



FACULDADE DE GOIANA – FAG
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FELIPE ANTONIO DA SILVA

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS CORPORATIVAS NA CULTURA
ORGANIZACIONAL**

GOIANA-PE

2024

FELIPE ANTONIO DA SILVA

O IMPACTO DAS REDES CORPORATIVAS NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, da Faculdade de Goiana - FAG, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Otoniel Miranda do Nascimento Filho.

GOIANA-PE

2024

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da FAG – Faculdade de Goiana, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

S586i Silva, Felipe Antonio da

O impacto das redes corporativas na cultura organizacional. / Felipe Antonio da Silva. – Goiana, 2024.

34f. il.:

Orientador: Prof. Esp. Otoniel Miranda do Nascimento Filho.

Monografia (Curso de Graduação em Administração) Faculdade de Goiana.

1. Redes corporativas. 2. Comunicação interna. 3. Comunicação e cultura organizacional. 4. Tecnologias e redes corporativas. I. Título.

BC/FAG

CDU: 658.011.8

FELIPE ANTONIO DA SILVA

O IMPACTO DAS REDES CORPORATIVAS NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Artigo científico apresentado ao Curso de Administração, da Faculdade de Goiana - FAG, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Administração.

Goiana, _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Otoniel Miranda do Nascimento Filho (orientador)
Faculdade de Goiana - FAG

Prof. Me. Anderson Moura (examinador)
Faculdade de Goiana - FAG

Prof. Me. Natália Machado (examinador)
Faculdade de Goiana – FAG

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e à Virgem Maria, que me sustentaram e mantiveram de pé durante toda essa jornada, concedendo força e serenidade nos momentos mais desafiadores.

À minha esposa e ao meu filho, que são minha maior motivação para lutar e perseverar todos os dias. Vocês são a razão do meu esforço e a inspiração para buscar sempre o melhor.

À minha mãe, meu maior exemplo de força e dedicação, que nunca deixou de acreditar em mim e sonhar com este momento em minha vida. Esta conquista também é sua, e sou eternamente grato por tudo que você representa.

Ao meu orientador, professor Otoniel Miranda do Nascimento Filho, pela orientação criteriosa, paciência e valiosas contribuições, que foram essenciais para a realização deste trabalho.

À Faculdade de Goiana (FAG), pela estrutura, pelos recursos e pela formação oferecida ao longo de minha trajetória acadêmica, que possibilitaram o desenvolvimento deste estudo.

A Jordana bibliotecária da FAG por toda instrução e ajuda prestada.

Aos colegas, amigos e familiares, que sempre me apoiaram, participaram de discussões enriquecedoras e me ajudaram a superar os desafios ao longo do curso. Vocês desempenharam um papel fundamental em cada etapa desta caminhada.

Às pessoas que gentilmente contribuíram com esta pesquisa, dedicando tempo para responder aos questionários e compartilhar suas percepções, minha sincera gratidão. Suas respostas foram essenciais para o desenvolvimento deste estudo.

Por fim, dedico minha gratidão a todos que, de alguma forma, estiveram ao meu lado durante essa jornada. A vitória aqui alcançada é compartilhada com todos vocês.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Distribuição dos participantes por setor (público e privado)	14
Gráfico 2 – Distribuição dos Respondentes por Função na Empresa.....	15
Gráfico 3 – Tempo de Ocupação da Função pelos Respondentes.....	16
Gráfico 4 – Redes corporativas mais utilizadas nas empresas.....	17
Gráfico 5 – Frequência de uso das redes corporativas para comunicação interna.....	18
Gráfico 6 – Avaliação da Eficiência das Redes Corporativas na Comunicação Interna.....	19
Gráfico 7 – Mudanças Percebidas na Cultura Organizacional com o Uso de Redes Corporativas.....	20
Gráfico 8 – Percepção sobre a Influência das Redes Corporativas no Comportamento e Engajamento.....	21
Gráfico 9 – Percepção sobre o Impacto das Redes Corporativas na Liderança e Tomada de Decisões.....	22
Gráfico 10 – Percepção sobre a Melhoria no Relacionamento entre Gestores e Colaboradores com o Uso de Redes Corporativas.....	23
Gráfico 11 – Percepção sobre a Contribuição das Redes Corporativas para o Desenvolvimento de Talentos.....	24
Gráfico 12 – Maiores Desafios na Utilização das Redes Corporativas.....	25
Gráfico 13 – Percepção sobre Efeitos Negativos das Redes Corporativas na Cultura Organizacional.....	26
Gráfico 14 – Percepção sobre a Facilidade de Transparência e Compartilhamento de Informações nas Redes Corporativas.....	27
Gráfico 15 – Expectativa para o Futuro das Redes Corporativas na Comunicação e Gestão.....	28
Gráfico 16 – Percepção sobre a Influência Futura das Redes Corporativas na Cultura Organizacional.....	29

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	11
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	13
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS	34

O IMPACTO DAS REDES CORPORATIVAS NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Felipe Antonio da Silva¹

Otoniel Miranda do Nascimento Filho²

RESUMO

Este trabalho aborda o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, com foco em como essas plataformas influenciam a comunicação interna, o engajamento dos colaboradores e os processos de liderança e gestão. Trata-se de um artigo descritivo e exploratório, com abordagem quantitativa e qualitativa, fundamentado em uma pesquisa bibliográfica e em dados coletados por meio de questionários online aplicados a gestores e colaboradores de empresas públicas e privadas. A análise revelou que as redes corporativas, amplamente utilizadas de forma diária, promovem maior transparência, eficiência na comunicação e integração entre equipes, corroborando com autores como Schein e Schein (2022) e Dalpicolo e Terra (2023). Contudo, desafios como excesso de informações, falta de treinamento e exposição de dados sensíveis foram destacados pelos respondentes, indicando a necessidade de estratégias mais robustas para sua implementação. O estudo conclui que as redes corporativas têm um papel essencial na transformação da cultura organizacional, mas seu impacto depende de uma gestão cuidadosa e alinhada aos objetivos estratégicos da empresa. Sugere-se para futuras pesquisas a exploração de setores específicos e a análise de tecnologias emergentes que possam complementar o uso dessas ferramentas no ambiente corporativo.

Palavras-chave: Redes corporativas; comunicação interna; comunicação e cultura organizacional; tecnologias e redes corporativas.

ABSTRACT

This study addresses the impact of corporate networks on organizational culture, focusing on how these platforms influence internal communication, employee engagement, and leadership and management processes. It is a descriptive and exploratory article with a quantitative and qualitative approach, based on bibliographic research and data collected through online questionnaires applied to managers and employees from public and private companies. The analysis revealed that corporate networks, widely used daily, promote greater transparency, communication efficiency, and team integration, corroborating authors such as Schein e Schein (2022) and Dalpicolo and Terra (2023). However, challenges such as information overload, lack of training, and exposure of sensitive data were highlighted by respondents, indicating the need for more robust implementation strategies. The study concludes that corporate networks play an essential role in transforming organizational culture, but their impact depends on careful management aligned with the company's strategic objectives. Future research is suggested to explore specific sectors and analyze emerging technologies that may complement the use of these tools in the corporate environment.

¹ Graduando do curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana – FAG. Email: felipeasilva033@gmail.com

² Professor do curso de graduação em Administração da Faculdade de Goiana – FAG. Email: otonielmnfilho@gmail.com

Keywords: Corporate networks; internal communication; communication and organizational culture; technologies and corporate networks.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um elemento central na vida humana, sendo vital para o estabelecimento de relações sociais e para a construção de culturas e sociedades. Historicamente, a comunicação evoluiu desde formas rudimentares, como sinais e símbolos, até sistemas complexos, como a linguagem escrita e as redes digitais contemporâneas. No contexto organizacional, a comunicação tem sido estudada amplamente devido ao seu impacto direto na eficiência, na coesão e na cultura das empresas. Ao longo das décadas, a maneira como as organizações comunicam internamente mudou drasticamente, influenciada por avanços tecnológicos e por novas abordagens de gestão. Segundo Schein e Schein (2022), a comunicação dentro das organizações não é apenas um meio de transmitir informações, mas também um veículo para a propagação de valores e normas culturais que definem a identidade organizacional.

Com o advento das tecnologias digitais, a comunicação organizacional passou por uma transformação significativa. As redes sociais corporativas, como o Slack e o Workplace, surgiram como ferramentas poderosas para facilitar a comunicação interna, permitindo a interação em tempo real e a colaboração entre equipes dispersas geograficamente. Dalpico e Terra (2023) destacam que essas plataformas têm redefinido a maneira como as empresas gerenciam a comunicação interna, contribuindo para a criação de uma cultura organizacional mais integrada e alinhada com as novas demandas do ambiente de trabalho.

