) – As gerações Baby boomer, X, Y e Z. Disponível em [www.coisaetale.com.br](http://www.coisaetale.com.br) (28/11/2016)

PENNELLA, Priscila (2013) – Linha do tempo dos meios de comunicação. Disponível em [tecnologiaencurtandodistancias.wordpress.com](http://tecnologiaencurtandodistancias.wordpress.com) (28/11/2016)