

**BCONECTA: ANÁLISE DA IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO COMO
FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO BANCO
ESTADUAL DO ESPÍRITO SANTO (BANESTES)**

***BCONECTA: ANALYSIS OF IMPLEMENTING THE APPLICATION AS AN
INTERNAL COMMUNICATION TOOL OF ESPÍRITO SANTO'S STATE
BANK (BANESTES)***

INGRID ALMEIDA NERYS

Graduanda em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo

ingridnerys@outlook.com

MIRELLA BRAVO DE SOUZA BONELLA

Prof^ª. Ma. Centro Universitário FAESA

mirella.bravo@faesa.br

RESUMO

Este trabalho visa a analisar a implantação do Bconecta, aplicativo de comunicação interna do Banco Estadual do Espírito Santo (Banestes), ao considerar as opiniões dos funcionários e propor mudanças para melhor utilização da ferramenta. Para isso, a metodologia empregada teve natureza bibliográfica, documental, foi baseado em dados quantitativos e qualitativos. O estudo de caso também esteve presente nos métodos do trabalho, pois preocupou em analisar fatos e acontecimentos, extrair dados, e também registrou inconstâncias pertinentes à pesquisa. Em relação à pesquisa de campo, o trabalho subdividiu-se em pesquisa exploratória, já que o objetivo era investigar e formular questões ou problemas; aprofundar os conceitos de comunicação interna com o olhar de pesquisadora e entender o panorama histórico. Foram estudados os conceitos de comunicação organizacional, interna e digital. Os resultados inclinaram-se ao pouco interesse do público interno no Bconecta, especialmente porque os conteúdos apresentados foram pouco atrativos. Conclui-se que a comunicação interna deve ser feita por um profissional capacitado, que tenha conhecimento em planejamento estratégico e atinja o funcionário de forma eficaz. Para isso,

é essencial conhecer e entender o público-alvo da mensagem, além de planejar ações efetivas de divulgação antes, durante e após o lançamento do aplicativo.

Palavras-chave: Comunicação Interna. Aplicativo. Banestes.

ABSTRACT

This work aims to analyze the implementation of Bconecta, an internal communication application of Espírito Santo's State Bank (Banestes), when considering employees opinions and proposing changes to better use the tool. For this, the methodology used was bibliographic, documentary, based on quantitative and qualitative data. The case study was included in the methodology, as it was concerned with analyzing facts and events, extracting data, and also had inconsistencies noted relevant to the research. In regard to the field research, the work was subdivided into exploratory research, since the objective was to investigate and formulate questions or problems; deepen the concepts of internal communication with the look of a researcher and understand the historical panorama. The concepts of internal and digital organizational communications were studied. The results showed little interest from Bconecta's internal public, especially as the content presented was not very attractive. It was concluded that the internal communication must be conducted by a trained professional, with knowledge strategic planning and reach the employee effectively. For that, it is essential that knows the target audience of the message, beyond plan effective actions to publicize before, during and after launch of the application.

Keywords: *Internal Communication. App. Banestes.*

INTRODUÇÃO

As corporações têm buscado cada vez mais se aproximar do seu público interno, especialmente por meio digital, com a criação de canais de intranet, por exemplo. O Banco Estadual do Espírito Santo (Banestes), visando superar barreiras comunicacionais com seus funcionários, implementou, em outubro de 2018, o aplicativo de comunicação interna chamada Bconecta. Esta ferramenta serviu de objeto de estudo para desenvolver o presente trabalho.

O trabalho é justificado pela vivência da autora no estágio acadêmico na Assessoria de Comunicação (Ascom) do Banestes, em que se notou muitos ruídos de comunicação na companhia, mesmo com uma ferramenta considerada completa e eficaz por parte da Gerência de Recursos Humanos (Gereh) e da Diretoria do Sistema Financeiro Banestes (SFB).

O objetivo deste trabalho foi analisar a implantação da ferramenta Bconecta como meio de comunicação interna do Banestes com seus funcionários e propor a reflexão sobre a importância da comunicação interna no ambiente corporativo. Para isso, além de ter sido realizada uma pesquisa de campo com os funcionários do Banestes, buscando entender qual a relação com a ferramenta, também foi resgatada a história e os conceitos de comunicação organizacional.

A coleta de dados teve natureza bibliográfica, já que alguns dados foram obtidos através de textos internos do banco. A pesquisa teve caráter documental, pois foram utilizadas fontes primárias, ou seja, que ainda não foram analisadas por terceiros. Todos os dados foram analisados tanto de forma qualitativa, obtida através da abordagem hermenêutica, como quantitativa, construído através de dados numéricos.

A metodologia utilizada na obtenção de fontes de informação foi a pesquisa de campo, já que foram analisados fatos e acontecimentos preestabelecidos. A pesquisa exploratória também esteve presente, pois foram formuladas questões ou problemas relativos ao Bconecta. Por fim, a pesquisa é um estudo de caso em que foi observada detalhadamente a experiência do funcionário com o aplicativo para também propor melhorias contínuas.

Para o embasamento teórico, foram tratados os conceitos de comunicação organizacional e comunicação interna por meio do estudo dos autores Kunsch (2010); Torquato (2013); Tavares

(2009); Duarte (2018); Corrêa (2009) e Cardoso (2009). Para tratar do aplicativo Bcontacta, os autores utilizados foram Lorenzetti; Ribeiro e Lorenzetti (2018); Tavares (2009) e Duarte (2010). Também foram consultadas fontes internas do banco, através do site oficial do Banestes, entrevistas com os funcionários da Gerência de Recursos Humanos (Gereh) e da Assessoria de Comunicação (Ascom), além do jornal interno Banestes Notícias (2018).

1. DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL A COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação organizacional começou a ser estudada em meados de 1940 pelos norte-americanos. No princípio, o objetivo era analisar a comunicação sob os prismas de negócios e industrial. Um dos precursores foi Dale Carnegie, escritor americano que até hoje é uma referência mundial em treinamentos e cursos sobre retórica empresarial (KUNSCH, 2009).

No Brasil, os estudos voltados para a área são mais recentes e se iniciaram no final da década de 1960, quando o País passava por forte industrialização. Uma das precursoras dos estudos de comunicação organizacional e que tem bastante destaque até hoje é Margarida Kunsch (2009), professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Até 1970, a comunicação nas empresas era feita de forma rudimentar, em que não existia a integração entre as diversas áreas. Por conta da falta de profissionais capacitados na época, poucas empresas tinham de fato uma área específica para a comunicação, e, mesmo as que tinham, a organização e o planejamento ainda eram simplórios (TAVARES, 2009).

A partir da década de 70, a comunicação organizacional foi expandida e a Universidade Federal de São Paulo (USP) foi a primeira a abrir a disciplina Jornalismo Empresarial, ministrada por Gaudêncio Torquato. Somente em 1973, com a defesa de tese de Torquato sobre comunicação empresarial, o primeiro da América Latina, o mercado se abria (TORQUATO, 2013).

Atualmente, o maior desafio do profissional de comunicação organizacional é ter uma visão ampla para conseguir visualizar as cenas e prever situações. A comunicação está envolvida no meio dos processos administrativos, portanto está envolvida em todos os ambientes da sociedade. Com isso, os generalistas conseguem assimilar, de forma mais eficaz, esses vários cenários (TORQUATO, 2013).

Apesar da evolução incontestável da comunicação organizacional, a profissionalização ainda engatinha. Mesmo assim, é muito comum ver empresas realmente interessadas em investir nas comunicações interna e externa, em que os comunicadores estão ganhando cada vez mais espaços ao lado de lideranças da alta administração (TORQUATO, 2013).

A comunicação interna é uma subdivisão da comunicação organizacional. Diferentemente das outras comunicações no âmbito das organizações, a comunicação interna lida diretamente com o público interno e tem como dois objetivos principais a produção da aceitação e a geração de consentimento perante os funcionários (TORQUATO, 2013). Ela é, portanto, a mediadora entre a organização e seus funcionários.

De acordo com Tavares (2009), a comunicação interna, se trabalhada de forma eficaz, resulta em fatores positivos, tais como a agilidade na tomada de decisões; incentivo à produtividade; promoção de campanhas internas; construção de uma imagem positiva da organização; motivação e integração do público interno; desenvolvimento do clima positivo e colaboração para descentralização organizacional.

Atualmente, grande parte da comunicação interna é feita digitalmente, que se destacam pelo estímulo e aumento do uso dos correios eletrônicos no ambiente corporativo. O acesso a esta ferramenta é realizado, principalmente, por meio de computadores conectados às redes. O problema acontece quando este recurso é utilizado demasiadamente (CARDOSO, 2009).

Apesar disso, Corrêa (2009) relata que a maior dificuldade que os comunicadores têm é de compreender o processo de inovação e absorção das novas tecnologias. Com isso, utilizar a tecnologia em favor dos ambientes corporativos é um desafio, mas que, quando é superado, é possível encontrar privilégios competitivos, agregar valor, diferenciar e inovar na organização.

Muitas empresas têm investido no desenvolvimento de ferramentas virtuais para dialogar de forma mais efetiva com o público interno. Um mecanismo muito conhecido e utilizado é a intranet, que é um canal de comunicação exclusivo que limita o acesso a informações organizacionais ao ambiente físico de trabalho e que facilita a conexão entre empresa e funcionário. Para que tenha eficácia, é importante desenvolver um conteúdo agradável e chamativo (TORQUATO, 2013).

Corrêa (2009) denomina esse tipo de comunicação interna digital de Tecnologias Digitais de

Informação e Comunicação (TICs). A autora descreve essas ferramentas como sendo úteis para facilitar e dinamizar os processos comunicacionais dentro das empresas, mas elas só serão eficazes se a proposta comunicacional estiver combinada com as características do público interno. Por isso, é essencial traçar um plano estratégico de comunicação global coerente com a organização e integrada entre seus funcionários.

2. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO BANESTES

Não existe nenhum documento que informe o lugar do setor de Comunicação no organograma do Banestes, nem tampouco um documento que define como o setor é composto e quais funções cada profissional deve exercer. Desta forma, foi preciso ir à campo e realizar uma pesquisa com base em informações orais dos funcionários para se ter uma leitura do funcionamento. É com base no processo de apuração que as informações foram obtidas.

A comunicação no Banestes é feita por cinco setores: Assessoria de Comunicação (Ascom); Gerência de Marketing (Gemak); Gerência de Recursos Humanos (Gereh); Gerência de Canais Eletrônicos (Gecel); Gerência de Relação com Investidores e Planejamento (Gerip); Gerência de Informações Corporativas e Proteção de Dados (Geinp), Gerência de Governança de TI e Projetos (Gegop) e Ouvidoria Geral (Ouvid). O trabalho será focado especificamente naqueles que tratam a comunicação interna, sendo que o último setor não será tratado, pois exerce apenas a comunicação externa.

A comunicação interna do Banestes é produzida exclusivamente pela Ascom; Gereh; Gemak; Gerip; Gegop e Gecel, em que cada área é responsável por um conteúdo diferente de informação. O organograma do Banestes foi representado abaixo (Figura 1 – Organograma de Comunicação Interna do Banestes) para que haja melhor compreensão acerca das localizações de cada área na hierarquia da instituição, bem como a quais setores estão subordinados direta e indiretamente.