A história da comunicação organizacional mostra que, desde o século XX, com o desenvolvimento das teorias de gestão científica, os fluxos de comunicação nas empresas eram formalizados e hierarquizados. Contudo, a necessidade de um ambiente mais colaborativo e menos rígido levou ao surgimento de modelos de comunicação mais horizontais, impulsionados pelo reconhecimento de que uma comunicação eficaz pode melhorar o desempenho organizacional e fortalecer a cultura interna. Conforme Costa-Sánchez, Túñez-López e Míguez-González (2022) afirmam, a gestão da comunicação corporativa atualmente requer a integração das tecnologias disponíveis com as práticas tradicionais de gestão para assegurar que a mensagem organizacional seja disseminada de forma eficaz em todos os níveis hierárquicos.

As redes sociais corporativas não apenas facilitam a comunicação, mas também desempenham um papel crucial na gestão de pessoas, promovendo um ambiente de trabalho mais dinâmico e colaborativo. Fortini (2023) argumenta que essas plataformas são fundamentais na educação corporativa, permitindo a disseminação rápida de informações e a formação contínua dos colaboradores, o que, por sua vez, impacta positivamente a cultura organizacional.

No setor público, a introdução de redes sociais corporativas tem contribuído para a melhoria da gestão de riscos e para a promoção de uma cultura organizacional mais transparente e participativa. Braido (2022) destaca que tais ferramentas têm se mostrado eficazes na criação de um ambiente em que a comunicação é mais aberta e as informações são mais acessíveis, condição essencial para uma gestão eficaz.

Schein e Schein (2022) sublinham que a liderança organizacional precisa ser adaptativa, sobretudo em tempos de intensas mudanças tecnológicas, onde novas ferramentas de comunicação são introduzidas. Os líderes devem compreender como utilizar essas tecnologias para reforçar e moldar a cultura organizacional, preservando os valores fundamentais da empresa enquanto aproveitam as oportunidades oferecidas pelas inovações.

Ademais, Peter Drucker (1999), em *Management Challenges for the 21st Century*, enfatiza que a capacidade de adaptação e a eficácia na comunicação são essenciais para transformar desafios em oportunidades, impulsionando a inovação e o desenvolvimento organizacional. Essa perspectiva reforça a importância de adotar redes corporativas de forma estratégica, integrando-as aos processos de gestão e fortalecendo a cultura organizacional.

Além disso, estudos empíricos, como o realizado por Lempke (2020), demonstram que a adoção de plataformas corporativas, mesmo em contextos críticos como o setor hospitalar, pode melhorar significativamente a comunicação interna e promover transformações culturais. Esses achados corroboram a relevância de uma implementação cuidadosa das redes corporativas, que, quando bem gerenciadas, promovem transparência, integração e colaboração entre os colaboradores.

Assim, este trabalho busca entender o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, examinando de que maneira essas plataformas influenciam as práticas de gestão de pessoas e as dinâmicas culturais dentro das empresas. A pesquisa é orientada pela seguinte pergunta-problema: "Como as redes corporativas impactam a cultura organizacional nas empresas?" Para responder a essa questão, será realizada uma investigação empírica por meio de questionários online, direcionados a gestores de empresas que utilizam essas redes, permitindo a coleta de informações diretamente das experiências e percepções dos

respondentes, e oferecendo uma compreensão detalhada sobre as transformações na comunicação interna, o fortalecimento de valores organizacionais e os desafios na implementação dessas tecnologias.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A comunicação empresarial é um campo fundamental dentro da gestão organizacional. Desde as primeiras teorias administrativas, como as de Taylor e Fayol no início do século XX, a comunicação tem sido destacada como um elemento indispensável para o funcionamento eficaz das empresas. Esses autores argumentavam que a comunicação clara e objetiva era essencial para a coordenação das atividades e para o alcance dos objetivos organizacionais.

Ao longo do tempo, a comunicação interna evoluiu de uma simples troca de informações para se tornar uma ferramenta estratégica que influencia diretamente a cultura organizacional. Schein e Schein (2022) definem a cultura organizacional como um conjunto de valores, crenças e normas compartilhados que direcionam o comportamento dos membros da organização. Nesse contexto, a comunicação interna funciona como um veículo para transmitir esses valores e consolidar a identidade cultural da empresa.

As tecnologias digitais trouxeram uma revolução para a comunicação empresarial, possibilitando a criação de redes sociais corporativas que facilitam a interação e a colaboração entre os colaboradores. Segundo Dalpico e Terra (2023), essas plataformas têm transformado a comunicação interna, promovendo uma cultura organizacional mais transparente e colaborativa. As redes corporativas, como o Slack e o Workplace, oferecem ferramentas que permitem a troca rápida de informações e a realização de discussões coletivas, ampliando o alcance e a eficiência da comunicação.

Além de democratizar o acesso à informação, essas plataformas também têm o potencial de conectar diferentes níveis hierárquicos. Costa-Sánchez, Túñez-López e Míguez-González (2022) destacam que a utilização de ferramentas digitais nas organizações permite que todos os colaboradores, independentemente de sua posição na hierarquia, participem de discussões e decisões importantes. Isso contribui para a construção de um ambiente mais inclusivo e alinhado aos objetivos estratégicos da empresa.

No entanto, a comunicação empresarial enfrenta desafios significativos, especialmente no que diz respeito à gestão da informação. Fortini (2023) ressalta que o uso inadequado das redes corporativas pode levar à sobrecarga informacional e à dispersão, prejudicando a

produtividade e o foco dos colaboradores. Portanto, é essencial que as organizações desenvolvam estratégias eficazes para gerenciar o volume de informações trocadas e garantir que elas sejam alinhadas aos objetivos organizacionais.

A relevância da comunicação empresarial se torna ainda mais evidente quando analisada sob o prisma da pergunta-problema deste trabalho: "Como as redes corporativas impactam a cultura organizacional nas empresas?". Entender essa relação é crucial para identificar como essas plataformas transformam as interações internas e influenciam os valores compartilhados pelos colaboradores.

Schein e Schein (2022) enfatizam que a cultura organizacional é continuamente moldada pelas interações entre os membros da organização. Nesse sentido, as redes corporativas desempenham um papel fundamental ao facilitar essas interações de forma rápida e acessível. Essas plataformas não apenas permitem a troca de informações, mas também promovem o alinhamento cultural ao reforçar valores e normas comportamentais.

As redes sociais corporativas também contribuem para a gestão de pessoas ao fortalecer o relacionamento entre líderes e equipes. Braido (2022) argumenta que essas ferramentas podem ser utilizadas como instrumentos de transparência e responsabilização, criando um ambiente organizacional mais aberto e focado em resultados. Isso é especialmente relevante em organizações públicas, onde a accountability é um princípio fundamental.

Por outro lado, a implementação dessas tecnologias não é isenta de desafios. Fortini (2023) alerta para a necessidade de uma abordagem estruturada na adoção de redes corporativas, a fim de evitar problemas como a falta de engajamento ou a resistência cultural. A gestão eficaz dessas plataformas requer o envolvimento ativo dos líderes e a promoção de uma cultura organizacional que valorize a inovação e a colaboração.

Este estudo este trabalho busca entender o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, examinando de que maneira essas plataformas influenciam as práticas de gestão de pessoas e as dinâmicas culturais dentro das empresas. Por meio da aplicação de questionários online com gestores, espera-se coletar dados que evidenciem o impacto dessas plataformas na comunicação interna e na consolidação da cultura organizacional.

Em síntese, a revisão de literatura aponta que as redes corporativas têm o potencial de transformar a comunicação interna e influenciar positivamente a cultura organizacional. Contudo, seu impacto depende de uma implementação cuidadosa e de um alinhamento estratégico com os valores e objetivos da organização. Esses aspectos serão explorados ao longo desta pesquisa, com o objetivo de oferecer uma visão abrangente e prática sobre o tema.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo foi conduzido com o objetivo de entender o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, examinando de que maneira essas plataformas influenciam as práticas de gestão de pessoas e as dinâmicas culturais dentro das empresas, adotando uma abordagem quantitativa, com aspectos qualitativos na análise das respostas abertas. A abordagem quantitativa foi escolhida por sua capacidade de fornecer dados objetivos e mensuráveis sobre as percepções dos participantes, enquanto os aspectos qualitativos permitiram captar nuances e interpretações mais aprofundadas das respostas.

