

A Coparticipação entre Comunicação e Serviço Social nas Organizações na Pandemia: Reflexões para a Práxis¹

Camila Roberta Muniz Serra²
Cassiana Anunciata Caglioni³
Célia Maria Retz Godoy dos Santos⁴
David Gustavo Pompei⁵

RESUMO

O estudo busca identificar as inter-relações entre Serviço Social e Comunicação nas organizações no período de pandemia. Utilizou-se de pesquisa discursiva bibliográfica e da opinião de assistentes sociais que atuam em organizações da região de Bauru. O objetivo é compreender a atuação partilhada no processo de ressignificação do cotidiano organizacional sob impacto do isolamento social e o imprescindível uso da comunicação e informação digital. Os resultados apontam a necessária ação conjunta de Comunicação e Serviço Social, balizadas em reflexões como: sua importância na construção da identidade organizacional; as vantagens desta coparticipação, reforçando os propósitos organizacionais e; o escopo comum de ouvir e entender os segmentos de públicos, para comunicar, se relacionar e garantir direitos no ambiente laboral.

Palavras-chave:

Comunicação organizacional; Serviço Social; Pandemia; Inter-relações entre áreas.

Introdução

A pandemia do novo coronavírus, anunciada pela Organização Mundial de Saúde em 2020 se assemelha às epidemias de Sars e Mers, porém estas tiveram recortes regionais assim como a epidemia de ebola ocorrida no continente africano. Por outras características, poderia se comparar à H1N1, sendo mais letal (ALVES, PIMENTA, ANTUNES, 2021). Os autores ressaltam que o novo coronavírus trouxe transtornos “sanitários, médicos, sociais, políticos e econômicos, bem como na estrutura de

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Comunicação Intercultural e Interseccionalidade, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

2 Doutoranda no Programa de Mídia e Tecnologia - FAAC/UNESP/Bauru e Docente no Centro Universitário de Bauru mantido pela Instituição Toledo de Ensino - E-mail: camilaserra@ite.edu.br

3 Doutoranda no Programa de Comunicação Midiática - FAAC/UNESP/Bauru e Docente no Centro Universitário de Bauru mantido pela Instituição Toledo de Ensino - E-mail: cassiana.caglioni@unesp.br

4 Mestra em Comunicação, Doutora em Sociologia e Docente na FAAC/UNESP/Bauru, E-mail: celia.retz@unesp.br

5 Mestrando no Programa de Mídia e Tecnologia - FAAC/UNESP/Bauru e Assistente Social na Prefeitura Municipal de Pederneiras/SP - Secretaria de Desenvolvimento e Assistência Social. E-mail: gustavo.pompei@unesp.br

emprego e renda das famílias” (ALVES, PIMENTA, ANTUNES, 2021, p. 21). É importante ressaltar que a pandemia de COVID-19 foi a pandemia mais impactante para a humanidade desde a gripe espanhola, em 1918.

De acordo com a Rede Covida (2021), até maio de 2021 foram registrados 15.927.878 casos confirmados de pessoas infectadas no país, sendo que deste total, 88,55% dos infectados foram recuperados e 2,79% infelizmente vieram a óbito devido a infecção por COVID-19 (REDE COVIDA, 2021).

Neste contexto, as organizações são combinações de esforços individuais para atingir propósitos coletivos. Com base neste mote e frente à pandemia global são inúmeras as questões que nos provocam: Como se adaptar às práticas cotidianas, com transformações tão imediatas? Como construir uma opinião compartilhada para tomar decisões num futuro de incerteza e imprevisibilidade? Como ter tempo para refletir sobre o que fazer face a demandas tão urgentes? Como se observa, as organizações são sistemas abertos de relações e trocas, não só com o ambiente interno, mas com o externo (tudo que está fora, não previsível e incontrolável), sofrendo, portanto, influências e sendo influenciada pelo macro ambiente. Por isso, a sobrevivência delas depende das interações com o ambiente e das respostas céleres às mudanças deste, seja na adaptação de produtos, técnicas, estruturas etc.; na capacidade de lidar com problemas e alterações do meio externo; na regulação e equilíbrio deste; na organização, rotina e manutenção do sistema interno; e, em especial, como no caso da pandemia, respondendo aos desafios, compreendendo e estabelecendo formas de colaborar com a efetivação dos direitos sociais e garantindo diálogos, informação, divulgação e participação nas práticas de construção de sentidos junto aos públicos de interesse e da sociedade.