A Ascom está ligada diretamente à Presidência do Banestes (Presi) e cumpre as principais funções de comunicação interna. Dentre elas estão: envio de foguetes, que são imagens com diversos tipos de informações voltadas aos funcionários; felicitações aos aniversariantes; envio de comunicados de outros setores; produção e divulgação de matérias internas tanto para o jornal quanto para a intranet e sorteios de ingressos de eventos patrocinados pelo banco.

O setor também faz a função de mediador entre a Presi e os empregados por meio do Fale com o Presidente, canal de comunicação voltada ao público interno para demandas, críticas ou elogios que envolvam o presidente da instituição. Outro canal que também é gerido pela Ascom é o Fale Banestes, que é bem parecido com o Fale com o Presidente, mas que está ligada a demandas, críticas ou elogios para outros setores. A área tem atualmente 5 empregados, 3 lidam diretamente com a produção de comunicação interna.

A Gemak, que também está diretamente ligada à Presi, apesar de preencher mais a comunicação externa, também cumpre um papel na comunicação organizacional. As atividades da área estão ligadas a ações promocionais, portanto todo tipo de campanha que tenha a ver com produtos comerciais da empresa - financiamento, crédito consignado, seguros, plano de previdência, investimentos - orientações às agências; divulgações envolvendo desenvolvimento de novos produtos, por exemplo a criação da agência digital; produção de brindes, como camisas e bolsas de viagem. A área tem atualmente 13 empregados, 6 lidam diretamente com comunicação.

A Gereh está ligada diretamente à Diretoria de Administração (Dirad) e exerce importante função na comunicação interna. O setor faz os seguintes comunicados aos funcionários do Banestes: nota de falecimento de funcionários ou de membros da família; solicitação de doação de sangue; campanhas de votação para cargos eletivos e de vacinação; informações sobre salários e férias; divulgação de eventos, parcerias e treinamentos. A área tem atualmente 41 empregados, 18 lidam diretamente com comunicação.

A Gecel está subordinada diretamente à Diretoria de Tecnologia (Dirad) e a principal ação de comunicação organizacional que a área desempenha está relacionada aos canais eletrônicos do banco, como novidades, resolução de dúvidas recorrentes, funcionalidades e/ou problemas nos Aplicativos Banestes, Abre Contas ou Banestes Cartões. A área tem atualmente 31 empregados, 27 lidam diretamente com este tipo de comunicação.

A Gegop também está ligada à Ditec e este setor é responsável por fazer pesquisas anuais com os empregados a fim de avaliarem os serviços tecnológicos prestados pelo Banestes, como sistema de serviços bancários, automação bancária, Internet Banking e outros. A área tem atualmente 20 empregados, 3 lidam diretamente com este tipo de comunicação.

A Geinp está subordinada à Diretoria de Riscos e Controle (Diric) e o único tipo de comunicação interna que a área faz é o desenvolvimento de foguetes com informações sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) toda segunda-feira. O setor tem atualmente 8 empregados, 2 lidam diretamente com este tipo de comunicação.

Por fim, a Gerip está ligada diretamente à Diretoria de Relação com Investidores e Finanças (Dirif). A área é responsável por produzir um *clipping*¹ diário dos jornais eletrônicos InfoMoney, Exame e Valor Econômico e divulgar fatos relevantes para os funcionários do banco. O setor tem atualmente 8 empregados, 3 lidam diretamente com este tipo de comunicação.

3. BCONECTA

O Banco Estadual do Espírito Santo (Banestes), visando ultrapassar a limitação física da intranet criou o Bconecta, que consiste em um aplicativo semelhante à intranet e seu diferencial é que pode ser usado em qualquer lugar a todo momento por seus funcionários, inclusive pode ser instalado em dispositivos móveis ou consultado por meio de notebook ou computador pessoal, desde que o usuário tenha login e senha disponíveis.

O acesso ao Bconecta é bem mais restrito e possui funções diversificadas. Diferentemente da intranet, onde qualquer um que entrar com o computador do banco consegue acessar, o aplicativo é acessado somente pelos funcionários, concursados e contratados, e alguns estagiários, como da Gerência de Recursos Humanos (Gereh) ou de áreas de tecnologia, em que ambos precisam inserir conteúdo.

Apesar de ser uma ferramenta que, na teoria, é positiva, completa, e considerada acessível a todos os funcionários, não é isso que é observado no dia-a-dia. O Bconecta é utilizado pouco ou nada pelos funcionários e parte desse problema se deve ao fato de o aplicativo não estar disponível para todas as lojas digitais de smartphones, além de faltar incentivos de acesso.

Antes de implantar qualquer ferramenta em uma organização é essencial construir um planejamento estratégico. Para isso, é imprescindível passar por cinco fases: Pesquisa e

¹ De acordo com Duarte (2018), o *clipping* é uma forma de monitorar rotineiramente os veículos de comunicação a fim de identificar menções sobre a determinada organização. O objetivo é buscar temas pré-determinados, organizar, analisar e encaminhar aos interessados. Este material servirá para acompanhar, registrar atividades, definir estratégias, nivelar o ambiente interno, planejar e avaliar as ações da organização.

Diagnóstico; Análise e Interpretação; Planejamento; Execução e Mensuração de Resultados (TAVARES, 2009). Cada etapa conceituada a partir de agora será intercalada pela apresentação da pesquisa sobre a implantação do Bconecta, que é foco deste estudo².

Para entender a fase de Pesquisa e Diagnóstico na criação do Bconecta, é preciso compreender o Programa Crescemos Juntos, criado em setembro de 2018 e que tinha como objetivo reposicionar a marca Banestes perante os funcionários e clientes. Para isso, pesquisas foram realizadas para ambos os públicos e, a partir daí, foram criadas diversas ações e uma delas foi a idealização e produção do aplicativo de comunicação interna.