A pesquisa teve um caráter exploratório e descritivo. Foi exploratória ao buscar compreender fenômenos relativamente novos relacionados ao uso das redes corporativas, e descritiva ao detalhar como essas ferramentas influenciam a comunicação interna, a liderança e o engajamento dos colaboradores. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários online, distribuídos a gestores e colaboradores de empresas públicas e privadas, utilizando a plataforma Google Forms, no período de 17 de outubro de 2024 a 20 de novembro de 2024. A escolha do questionário como instrumento de coleta baseou-se na sua eficiência em captar dados quantitativos e qualitativos em um formato acessível.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para construir a base teórica do trabalho, fundamentada em publicações relevantes sobre cultura organizacional, comunicação interna e redes corporativas. Foram incluídos estudos publicados em português nos últimos cinco anos, garantindo atualidade e adequação ao tema investigado. Foram utilizados livros, artigos científicos e publicações indexadas em periódicos ativos. Autores como Schein e Schein (2022), Dalpico e Terra (2023) e Costa-Sánchez, Túniz-López e Míguez-González (2022) contribuíram significativamente para o embasamento teórico, enquanto outros trabalhos foram avaliados, mas excluídos por não atenderem aos critérios de idioma ou relevância temática.

A população da pesquisa incluiu profissionais de diferentes níveis hierárquicos, como diretores, gestores, coordenadores e colaboradores, com um total de nove participantes. A amostra foi selecionada por conveniência, ou seja, foi composta por indivíduos disponíveis e dispostos a responder ao questionário. Esse método, embora limitado em termos de generalização, foi adequado para captar percepções variadas e alinhadas ao escopo do estudo. Os critérios de elegibilidade para os participantes incluíram o envolvimento direto no uso das redes corporativas em suas empresas, garantindo que as respostas fossem pertinentes ao tema investigado.

O questionário, estruturado em perguntas fechadas e abertas, abordou tópicos como a frequência de uso das redes corporativas, suas percepções de eficiência, impacto na comunicação interna e desafios enfrentados. As perguntas fechadas utilizaram escalas de Likert para quantificar percepções, enquanto as perguntas abertas permitiram explorar opiniões e experiências individuais. O instrumento foi elaborado com base na revisão bibliográfica e testado antes da aplicação para assegurar clareza e relevância.

Os dados coletados foram analisados por meio de estatísticas descritivas para as perguntas quantitativas, utilizando gráficos para apresentar os resultados de forma clara. As respostas qualitativas foram analisadas com base na técnica de análise de conteúdo, categorizando os principais temas emergentes, como engajamento, transparência e desafios operacionais. A análise dos resultados buscou correlacionar os dados empíricos com a literatura revisada, verificando se os achados corroboravam ou contradiziam as teorias apresentadas.

Por fim, embora a pesquisa tenha sido realizada com seres humanos, o questionário não incluiu um termo de consentimento formal. No entanto, os participantes foram informados sobre o propósito do estudo na introdução do questionário e a participação foi voluntária. A confidencialidade das respostas foi garantida, e nenhum dado pessoal foi solicitado ou registrado, assegurando o anonimato dos respondentes.

Esses procedimentos metodológicos permitiram responder à pergunta-problema, explorar os objetivos definidos e oferecer uma visão detalhada sobre o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, contribuindo para o avanço do conhecimento na área de gestão e comunicação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste ponto do trabalho, são apresentados os resultados da pesquisa empírica realizada com gestores de empresas, com o objetivo de entender como as redes corporativas impactam a cultura organizacional. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários online, o que permitiu reunir percepções de profissionais que atuam diretamente na implementação e no uso dessas ferramentas de comunicação.

Os dados obtidos foram analisados e interpretados em relação ao referencial teórico apresentado na revisão de literatura. A análise busca conectar os achados da pesquisa com autores relevantes como Schein e Schein (2022), que destacam o papel da comunicação na consolidação dos valores organizacionais, e Dalpicolo e Terra (2023), que discutem a

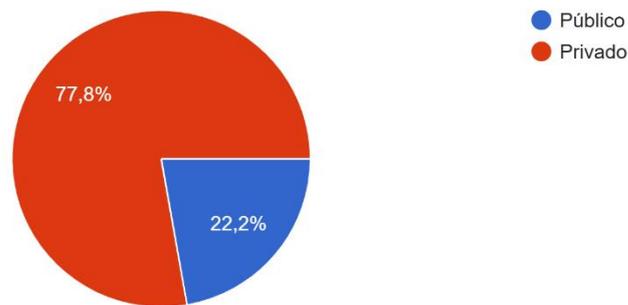
transformação da comunicação interna por meio das plataformas digitais. Além disso, foram utilizados gráficos para ilustrar as respostas dos participantes, facilitando a visualização e compreensão dos impactos observados.

Nesta etapa, verificamos se os resultados obtidos corroboram as teorias existentes ou se apontam para novas perspectivas e desafios no uso das redes corporativas. A interpretação dos dados permite responder à pergunta-problema e aos objetivos propostos, oferecendo um panorama atualizado sobre a influência dessas tecnologias na cultura organizacional das empresas, assim como podemos observar no gráfico 1.

Gráfico 1 - Distribuição dos participantes por setor (público e privado).

Você trabalha no setor

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

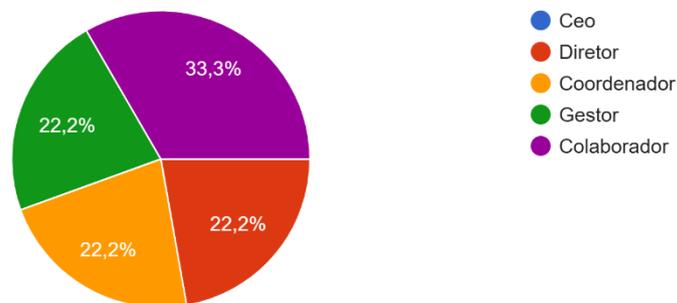
Os resultados mostram que a maioria dos respondentes atua no setor privado, representando 77,8% da amostra, enquanto 22,2% trabalham no setor público. Esta diferença é relevante, pois indica que a amostra está mais alinhada com as práticas e dinâmicas do setor privado, onde o uso de redes corporativas tende a ser mais frequente e voltado para a inovação e eficiência.

Segundo Schein e Schein (2022), as empresas privadas frequentemente adotam novas tecnologias de comunicação para agilizar processos e fortalecer a cultura organizacional, enquanto o setor público pode enfrentar desafios adicionais, como a burocracia e a resistência à mudança. No entanto, Braido (2022) aponta que, mesmo nas instituições públicas, as redes corporativas têm sido utilizadas para promover transparência e responsabilidade.

Gráfico 2 - Distribuição dos Respondentes por Função na Empresa.

Sua função na Empresa?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os dados mostram que não houve participação de CEOs na pesquisa, o que indica uma ausência de respostas de cargos de liderança executiva. No entanto, 66,6% dos respondentes ocupam funções de liderança intermediária (Diretor, Coordenador e Gestor), o que reflete uma amostra com boa representatividade de profissionais responsáveis pela gestão e implementação das redes corporativas nas empresas.

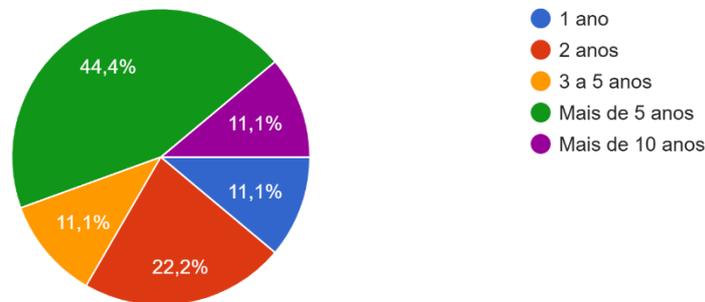
A participação de colaboradores (33,3%) fornece uma perspectiva operacional, essencial para entender como as redes corporativas são utilizadas no dia a dia. A visão desses respondentes complementa a percepção estratégica dos gestores, permitindo uma análise mais equilibrada sobre o impacto das redes corporativas na comunicação interna e na cultura organizacional.

Conforme discutido por Schein e Schein (2022), a cultura organizacional é moldada tanto pelas decisões estratégicas dos líderes quanto pelas interações cotidianas dos colaboradores. Assim, os resultados obtidos fornecem uma amostra diversificada, capaz de oferecer uma visão abrangente sobre como diferentes níveis hierárquicos percebem o uso das redes corporativas.

Gráfico 3 - Tempo de Ocupação da Função pelos Respondentes.

A quantos anos ocupa esta função?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que 44,4% dos respondentes ocupam suas funções há mais de 5 anos, indicando uma representatividade significativa de profissionais experientes. A maioria (66,6%) dos participantes tem dois ou mais anos de experiência na função, o que contribui para a confiabilidade das percepções sobre o impacto das redes corporativas, pois reflete um entendimento prático e consistente das dinâmicas organizacionais e de como essas ferramentas afetam a comunicação interna e a cultura organizacional.

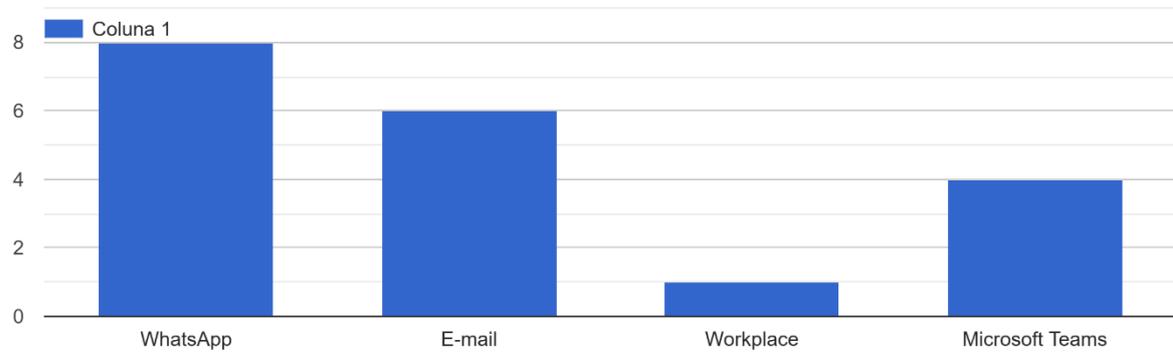
Profissionais com mais de 5 anos na função podem oferecer uma perspectiva mais consolidada sobre as mudanças observadas no ambiente de trabalho ao longo do tempo. Como Schein e Schein (2022) destacam, líderes e colaboradores experientes têm um papel crucial na manutenção e na adaptação da cultura organizacional. Eles possuem uma visão mais profunda dos processos organizacionais e podem identificar com maior clareza as influências das redes corporativas no comportamento dos colaboradores.

Por outro lado, os 33,3% dos participantes que ocupam suas funções há até 2 anos trazem percepções mais recentes e podem refletir as expectativas e desafios de quem está em uma fase inicial de adaptação à função e às ferramentas digitais implementadas.

A amostra é equilibrada entre profissionais experientes e relativamente novos na função, o que permite capturar percepções variadas sobre o impacto das redes corporativas, tanto do ponto de vista de quem já vivenciou mudanças culturais significativas quanto daqueles que estão se adaptando a um ambiente digitalizado.

Gráfico 4 - Redes corporativas mais utilizadas nas empresas.

Qual(s) rede(s) corporativa sua empresa utiliza com mais frequência?



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados indicam que o WhatsApp (8 respostas) e o E-mail (6 respostas) são as ferramentas mais utilizadas como redes corporativas nas empresas dos respondentes. Essa predominância reflete o uso de ferramentas acessíveis e amplamente difundidas, que demandam menor custo de implementação e oferecem simplicidade na comunicação. Essas plataformas, embora não sejam redes corporativas especializadas, são frequentemente adaptadas ao contexto empresarial para facilitar a comunicação interna e a troca de informações rápidas.

Por outro lado, ferramentas mais especializadas, como o Workplace (1 resposta) e o Slack (0 respostas), apresentam baixa representatividade, sugerindo que sua adoção ainda é limitada, talvez devido à falta de familiaridade dos colaboradores ou ao custo associado à implementação. O Microsoft Teams (4 respostas) aparece como uma opção intermediária, frequentemente integrada com o pacote Microsoft, indicando maior adesão em empresas que já utilizam essa infraestrutura.

De acordo com Dalpico e Terra (2023), ferramentas especializadas como Workplace e Slack podem oferecer maior integração e funcionalidades voltadas à cultura organizacional, mas sua implementação requer um planejamento estratégico que nem todas as empresas adotam. Além disso, a preferência por ferramentas como WhatsApp e E-mail pode indicar uma cultura organizacional mais tradicional ou com foco em soluções práticas e imediatas, conforme discutido por Costa-Sánchez, Túñez-López e Míguez-González (2022).

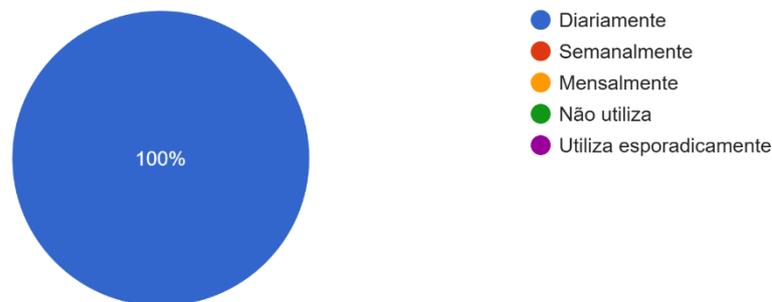
Adicionalmente, com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), as empresas precisam rever suas políticas de segurança e privacidade ao utilizar essas ferramentas. Enquanto o WhatsApp e o E-mail são amplamente utilizados, sua adequação às exigências da LGPD pode representar um desafio, sobretudo no que se refere ao tratamento adequado de dados pessoais e à implementação de medidas de segurança robustas. Em contrapartida, plataformas especializadas, como o Workplace e o Slack, podem oferecer recursos mais avançados para atender às demandas regulatórias, embora seu custo e complexidade de implementação ainda restrinjam sua adoção em larga escala.

Dessa forma, os resultados sugerem que as redes corporativas especializadas ainda têm baixa penetração nas empresas pesquisadas, enquanto ferramentas acessíveis, como WhatsApp e E-mail, continuam dominando a comunicação interna. Esse cenário evidencia a necessidade de maior divulgação e treinamento sobre as vantagens das plataformas dedicadas, que podem, além de melhorar a comunicação, contribuir para a conformidade com a LGPD e garantir a segurança dos dados corporativos.

Gráfico 5 – Frequência de uso das redes corporativas para comunicação interna.

Com que frequência a empresa utiliza as redes corporativas para comunicação interna?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que todas as empresas participantes utilizam redes corporativas para comunicação interna diariamente. Esse dado evidencia a relevância dessas ferramentas no cotidiano organizacional, demonstrando que elas desempenham um papel fundamental na troca de informações, na colaboração entre equipes e na condução das operações diárias.

A utilização diária indica que as redes corporativas são altamente integradas às rotinas organizacionais, especialmente em um cenário onde a conectividade e a agilidade são

demandas crescentes no ambiente de trabalho. Conforme discutido por Dalpicolo e Terra (2023), a "plataformização" da comunicação transformou o modelo tradicional, tornando as interações mais rápidas, acessíveis e contínuas. Além disso, Schein e Schein (2022) argumentam que a comunicação constante é essencial para reforçar valores organizacionais e fortalecer a cultura da empresa.

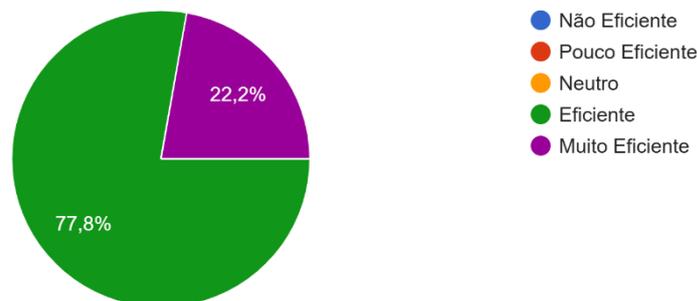
O uso diário também pode refletir a necessidade de acompanhar o dinamismo das atividades empresariais e manter um alinhamento frequente entre as equipes. No entanto, esse dado também levanta questões sobre a possibilidade de sobrecarga informacional, um desafio apontado por Fortini (2023), que destaca a importância de gerenciar o volume de informações para evitar distrações e quedas na produtividade.