Concluída a primeira fase, é hora de analisar e interpretar todas as informações obtidas. Lorenzetti; Ribeiro e Lorenzetti (2018) utilizam a tabela SWOT – sigla inglesa para Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Thearts*) – a fim de desenvolver os dados encontrados.

A terceira fase consiste na construção do plano de comunicação. Definir quais serão as mensagens-chave, em quais veículos a campanha de comunicação interna irá circular, quem serão os porta-vozes e prepará-los para transmitir de forma correta a mensagem que se deseja. Além disso, também é importante estabelecer táticas e ações que serão realizadas, determinar as etapas das atividades e, por fim, indicar como acontecerá a mensuração de resultados (LORENZETTI; RIBEIRO E LORENZETTI, 2018).

No caso do Banestes, a partir da análise dos dados extraídos por meio de entrevistas com os funcionários, percebeu-se a importância de mudança cultural. Por isso, o Bconecta surge com o objetivo de melhorar a comunicação, interagir diretamente com o público interno e agilizar processos envolvendo o setor de recursos humanos, sempre enfatizando a comodidade de ter o conteúdo inteiro disponível na palma da mão (BANESTES NOTÍCIAS, 2018).

Duarte (2010) diz que a quarta etapa tem o objetivo de estabelecer cronogramas de atividades especiais que possam ajudar na propagação das mensagens-chave na empresa. Além disso, esse é

² As informações relativas à implantação do Bconecta, que passam a ser apresentadas a partir de agora, foram obtidas pela autora em entrevistas com a Bárbara Meirelles Intra, coordenadora de Desenvolvimento da Gerência de Recursos Humanos (Gereh), em 25 ago. 2020, e também com o Ronaldo César Padilha Leite, técnico bancário II da Gereh, em 24 ago. 2020 e 22 set. 2020, além de informações adicionais conseguidas através de jornais e matérias produzidas internamente do ano de 2018.

o momento para estipular os critérios e a forma com que vai se construir a mensuração de resultados.

No Bconecta, esta etapa aconteceu por meio de campanhas de divulgação para o incentivo ao uso do aplicativo por parte dos funcionários. Isso se resumiu a palestras presenciais, matérias escritas para o jornal interno e intranet, banner na aba principal da intranet e envio de foguetes. Além disso, houve um intenso reforço do Programa Crescemos Juntos a fim de fixar a relevância do funcionário para o bom funcionamento do banco.

A mensuração de resultados é a última etapa do processo e é o momento de descobrir a eficácia do planejamento estratégico. Duarte (2010) explica que é preciso ter periodicidade na avaliação dos resultados, prezando por prazos mensais, e com o objetivo de sempre verificar os aspectos positivos e negativos da comunicação.

Sobre a mensuração de resultados, durante o primeiro mês de uso do Bconecta, os dados obtidos revelaram que houve 1.089 downloads no Google Play, loja de aplicativo do sistema Android; 54.204 números de visualizações, tanto via dispositivo móvel, quanto em computadores; 10.748 usuários fizeram login, mas 4.733 usuários realizaram uma única sessão. Os dias mais acessados eram terça-feira, com 15.056 acessos; quarta-feira, com 14.833 acessos; e quinta-feira, com 14.215 acessos.

Segundo a Gerência de Recursos Humanos (Gereh), os dados obtidos durante o primeiro mês de uso do aplicativo correspondeu à expectativa do setor para o lançamento, porém não foram encontrados os números exatos da meta pretendida.

4. METODOLOGIA

O objetivo da pesquisa foi analisar a implantação da ferramenta Bconecta como meio de comunicação interna do Banestes com seus funcionários. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo com os funcionários do banco, buscando entender qual a relação com o aplicativo atualmente e propor soluções para as falhas comunicacionais do aplicativo.

A coleta de dados deste artigo teve natureza bibliográfica, já que os dados foram obtidos através de textos, livros, artigos, anais e impressos (GIL, 2019). Lakatos e Marconi (2019) complementam

o conceito da pesquisa bibliográfica como sendo originadas de fontes secundárias, cujo propósito é de que o autor escreva com base em outros materiais já produzidos, aborde novo enfoque e chegue a conclusões inovadoras.

A pesquisa documental esteve presente através de documentos, que são consideradas todas as informações organizadas, comunicadas e registradas, independente dos meios em que são ditas (oral, escrita, visual ou gestual) e gravadas em materiais permanentes. Apesar da semelhança com a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental se utiliza de fontes primárias, em que os materiais utilizados no estudo ainda não foram analisados por terceiros (GONSALVES, 2001).

Para maior aproximação com o objeto de pesquisa, foi necessário utilizar as naturezas de dados quantitativos e qualitativos. Enquanto o método quantitativo é utilizado como uma medida objetiva, em que se constrói por meio da estatística; a pesquisa qualitativa se preocupa com a interpretação do fenômeno, em que se usa a abordagem hermenêutica (GONSALVES, 2001).

A pesquisa de campo cumpriu o papel de obter as fontes de informação, já que se preocupa em analisar fatos e acontecimentos preestabelecidos, extrair dados destes eventos, além de registrar inconsistências pertinentes à pesquisa. Dentro da pesquisa de campo, o trabalho foi subdividido em tipo de pesquisa exploratório (LAKATOS; MARCONI, 2019).

Segundo Lakatos e Marconi (2019), a pesquisa exploratória visa investigar e formular questões ou problemas. Dentro dos objetivos deste tipo de pesquisa está o estudo exploratório-descritivo combinado, que consiste no estudo de caso em que há utilização de observação empírica e teórica. As informações são obtidas por meio da observação e prioriza-se a amostragem flexível.

Neste artigo, o tipo de pesquisa feito foi um estudo de caso, pois houve análise de um caso apenas. Gonsalves (2001) explica que, com o objetivo de contribuir para o problema examinado, o estudo de caso observa detalhadamente a experiência e propõe mudanças.

5. ANÁLISE DO APLICATIVO BCONECTA

O Bconecta, criado pela presidência do Banestes em conjunto com as diretorias gerais e a Gerência de Recursos Humanos (Gereh), tinha como objetivo central extinguir barreiras de comunicação entre os funcionários e a administração, além de agilizar processos burocráticos

(BANESTES NOTÍCIAS, 2018).

O projeto original do aplicativo já sofreu diversas alterações, como retirada e inclusão de funcionalidades. Por exemplo, no início do cronograma de postagens, havia o espaço chamado “Sugira uma Matéria”, que foi pensado para o funcionário sugerir um assunto de interesse, que iria direto para a caixa de e-mail da Comunicação Interna. Tendo recebido o e-mail, a Assessoria de Comunicação (Ascom) produziria a matéria e postaria tanto na intranet quanto no Bconecta.

Inicialmente, a Gerência de Relação com Investidores e Planejamento (Gerip) iria acrescentar os *clippings* InfoMoney, Exame e Valor Econômico, mas a ideia não foi para frente. Bem como a funcionalidade de “Banestes na Mídia”, que seria a inclusão de uma seção para postagens de *releases*³ feitas pela Ascom que saíram na mídia.

Com o desenvolvimento do aplicativo, também surgiram novas funções, como um espaço para o Baneslab, que é o Laboratório de Inovação do Banestes (Baneslab), mas que recentemente passou por uma reestruturação e o nome foi extinto, dando lugar à Gerência de Criação (Gcria). Apesar disto, a seção continua presente no Bconecta e lá é possível encontrar pautas sobre inovação cultural.

Na busca por resultados representativos para esta pesquisa, partiu-se para a realização de uma pesquisa de campo com os funcionários do Banestes, buscando entender a relação com a ferramenta, considerando, além dos dados gerais dos funcionários participantes da pesquisa, se eles conhecem a ferramenta, se utilizam e com qual frequência, qual o dispositivo usado para acesso, e com qual funcionalidade mais acessam e quais as menos preferidas.

Para que haja melhor compreensão sobre a pesquisa, as funcionalidades listadas encontram-se na página inicial do Bconecta. São elas: Trilha Teletrabalho; Plataformas e Eventos Externos; Treinamentos e Eventos Internos; Gestão de Desempenho; Perguntas Frequentes; Formulários.

Já no menu, além de encontrar as funcionalidades já listadas, é possível encontrar também as seguintes opções: Trilha De Responsabilidade Socioambiental; Multiplicadores; Prevenção à Corrupção; Baneslab; Parcerias; Atestado Médico; Classificados; Pesquisa Satisfação RH; Feliz

³ Duarte (2018) classifica os *releases* como sendo matérias feitas por assessores de imprensa, cujo objetivo é promover a organização de forma gratuita.

da Vida; Notícias.

Para atingir o maior número de respostas, foram contactados por telefone os gerentes de agências de todo o Estado e também do setor administrativo da Direção Geral. O questionário, feito no Google Docs, foi enviado por link via *WhatsApp*. Ao todo, o Banestes tem 2.145 funcionários, obtivemos a resposta de 34 pessoas, sendo a maior parte da adesão registrada do setor administrativo.

Das 34 pessoas ouvidas na pesquisa, 27 estavam lotadas em setores administrativos do banco, enquanto 7 trabalhavam em agências. A faixa etária predominante, contando com 14 participantes, tinham idades entre 20 e 35 anos; 11 pessoas tinham entre 36 e 45 anos; 5 pessoas tinham de 56 a 65 anos; e 4 pessoas tinham entre 46 e 55 anos. Fica evidente que as pessoas que mais interagem na pesquisa online são aquelas com idade entre 20 a 45 anos, pode-se considerar que são as que mais estão habituadas com o universo digital.

O gênero predominante na pesquisa foi o masculino, com 22 respostas, e 12 participantes do sexo feminino. Todos os entrevistados conheciam a ferramenta de comunicação interna do Banestes, Bconecta. Para qualificar qual o entendimento dos funcionários sobre a ferramenta, optou-se por uma pergunta aberta: O que é o Bconecta? (APÊNDICE A - O que é o Bconecta). Prevaleceu entre as respostas que o Bconecta é uma ferramenta de comunicação interna e que é gerenciada pela Gerência de Recursos Humanos (Gereh). Alguns participantes até listaram funcionalidades, como a aba de Eventos, Treinamentos, Notícias e Parcerias.

Dos 34 participantes, 23 afirmaram que utilizam o Bconecta e 11 responderam que não fazem uso da ferramenta. A resposta predominante para o questionamento da frequência na utilização do aplicativo foi a opção “raramente”, com 14 respostas; seguido pela opção de “uma vez por semana”, com 8 participantes; 7 pessoas utilizam uma vez por mês; 4 usam todos os dias; 1 pessoa respondeu que nunca utilizou. Portanto, é razoável dizer que os funcionários, em sua maioria, não utilizam a ferramenta, e, se a utilizam, ocorre de forma rara.

A maior parte dos funcionários acessam o Bconecta pelo computador de trabalho, 22 pessoas no total; 8 participantes utilizam pelo celular; 4 funcionários acessam por computadores pessoais. Também foi feita uma pesquisa com base na qualificação das funcionalidades por parte dos

funcionários do Banestes, que deram notas de 1 a 5. O número 1 representava a opção nunca usei; o 2, raramente; o 3, eventualmente; o 4, costumeiramente; o 5, sempre.