A utilização diária das redes corporativas destaca sua importância como ferramenta essencial de comunicação interna nas empresas pesquisadas. No entanto, é necessário avaliar se o uso contínuo está sendo eficiente ou se pode gerar efeitos adversos, como sobrecarga informacional ou falta de clareza na comunicação.

Gráfico 6 - Avaliação da Eficiência das Redes Corporativas na Comunicação Interna.

Como você avalia a eficiência dessas redes corporativas na comunicação da empresa?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que a maioria dos respondentes (77,8%) considera as redes corporativas eficientes para a comunicação interna, enquanto 22,2% as avaliam como muito eficientes. Esses números indicam uma percepção amplamente positiva sobre o impacto dessas ferramentas na melhoria da troca de informações e no alinhamento organizacional.

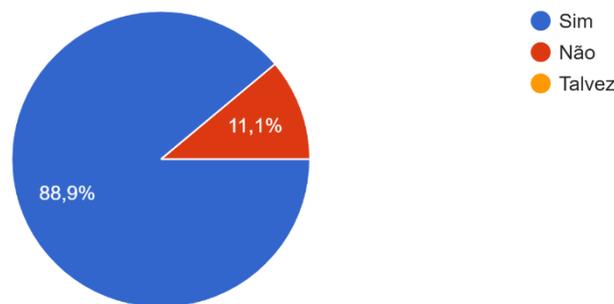
Essa avaliação está alinhada com as conclusões de Dalpicolo e Terra (2023), que destacam que plataformas como Workplace e Microsoft Teams têm transformado a comunicação interna, tornando-a mais ágil e colaborativa. Além disso, Schein e Schein (2022)

ênfatizam que a eficiência na comunicação é fundamental para reforçar os valores culturais e promover um ambiente organizacional coeso.

O fato de nenhuma resposta indicar neutralidade ou avaliações negativas demonstra que as redes corporativas têm atendido às expectativas dos usuários, facilitando o fluxo de informações e contribuindo para a produtividade e o engajamento das equipes. No entanto, é importante considerar que a eficiência percebida pode variar de acordo com a estratégia de uso e a adequação dessas ferramentas ao perfil da organização.

Gráfico 7 – Mudanças Percebidas na Cultura Organizacional com o Uso de Redes Corporativas.

Você percebe mudanças na cultura organizacional com a utilização das redes corporativas?
9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados indicam que a grande maioria dos respondentes (88,9%) percebe mudanças na cultura organizacional devido ao uso das redes corporativas, enquanto apenas 11,1% não identificam alterações. Esse dado demonstra que essas plataformas têm um impacto significativo na maneira como as empresas operam e disseminam seus valores culturais.

As mudanças percebidas incluem uma variedade de aspectos práticos e culturais, como:

- Comunicação mais ágil e eficiente: Respondentes mencionaram "melhorando a comunicação interna, aumentando a produtividade e a energia entre os colaboradores" e "metodologia de conversação e velocidade das informações."
- Maior engajamento e proximidade: "Maior proximidade com as lideranças" e "conhecimento dos procedimentos, envolvimento e engajamento dos empregados."

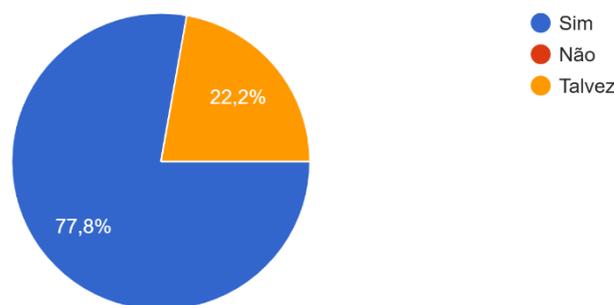
- Cultura de aprendizado contínuo: Como destacado, as redes corporativas podem ser usadas para "promover o aprendizado contínuo e o desenvolvimento profissional," o que fortalece uma cultura organizacional voltada para a inovação e melhoria constante.
- Impacto pós-pandemia: Um respondente observou que "desde a pandemia, a modalidade remota está mais presente em nossas vidas," indicando uma adaptação cultural impulsionada pelas redes corporativas.

Esses achados corroboram com o que Schein e Schein (2022) discutem sobre a comunicação organizacional como um elemento central na consolidação e adaptação da cultura organizacional. As redes corporativas atuam como catalisadoras dessas mudanças, promovendo uma maior integração entre colaboradores e lideranças, conforme apontado por Costa-Sánchez, Túniz-López e Míguez-González (2022).

Ponto de atenção: Embora a maioria perceba mudanças positivas, é importante entender por que 11,1% não observam alterações. Isso pode estar relacionado à implementação inadequada ou à resistência cultural por parte dos colaboradores, um desafio comum apontado por Fortini (2023).

Gráfico 8 – Percepção sobre a Influência das Redes Corporativas no Comportamento e Engajamento.

As redes corporativas influenciam o comportamento e o engajamento dos colaboradores?
9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

A maioria dos respondentes (77,8%) acredita que as redes corporativas influenciam o comportamento e o engajamento dos colaboradores, enquanto 22,2% indicaram que "talvez" haja influência. Nenhum participante considerou que as redes corporativas não têm impacto, o que reforça a percepção de que essas ferramentas desempenham um papel importante no ambiente de trabalho.

As redes corporativas, ao facilitar a comunicação e a interação entre colaboradores, criam um ambiente mais propício para o engajamento e a colaboração. Schein e Schein (2022) argumentam que a cultura organizacional é constantemente moldada pelas interações entre seus membros, e plataformas digitais como Workplace e Microsoft Teams desempenham um papel fundamental ao promover essas interações de forma contínua.

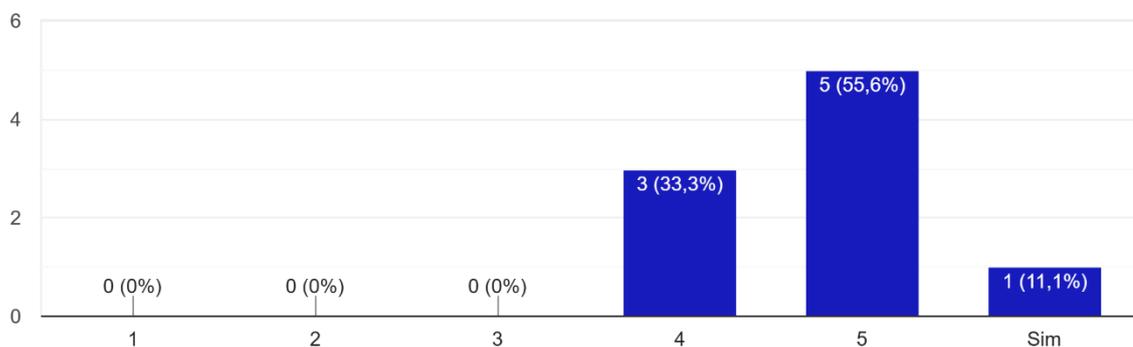
Aqueles que responderam "talvez" podem estar considerando fatores como a resistência de alguns colaboradores ao uso dessas ferramentas ou a falta de integração cultural adequada, o que pode limitar o impacto positivo das redes. Fortini (2023) ressalta que o sucesso na utilização dessas plataformas depende de treinamentos eficazes e da promoção de uma cultura organizacional que valorize a colaboração e a inovação.

Para aprofundar essa análise, seria interessante identificar quais aspectos específicos das redes corporativas (ex.: transparência, acessibilidade ou velocidade na comunicação) têm maior impacto no comportamento e no engajamento, e se existem barreiras culturais ou tecnológicas que limitam esse efeito.

Gráfico 9 - Percepção sobre o Impacto das Redes Corporativas na Liderança e Tomada de Decisões.

As redes corporativas têm impactado a liderança e a tomada de decisões na sua empresa?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que a maioria dos respondentes (66,7%) concorda totalmente que as redes corporativas têm impactado a liderança e a tomada de decisões, enquanto 33,3% concordam parcialmente (escala 4). Nenhum participante discordou dessa afirmação, indicando uma percepção generalizada de que essas plataformas desempenham um papel relevante nos processos de liderança e na dinâmica decisória das empresas.