Foi pedido que os participantes classificassem a funcionalidade “Treinamentos e Eventos Internos” e 10 funcionários escolheram a opção 2, que representa o uso raro; seguido da opção 3, em que foi considerada a utilização de forma pontual por 9 pessoas; as opções 4 e 5 empataram com 6 votos cada; por último, temos a classificação 1, com 3 participantes afirmando que nunca usaram esta funcionalidade.

A funcionalidade de “Plataformas e Eventos Externos” foi classificada como 1 pela maioria, com 10 respostas de funcionários afirmando que nunca utilizaram este recurso; 8 pessoas disseram que raramente acessam; as opções 3 e 4 empataram, com 5 votos cada; 6 pessoas falaram que utilizam sempre.

A funcionalidade “Trilha Teletrabalho” consiste em uma seção exclusiva para esclarecer o trabalho remoto, muito comum este ano devido à pandemia do novo coronavírus. Ao clicar na funcionalidade, o funcionário encontra módulos que ensinam como deverá ser a rotina no home office. Além de textos, há vídeos para explicar cada módulo. Na pesquisa de campo, a funcionalidade nunca foi utilizada por 15 funcionários; 5 pessoas utilizaram raramente; 4 usaram às vezes; 3 participantes utilizaram costumeiramente; 7 afirmaram que sempre usaram.

A funcionalidade “Trilha De Responsabilidade Socioambiental”, assim como a Trilha Teletrabalho, possui módulos que orientam o funcionário a preservar o meio ambiente e ter um consumo consciente. A seção também conta com um questionário para testar os conhecimentos adquiridos e é possível adquirir uma declaração de participação. O resultado da pesquisa revelou que esta funcionalidade nunca foi utilizada por 16 funcionários; 3 utilizaram raramente; 7, às vezes; 1, costumeiramente; 5 usavam sempre.

A seção “Multiplicadores” apresenta conteúdos criados pelos próprios funcionários em treinamentos e eventos. Os materiais são compartilhados em subseções nos formatos de vídeos, áudios, artigos e apresentações. Apesar de não terem sido atualizados recentemente, todas as subseções contam com algum tipo de postagem. A funcionalidade nunca foi utilizada por 19 funcionários; 2 utilizaram raramente; 7, às vezes; 2, costumeiramente; 4 usam sempre.

A “Prevenção à Corrupção” é um setor do Bconecta destinado a esclarecer Política de Prevenção e Combate à Corrupção do Banestes e segue o mesmo esquema da Trilha De Responsabilidade Socioambiental, em que há questionário e declaração de participação. Além disso, há um jogo de integridade, um case e o regulamento destes dois últimos itens. Ela nunca foi utilizada por 10 funcionários; 7 utilizaram raramente; 8, às vezes; 3, costumeiramente; 6 usam sempre.

A funcionalidade “Baneslab” é um espaço exclusivo para o Laboratório de Inovação do Banestes (Baneslab), onde é possível encontrar pautas sobre inovação cultural. Apesar de ainda ocupar um espaço no menu do Bconecta, o setor passou recentemente por uma reestruturação e o nome foi extinto, dando lugar à Gerência de Criação (Gcria). Esta seção nunca foi utilizada por 21 funcionários; 6 utilizaram raramente; 3, às vezes; 4 usam sempre.

A funcionalidade “Parcerias” lista quais empresas são parceiras do banco e quais os benefícios oferecidos aos empregados. Ela nunca foi utilizada por 22 funcionários; 2 utilizaram raramente; 3, às vezes; 2, costumeiramente; 5 usam sempre.

A funcionalidade “Atestado Médico”, que serve para enviar imediatamente afastamentos médicos à Gereh, nunca foi utilizada por 17 funcionários; 3 utilizaram raramente; 6, às vezes; 3, costumeiramente; 5 usam sempre.

A funcionalidade “Classificados”, onde é possível encontrar vendas de automóveis e artigos esportivos e alugueis de residências pelos próprios funcionários, nunca foi utilizada por 28 funcionários; 2 utilizaram raramente; 2, às vezes; 2 usam sempre.

A funcionalidade “Gestão de Desempenho” é voltada para a orientação de funcionários na aplicação do processo de gestão do desempenho individual, em que o gestor da área em questão avalia o desenvolvimento pessoal dos subordinados. O processo acontece anualmente e visa fortalecer a cultura organizacional do banco. Nesta seção, encontra-se o Manual de Gestão de Desempenho por Competências (GDC); informações sobre o lançamento da GDC; incluir ou alterar a foto no sistema GDC; tutoriais de avaliação por competências e autoavaliação; plano de desenvolvimento individual; agendas de plantões de atendimento GDC. Esta seção nunca foi utilizada por 5 funcionários; 6 utilizaram raramente; 5, às vezes; 8, costumeiramente; 10 usam sempre.

A funcionalidade “Pesquisa Satisfação RH”, que serve para avaliar o trabalho da Gereh, nunca foi utilizada por 14 funcionários; 4 utilizaram raramente; 9, às vezes; 3, costumeiramente; 4 usam sempre.

A funcionalidade “Perguntas Frequentes”, que tem como objetivo esclarecer principais dúvidas de funcionários sobre processos administrativos internos, nunca foi utilizada por 17 funcionários; 5 utilizaram raramente; 4, às vezes; 5, costumeiramente; 3 usam sempre.

A funcionalidade “Feliz da Vida” é um espaço destinado a compartilhar fotos de funcionários nos setores, agências ou em eventos do Banestes. As fotos são, na maioria das vezes, informais, acompanhadas de descrições curtas sobre o que é o evento e quem está presente. De acordo com a pesquisa feita, a seção nunca foi utilizada por 24 funcionários; 6 utilizaram raramente; 3, às vezes; 1 usam sempre.

Por fim, a funcionalidade “Notícias” nunca foi utilizada por 9 funcionários; 8 utilizaram raramente; 7, às vezes; 4, costumeiramente; 6 usam sempre.

Sobre as funcionalidades, as mais utilizadas foram: Gestão de Desempenho; Treinamentos e Eventos Internos; Plataformas e Eventos Externos. Já as mais rejeitadas foram: Classificados; Feliz da Vida; Baneslab. As que tiveram resultado mediano foram: Pesquisa Satisfação RH; Formulários; Prevenção e Combate à Corrupção.

Como já dito anteriormente, a seção “Baneslab” será removida nos próximos meses, já que o antigo setor foi extinto para dar lugar à Gcria. Em relação aos Classificados e Feliz da Vida, é razoável dizer que, se ambas as seções fossem excluídas, não haveria prejuízo no acesso ao Bconecta, já que mais de 88% dos entrevistados disseram que nunca usaram ou utilizaram raramente estas duas funcionalidades.

As funcionalidades Gestão de Desempenho; Treinamentos e Eventos Internos; Plataformas e Eventos Externos, consideradas as mais visitadas pelos participantes da pesquisa, tiveram um resultado ainda pouco expressivo: 52,9%; 35,2% e 32,3%, respectivamente. Com isso, é possível concluir que, mesmo as seções mais visitadas, recebem pouca atenção dos funcionários.

Já as seções Pesquisa Satisfação RH e Prevenção e Combate à Corrupção, consideradas com

resultado mediano, se somadas as respostas neutras e positivas, o número é menor do que o índice de rejeição. A primeira funcionalidade costuma ser acessada por 47,1% dos entrevistados, enquanto a segunda é utilizada apenas por 49,9%. O melhor cenário foi para a funcionalidade “Formulários”, que recebeu 55,9% de respostas positivas e 44,1% de negativas.

Para entender melhor a satisfação dos funcionários com relação ao aplicativo, optou-se pela aplicação de duas perguntas abertas na sequência da avaliação das funcionalidades. A saber os pontos positivos (APÊNDICE B - O que você gosta no Bconecta?) e negativos (APÊNDICE C - O que você não gosta no Bconecta?) considerados pelos entrevistados.

A partir das interações positivas sobre a ferramenta, é possível perceber que os funcionários prezam pela integração da comunicação, facilidade em acessar os conteúdos disponíveis e a possibilidade de consultar informações de casa. Já em relação às reclamações mais recorrentes, foram destaques: lentidão do sistema; limitação de funcionalidades; *layout* confuso; conteúdo pouco atrativo; dificuldade no acesso.

Ao reunir todos os dados extraídos da pesquisa, é razoável concluir que, apesar de já ter sido utilizado pela maioria dos funcionários, o aplicativo ainda possui pouca visibilidade no Banestes. Além disso, mesmo que seja possível usar a ferramenta fora do banco, a maioria dos entrevistados acessam pelo computador corporativo.

Levando em conta os resultados acima apresentados junto com as respostas escritas pelos funcionários, é admissível inferir que o Bconecta só é utilizado em último caso, quando se está impossibilitado de acessar a intranet. Isso se dá principalmente porque o sistema é lento e o aplicativo não está disponível em todas as plataformas digitais.

É importante que os administradores da ferramenta revejam o *layout*, considerado confuso e feio por muitos participantes, e os conteúdos disponibilizados, já que tudo que se encontra no Bconecta também é disponibilizado na intranet. Além disso, se retiradas seções que são poucas ou nada acessadas, é viável atualizá-las com funcionalidades mais importantes para o funcionário. Por exemplo, acesso ao contracheque e cursos online que sejam atrativos e que tenham ligação com o banco, como sobre investir, poupar, criar planilhas financeiras, e outros.

CONCLUSÃO

Após análise detalhada sobre as funcionalidades do Bconecta, é crível concluir que o aplicativo não cumpre a função que foi prometida na época de lançamento, já que é pouco acessada pelos funcionários. A evolução do que seria a intranet na palma da mão também não aconteceu, pois não está disponível em todas as lojas de aplicativo, o sistema é considerado lento e a maior parte dos acessos parte do próprio computador corporativo.

Além disso, há uma repetição de assuntos desnecessários na ferramenta, em razão de que tudo já é disponibilizado na intranet. Uma solução para este problema é selecionar conteúdos que tenham relevância apenas para o ambiente interno e disponibilizá-lo na intranet e os demais materiais migrem para o Bconecta. Por exemplo, comunicados urgentes devem ser expostos na página da intranet, em contrapartida notícias factuais podem ser facilmente deslocadas apenas para o aplicativo.

Para que haja maior adesão por parte do público interno, é essencial atualizar o *layout* e deixar em destaque as ferramentas mais utilizadas. Investir em criação de conteúdo que dialogue com o dia-a-dia dos funcionários também é um ponto a ser levado em consideração.

Atualmente não há uma equipe específica para cuidar exclusivamente do aplicativo. É indicado que tenha uma equipe multidisciplinar, com jornalistas, publicitários e designers, para gerir e manter a ferramenta. Somente assim o funcionário passará a enxergar de forma positiva o Bconecta.

Por fim, ficou evidente a necessidade de se pensar que deve ser contínua a ativação dos funcionários para considerar o Bconecta como um novo veículo como referência do processo de interação comunicacional com o banco.

REFERÊNCIAS

BANESTES NOTÍCIAS. Especial: Crescemos Juntos. **Banestes Notícias**, Vitória, ano 11, n. 122, p. 2-3, setembro 2018.

CARDOSO, Cláudio Guimarães. **Novas formas de comunicação organizacional na sociedade da informação**. In KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Volume I. São Paulo: Saraiva, 2009.