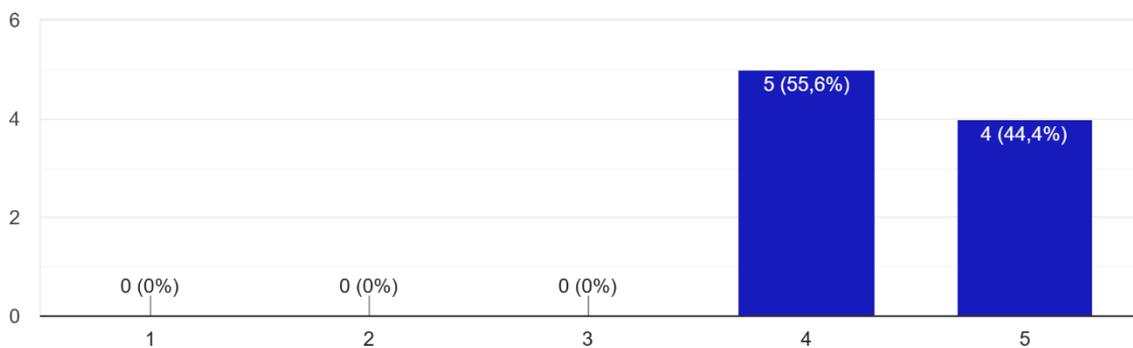
As redes corporativas permitem uma comunicação mais ágil e direta entre os líderes e suas equipes, o que pode facilitar o acesso às informações necessárias para a tomada de decisões mais rápidas e informadas. Dalpicolo e Terra (2023) destacam que essas plataformas promovem a transparência e o compartilhamento de dados em tempo real, reduzindo barreiras hierárquicas e aumentando a eficiência nas decisões. Além disso, Schein e Schein (2022) apontam que líderes que utilizam essas ferramentas para reforçar valores organizacionais e promover a colaboração tendem a obter melhores resultados em termos de alinhamento cultural e engajamento das equipes. O fato de nenhum respondente discordar dessa influência indica que, na amostra estudada, as redes corporativas são vistas como ferramentas estratégicas que fortalecem a liderança.

Apesar da alta concordância, seria interessante explorar quais aspectos específicos das redes corporativas têm maior impacto na liderança, como a transparência na comunicação, a velocidade na disseminação de informações ou a capacidade de engajar os colaboradores no processo decisório.

Gráfico 10 - Percepção sobre a Melhoria no Relacionamento entre Gestores e Colaboradores com o Uso de Redes Corporativas.

As redes corporativas melhoraram o relacionamento entre gestores e colaboradores.

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que 100% dos respondentes concordam que as redes corporativas melhoraram o relacionamento entre gestores e colaboradores, com 55,6% indicando concordância parcial (escala 4) e 44,4% indicando concordância total (escala 5). Esses dados reforçam a percepção de que essas ferramentas são eficazes para aproximar diferentes níveis hierárquicos dentro das empresas.

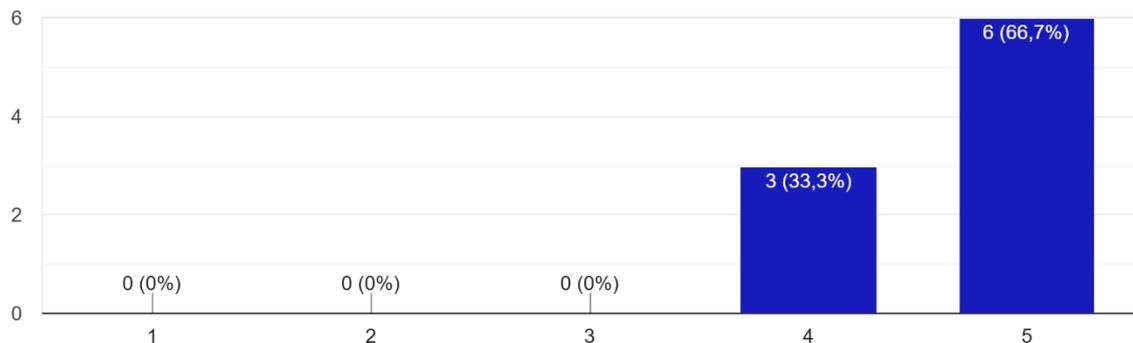
As redes corporativas promovem uma comunicação mais direta e acessível, reduzindo barreiras formais e hierárquicas, o que é essencial para fortalecer as relações entre gestores e equipes. Como Schein e Schein (2022) argumentam, a comunicação eficiente é um dos principais fatores para o alinhamento organizacional e o engajamento dos colaboradores. Além disso, Dalpicolo e Terra (2023) destacam que essas plataformas podem facilitar o feedback contínuo e a troca de informações em tempo real, contribuindo para uma maior transparência e confiança nas relações.

Apesar dos resultados positivos, o fato de 55,6% indicarem concordância parcial sugere que há espaço para melhorias, como o uso mais estratégico dessas ferramentas para fomentar o diálogo e o engajamento. Isso pode incluir treinamentos específicos para gestores sobre como utilizar as redes corporativas para melhorar ainda mais a interação com as equipes.

Gráfico 11 - Percepção sobre a Contribuição das Redes Corporativas para o Desenvolvimento de Talentos.

Você acredita que o uso das redes sociais contribui para o desenvolvimento de talentos na organização?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os dados mostram que todos os respondentes acreditam que as redes corporativas contribuem para o desenvolvimento de talentos na organização, sendo que 66,7% concordam totalmente (escala 5) e 33,3% concordam parcialmente (escala 4). Isso demonstra que as redes corporativas são amplamente reconhecidas como ferramentas que podem potencializar o aprendizado e o crescimento profissional dentro das empresas.

As redes corporativas desempenham um papel importante na promoção do desenvolvimento de talentos ao facilitarem o acesso a informações, treinamentos e feedbacks em tempo real. Segundo Fortini (2023), essas plataformas podem ser utilizadas como parte de programas de educação corporativa, promovendo o aprendizado contínuo e a troca de conhecimento entre os colaboradores.

Além disso, Schein e Schein (2022) destacam que o desenvolvimento de talentos está diretamente ligado à cultura organizacional, que pode ser reforçada e amplificada por meio do uso eficiente das redes corporativas. Ao permitir que os colaboradores adquiram novas habilidades e tenham maior visibilidade dentro da organização, essas ferramentas incentivam o crescimento profissional e o engajamento.

Pontos de reflexão:

- Como as empresas estão utilizando as redes corporativas para oferecer oportunidades de treinamento e aprendizado contínuo?
- Quais práticas específicas têm sido implementadas para garantir que o desenvolvimento de talentos seja uma prioridade na utilização dessas plataformas?

Gráfico 12 - Maiores Desafios na Utilização das Redes Corporativas.

Quais são os maiores desafios enfrentados na utilização das redes corporativas?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os dados revelam que os principais desafios apontados pelos respondentes são o excesso de informações e notificações e o desconhecimento ou falta de treinamento adequado, ambos com 33,3% das respostas. Esses desafios refletem a necessidade de uma gestão eficiente e estratégias claras para o uso das redes corporativas, de forma a evitar a sobrecarga

informacional e preparar os colaboradores para utilizarem essas ferramentas de maneira eficaz.

O excesso de informações pode gerar distrações e queda de produtividade, como apontado por Fortini (2023), que ressalta a importância de filtrar e direcionar as mensagens nas redes corporativas para evitar a dispersão. Por outro lado, a falta de treinamento indica que muitas organizações ainda não investem adequadamente na capacitação dos colaboradores para utilizarem essas ferramentas de maneira alinhada aos objetivos organizacionais.

Outros desafios, como a falta de adesão por parte dos colaboradores (11,1%) e a dificuldade de integração com outros sistemas (11,1%), apontam para questões culturais e tecnológicas que podem limitar o impacto positivo das redes corporativas. Finalmente, os problemas de segurança e privacidade (11,1%) refletem preocupações legítimas sobre a proteção de dados corporativos, especialmente em um contexto de aumento das regulamentações de privacidade.

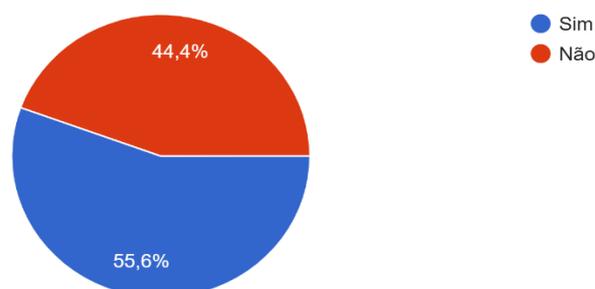
Pontos para reflexão:

- Quais práticas podem ser implementadas para mitigar o excesso de informações e melhorar a adesão dos colaboradores?
- Como as empresas podem desenvolver estratégias de treinamento mais eficazes para maximizar os benefícios das redes corporativas?
- Que medidas de segurança podem ser adotadas para reduzir os riscos associados ao uso dessas ferramentas?

Gráfico 13 - Percepção sobre Efeitos Negativos das Redes Corporativas na Cultura Organizacional.

As redes corporativas trouxeram algum efeito negativo para a cultura organizacional?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os efeitos negativos apontados pelos respondentes são:

1. Envio de mensagens desnecessárias.
2. Exposição de informações sensíveis: risco de compartilhamento inadvertido de informações confidenciais.
3. Desmotivação e competição entre colaboradores.
4. Poluição de informações: confusão causada pela comunicação inadequada.

Estes resultados indicam que mais da metade dos respondentes (55,6%) percebeu efeitos negativos das redes corporativas na cultura organizacional, enquanto 44,4% não identificaram impactos adversos. Essa divisão reflete que, embora essas ferramentas tragam muitos benefícios, sua implementação e uso inadequados podem gerar desafios significativos.

Entre os efeitos negativos apontados, destaca-se o envio de mensagens desnecessárias e a poluição de informações, que podem criar ruído na comunicação, gerando confusão e dificultando o alinhamento organizacional. Fortini (2023) alerta que a sobrecarga informacional é um dos principais desafios das redes corporativas, especialmente quando não há estratégias claras para filtrar e priorizar mensagens.

A exposição de informações sensíveis foi mencionada como um risco, reforçando a necessidade de políticas robustas de segurança e privacidade. Braido (2022) destaca que, em organizações públicas e privadas, a falta de controle sobre os dados compartilhados pode minar a confiança e comprometer a imagem institucional.

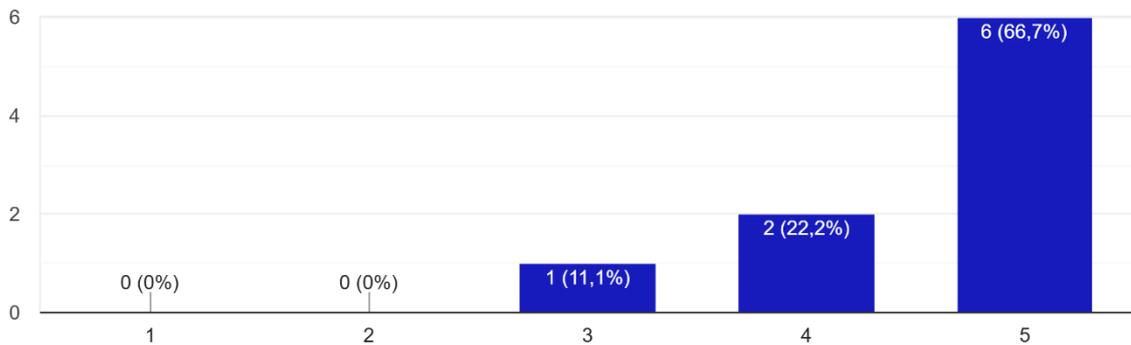
Outros desafios incluem a desmotivação e a competição entre colaboradores, possivelmente exacerbadas por comparações excessivas ou pela exposição pública de desempenhos. Isso sugere que as redes corporativas precisam ser utilizadas com cuidado, promovendo um ambiente colaborativo em vez de competitivo.

Por outro lado, 44,4% dos respondentes indicaram que as redes corporativas não trouxeram efeitos negativos, o que pode estar relacionado a uma implementação bem planejada ou ao uso moderado e estratégico dessas ferramentas.

Gráfico 14 – Percepção sobre a Facilidade de Transparência e Compartilhamento de Informações nas Redes Corporativas.

O uso dessas redes facilita a transparência e o compartilhamento de informações.

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que 88,9% dos respondentes concordam que o uso das redes corporativas facilita a transparência e o compartilhamento de informações, com 66,7% concordando totalmente (escala 5) e 22,2% concordando parcialmente (escala 4). Apenas 11,1% apresentaram uma opinião neutra (escala 3), enquanto não houve respostas indicando discordância.

Esse cenário reflete que as redes corporativas são amplamente vistas como ferramentas eficazes para melhorar a transparência e a acessibilidade às informações dentro das organizações. Segundo Dalpico e Terra (2023), essas plataformas promovem o compartilhamento rápido de informações e ajudam a democratizar o acesso a dados organizacionais, fortalecendo a comunicação interna e o alinhamento entre equipes.

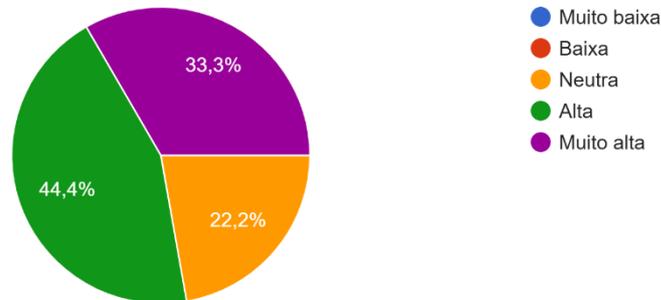
No entanto, o fato de 11,1% apresentarem uma visão neutra pode estar relacionado a desafios como a poluição de informações ou a falta de critérios claros para a utilização dessas ferramentas, conforme discutido por Fortini (2023). Esses problemas podem limitar a percepção de transparência e dificultar a gestão da comunicação.

A concordância majoritária indica que, quando bem implementadas, as redes corporativas ajudam a construir um ambiente mais aberto e colaborativo. Isso é essencial para o fortalecimento da cultura organizacional, pois a transparência é um dos pilares que contribuem para o engajamento e a confiança dos colaboradores, como destacado por Schein e Schein (2022).

Gráfico 15 - Expectativa para o Futuro das Redes Corporativas na Comunicação e Gestão.

Qual a sua expectativa para o futuro das redes corporativas na comunicação e gestão da empresa?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

Os resultados mostram que 77,7% dos respondentes têm expectativas positivas em relação ao futuro das redes corporativas na comunicação e gestão, sendo 44,4% com expectativas altas e 33,3% com expectativas muito altas. Apenas 22,2% apresentaram uma visão neutra, enquanto ninguém indicou expectativas negativas.

Esses dados reforçam a relevância das redes corporativas como ferramentas de transformação no ambiente organizacional. A visão otimista da maioria dos respondentes sugere que essas plataformas são percebidas como capazes de contribuir significativamente para o fortalecimento da cultura organizacional, o engajamento dos colaboradores e a eficiência nos processos de gestão e comunicação.

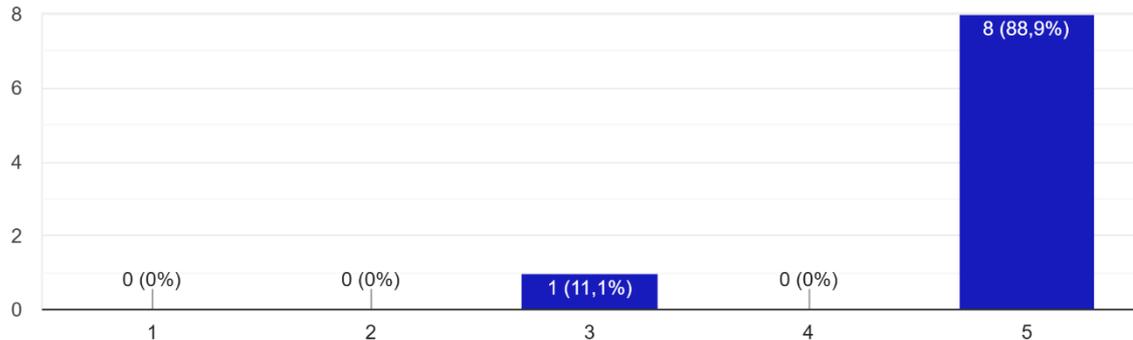
Segundo Dalpico e Terra (2023), as redes corporativas estão cada vez mais integradas às rotinas organizacionais, oferecendo soluções inovadoras que transformam a maneira como informações são compartilhadas e decisões são tomadas. Além disso, Schein e Schein (2022) destacam que tecnologias de comunicação são fundamentais para a adaptação das organizações às demandas do ambiente de negócios contemporâneo.

Por outro lado, a percepção neutra de 22,2% dos respondentes pode estar relacionada a desafios não superados na implementação ou ao desconhecimento das potencialidades completas dessas ferramentas, conforme apontado por Fortini (2023). Isso destaca a importância de estratégias mais eficazes para demonstrar os benefícios das redes corporativas e otimizar seu uso.