CORRÊA, Elizabeth Saad. **Comunicação digital e novas mídias institucionais**. In KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Volume I. São Paulo: Saraiva, 2009.

DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2019.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre Iniciação à Pesquisa Científica**. São Paulo: Alínea, 2001.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Volume I. São Paulo: Saraiva, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2019.

LORENZETTI, André; RIBEIRO, Eduardo; LORENZETTI, Gisele. **Planejamento estratégico em relacionamento com a imprensa e outras mídias**. In DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

TAVARES, Maurício. **Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

TORQUATO, Francisco. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

APÊNDICES

(APÊNDICE A - O que é o Bconecta)

É um portal de comunicação interno.

O Bconecta é um portal de comunicação que oferece mobilidade e praticidade para os colaboradores Banestes por meio de um aplicativo que possibilita o compartilhamento de informações.

Uma tentativa do setor de RH sobrepor as limitações da intranet para se comunicar com os empregados do Banco.

Um site para informar os funcionários

Interface de comunicação multiplataforma usada pelo GEREH

Um canal de comunicação da Gereh

Aplicativo de comunicação com informações sobre a vida funcional do colaborador do banco, que engloba assuntos como benefícios, relações humanas e treinamento e desenvolvimento, dentre outros assuntos.

Site voltado para divulgação de material da Gerência de Recursos Humanos

Um site para passar informações, treinamentos, etc para os funcionários do SFB

App disponibilizado pela Gereh para facilitar a comunicação com os profissionais do banco

Jornal interno on line

Um aplicativo orgazacional que tem objetivo de alinhar, padronizar e disseminar informação

Um aplicativo de comunicação entre o RH e os Banestianos.

É um canal de comunicação web intranet

Plataforma para os funcionários do sfb

Aplicativo da Gereh que nos conecta a cursos, treinamentos e todo ambiente de recursos humanos.

Uma plataforma para comunicação entre Gereh e os colaboradores.

Site voltado para os colaboradores do Banestes, com assuntos de interesse interno como treinamentos e parcerias.

Aplicativo de comunicação interna

App/canal de comunicação do RH do banco

Uma plataforma de comunicação com o gereh

App de apoio ao RH

Sistema de informações de eventos e treinamentos do Banestes

Canal de comunicação com diversas funcionalidades.

Canal de comunicação do RH com os funcionários.

Ambiente online para divulgação de informações para os empregados do SFB. Treinamentos e instruções.

APÊNDICE B - O que você gosta no Bconecta?

O que você gosta no Bconecta?

34 respostas

Não sei responder

A possibilidade de consultar respostas a perguntas frequentes e fazer inscrição em treinamentos

Tudo

Todas informações em um lugar só.

Sim!!!

Da iniciativa, do movimento de tentar melhorar o acesso ao RH pelos funcionários.

Praticidade para localizar as informações

Sim

.

Facilidade e agilidade da informação.

Mobilidade

É uma ótima iniciativa para que os funcionários tenham tenham informações da empresa mesmo fora da rede do banco.

Estar disponível no celular

Apresentacao

Nada. Prefiro acessar os comunicados na intranet.

Sim, acho muito útil como instrumento de comunicação e treinamentos.

Centralização

A forma de simples acesso é um certo conteúdo .

A disponibilidade de cursos e treinamentos ao nosso alcance.

Gosto da facilidade de acesso as notícias e comunicados.

Reunir conteúdo de interesse em único local e possibilidade de acessar de casa.

Indiferente

Centralização e facilitação de acesso aos assuntos/iniciativas pertinentes ao RH

Não acho prático, nunca consegui alterar a minha senha e por tal motivo só utilizo em última opção.

Fácil acesso às informações

A praticidade

Não acesso essa plataforma

Uma oportunidade de comunicação mais facilitada com os funcionários.

A possibilidade de acessar fora do banco

APÊNDICE C - O que você não gosta no Bconecta?

O que você NÃO gosta do Bconecta?

34 respostas

Nada

Não sei responder

Ter que baixar um App para esta funcionalidade e o fato de ser muito lento

Não há!

tudo perfeito!

A ferramenta escolhida apresenta diversas limitações, exigindo muita paciência para conseguir executar qualquer tarefa ou acessar qualquer conteúdo na plataforma.

Não gosto que o Bconecta não é integrado com o IDM e é mais uma senha para que eu me lembre

Não acessa pelo iphone. Login difícil, as vezes não funciona.

Gosto de tudo

Não possui aplicativo para iOS. Além disso, o sistema é lento. Fora que não há uma padronização de títulos, mistura tamanhos de fontes e de famílias de fontes diferentes. O visual é horrível, nada atrativo.

O site é lento e não me sinto atraída a buscar o Bconecta de forma passiva. Só entro no site quando sou provocada. Uma sugestão seria inserir conteúdos mais atrativos aos funcionários. Como cursos de interesse dos funcionários (ex.: cursos sobre como investir entre outros)

Não sei pontuar

Intranet era mais simples

Sempre dá um certo trabalho pra usar e não vejo nada interessante nele.

Sugestão: Poderia ter mais treinamentos online.

Nada a reclamar

Falta de alguns conteúdos , falta de funcionalidades simples, deveria ter o portal eh integrado.

Classificados

Faltam algumas funcionalidades como acesso ao contracheque. Quando há links internos não é possível abrir no aplicativo.

Dificuldade em localizar algumas informações. O menu não é muito claro.

Sempre esqueço a senha.

Sem comentário.

Não consigo acessar

-

Pouco didático

Não acesso essa plataforma

Funcionalidades muito limitadas. Como por exemplo cadastramos nossos certificados, mas não conseguimos consultar depois quais já cadastramos.

As vezes fico perdido para achar conteúdos