Gráfico 16 - Percepção sobre a Influência Futura das Redes Corporativas na Cultura Organizacional.

As redes corporativas continuarão a influenciar a cultura organizacional nos próximos anos?

9 respostas



Fonte: Dados da pesquisa realizada por meio do Google Forms (2024).

A grande maioria dos respondentes (88,9%) concorda totalmente que as redes corporativas continuarão a influenciar a cultura organizacional nos próximos anos. Apenas 11,1% apresentaram uma visão neutra (escala 3), enquanto ninguém discordou dessa afirmação. Esse cenário reflete um alto grau de confiança no impacto contínuo dessas ferramentas no fortalecimento e adaptação da cultura organizacional.

Essa percepção está alinhada com autores como Schein e Schein (2022), que argumenta que a cultura organizacional é continuamente moldada pelas interações entre colaboradores e líderes, sendo fortemente influenciada por ferramentas de comunicação. As redes corporativas, ao facilitarem essas interações, tornam-se elementos indispensáveis para reforçar valores culturais e promover a integração organizacional.

A visão neutra de uma pequena parcela dos respondentes pode indicar que, para alguns, a influência das redes corporativas pode depender de como elas serão implementadas e gerenciadas no futuro. Fortini (2023) destaca que, sem estratégias claras e treinamento contínuo, o potencial dessas ferramentas pode ser limitado, o que poderia explicar essa percepção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo compreender o impacto das redes corporativas na cultura organizacional, abordando suas influências na comunicação interna, no

comportamento dos colaboradores e nos processos de gestão. A pesquisa foi orientada pela pergunta-problema: "Como as redes corporativas impactam a cultura organizacional nas empresas?", e buscou avaliar se essas ferramentas, amplamente utilizadas em empresas contemporâneas, promovem mudanças significativas nos valores e nas dinâmicas organizacionais.

Os resultados da pesquisa, obtidos por meio de questionários aplicados a gestores e colaboradores, revelaram que as redes corporativas desempenham um papel crucial na melhoria da comunicação interna. A utilização dessas plataformas é vista como eficiente ou muito eficiente por 100% dos respondentes, e sua adoção diária em todas as empresas pesquisadas evidencia sua importância no alinhamento de informações, na agilidade das decisões e no fortalecimento da integração entre equipes. Esses achados reforçam as observações de Schein e Schein (2022), que destacam a comunicação como um dos pilares centrais na consolidação da cultura organizacional.

Além disso, a pesquisa identificou que 88,9% dos participantes percebem mudanças na cultura organizacional decorrentes do uso das redes corporativas. Essas mudanças incluem maior proximidade entre lideranças e equipes, promoção de transparência e engajamento, e incentivo ao aprendizado contínuo. Esses elementos corroboram os estudos de Dalpico e Terra (2023), que ressaltam a capacidade dessas plataformas de promover uma cultura organizacional mais colaborativa e inclusiva. Contudo, desafios como a sobrecarga informacional e a poluição de mensagens foram apontados, destacando a necessidade de uma gestão cuidadosa dessas ferramentas.

Outro aspecto relevante identificado foi a influência das redes corporativas na liderança e na tomada de decisões. A maioria dos respondentes (66,7%) concorda totalmente que essas ferramentas impactam positivamente os líderes, facilitando o acesso a informações e promovendo decisões mais rápidas e bem fundamentadas. Isso confirma que as redes corporativas, além de reforçarem valores culturais, também desempenham um papel estratégico nos processos decisórios, alinhando-se às demandas das organizações contemporâneas por agilidade e inovação.

No entanto, a pesquisa também revelou alguns efeitos negativos. Mais da metade dos participantes (55,6%) identificou desafios como a exposição de informações sensíveis, a desmotivação de colaboradores e o aumento de competição interna. Esses problemas destacam a importância de estratégias de uso que priorizem a segurança da informação, a clareza na comunicação e o fortalecimento de valores organizacionais positivos. A falta de treinamento adequado, mencionada por 33,3% dos respondentes, também surge como um

ponto de atenção, indicando que o sucesso dessas ferramentas depende não apenas de sua adoção, mas também da preparação dos usuários.

Com relação à contribuição das redes corporativas para o desenvolvimento de talentos, 66,7% dos participantes consideram que essas ferramentas têm grande impacto na capacitação e no aprendizado contínuo dos colaboradores. Essa percepção está alinhada à literatura revisada, que sugere que essas plataformas, quando bem implementadas, podem transformar o ambiente de trabalho em um espaço de constante evolução profissional. No entanto, isso requer esforços adicionais das organizações para alinhar essas práticas às necessidades e aos objetivos estratégicos da empresa.

No que diz respeito aos métodos, o questionário aplicado demonstrou-se adequado para captar percepções diversificadas sobre o tema. A amostra, composta por participantes de diferentes níveis hierárquicos e setores, possibilitou uma análise abrangente e representativa. As respostas obtidas foram consistentes com a literatura revisada, demonstrando que as redes corporativas têm potencial para transformar as dinâmicas organizacionais, mas sua eficácia depende de uma implementação cuidadosa e de políticas claras de uso.

Os objetivos do trabalho foram amplamente alcançados. A pesquisa proporcionou uma visão detalhada sobre o impacto das redes corporativas na cultura organizacional e ampliou a compreensão sobre os benefícios e os desafios associados a essas ferramentas. Além disso, o estudo revelou a necessidade de práticas mais estruturadas para maximizar os benefícios dessas plataformas, como treinamentos específicos e estratégias de comunicação mais claras.

Como recomendações para futuras pesquisas, sugere-se explorar como as redes corporativas influenciam diferentes setores econômicos, como saúde, educação e tecnologia, além de investigar sua integração com tecnologias emergentes, como inteligência artificial. Também seria relevante examinar a relação entre a resistência cultural e a adoção dessas ferramentas, bem como estudar casos de empresas que obtiveram sucesso em sua implementação.

Por fim, este trabalho reforça a importância das redes corporativas como instrumentos indispensáveis para as organizações contemporâneas. Elas não apenas facilitam a comunicação e promovem o alinhamento cultural, mas também desafiam as empresas a repensarem suas práticas de gestão e a adaptarem-se às demandas de um ambiente de negócios em constante evolução. Espera-se que os achados apresentados contribuam para reflexões mais amplas e para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes no uso dessas ferramentas.

REFERÊNCIAS

- BRAIDO, A. C. M. **A rede social corporativa como instrumento da gestão de riscos nas organizações públicas**. 2020. 95 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/5b17ba8d-ff35-4f1d-a1da-98e810224da4/content>. Acesso em: 12 set. 2024.
- COSTA-SÁNCHEZ, C.; TÕÑEZ-LÓPEZ, J. M.; MÍGUEZ-GONZÁLEZ, M. I. Análise comparativa da gestão da comunicação corporativa em empresas e instituições: o caso da galiza. **Comunicação e Sociedade**, p. 37-51, 2020. University of Minho. [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2739](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2739). Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/article/view/2739>. Acesso em: 06 ago. 2024.
- DALPICOLO, S. C.; TERRA, C. F. A plataformização da comunicação interna. **Revista Memorare**, v. 10, n. 2, p. 29-51, 19 dez. 2023. Anima Educação. <http://dx.doi.org/10.59306/memorare.v10e2202329-51>. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/article/view/20163/19047. Acesso em: 02 ago. 2024.
- DRUKER, Peter. **Management Challenges for the 21st Century**. New York: Harperbusiness, 1999. Disponível em: 1614252371_AghaLibrary.pdf . Acesso em 14 dez. 2024
- FORTINI, C. A. S. **O uso de tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs) na educação corporativa a distância: subsídios para um modelo de implementação em uma organização pública**. 2021. 126 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Pública) – Universidade de Brasília – Unb, Brasília, 2021. Disponível em: http://www.rlbea.unb.br/jspui/bitstream/10482/42196/1/2021_CarlosAlfredoSittaFortini.pdf. Acesso em: 12 jul. 2024.
- LEMPKE, T. K. **A participação de redes sociais corporativas na comunicação interna organizacional: um estudo sobre o uso do workplace em dois hospitais**. 2020. 197 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Ppgcom/Ufrgs, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/211243> . Acesso em: 18 set. 2024.
- SCHEIN, E. H.; SCHEIN, P. **Cultura Organizacional e Liderança**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773626/>. Acesso em: 06 ago. 2024.