Por este prisma, a presente reflexão busca subsídios teóricos e empíricos, para estabelecer uma relação entre a Comunicação e o Serviço Social no contexto organizacional, analisando os elementos constituintes desta “coparticipação”, a partir de levantamento junto a obras de estudiosos da área e assistentes sociais que atuam no ambiente organizacional, em Bauru e região.

O que dizem os teóricos sobre a inter-relação entre comunicação e serviço social nas organizações

Compreendendo a comunicação sob perspectiva da cultura e da construção de sentidos (HALL, 1989; WILLIAMS, 1968), ou ainda, das relações e do diálogo (FREIRE, 1992; WOLTON, 2006), vê-se que o processo comunicativo nos espaços organizacionais se dão mediante troca e transformação, exigindo encontro, respeito ao outro, igualdade de condições e de funções estabelecidas entre os sujeitos envolvidos (FRANÇA, 2004, *apud* LIMA; BASTOS, 2012, p. 34), ou seja, as interações são condicionantes para que haja a comunicação.

Lima e Bastos (2012) acrescentam que o olhar não está na distinção de polos, mas na relação estabelecida por ambos. Isto é, a análise não se funda na organização e seus processos, nem sobre seus interlocutores, mas sim, na relação estabelecida entre eles, pois a organização é um ator social coletivo formado por pessoas que se comunicam com outras. Neste sentido, a comunicação nas organizações são processos simbólicos e dialógicos, cuja perspectiva é um universo comum e partilhado e os sentidos desse são provenientes da condição intrínseca da atividade humana (BALDISSERA, 2009, p. 104).

Scroferneker [s.d], baseando-se nas ideias de Restreppo (1995) comenta sobre comunicação organizacional que pode ser usada em quatro funções: 1) *como informação* (o que dá forma), enquanto configurador das operações próprias de cada organização, que incluem as transações necessárias para que o negócio se viabilize; 2) *como divulgação*, no sentido de ‘dar a conhecer’, tornar público; 3) *como gerador de relações* voltadas para a formação, a socialização e/ou o reforço de processos culturais e de participação; 4) e *como ação de comunicação* do ‘outro’, em cuja ação se completa o ciclo da comunicação, na qual explicitamente se dá a palavra ao outro, escutando-o e reconhecendo-o. Para a autora a maneira de ser de uma organização pode ser interpretada pelas formas de comunicação que ali são desenvolvidas, implicando em reconhecer as diversas organizações como construtoras de sentidos. E Bueno (2018, p. 13) acrescenta que a comunicação organizacional pode ser compreendida como estratégica tendo como premissa uma proposta integradora, que direciona as ações e estratégias a partir de seus meios.

Integra-se a esta premissa o contexto imposto pela pandemia em que: a ciência busca respostas urgentes; novos hábitos sanitários são imprimidos; notícias falsas e o negacionismo da ciência são evidenciados; ampliam-se o desemprego, a falta de

estrutura na distribuição de insumos da saúde; e evidenciam-se a necessidade de readaptação de processos que foram interrompidos pelos distanciamento social. Diante deste cenário, as organizações foram desafiadas a rapidamente agirem para criar oportunidades de diálogos, práticas sociais e construção de sentidos, buscando consolidar a comunicação estratégica, a partir do alinhamento de políticas organizacionais especialmente, advindo das ferramentas digitais.

Assim, observa-se neste período de isolamento social, a expansão do ambiente digital, via a inclusão e a inovação tecnológica. A internet, passa a ser o principal meio dos cidadãos expressarem seus pensamentos, sentimentos e opiniões (E-DIGITAL, 2018), além da expansão desta rede para outros ambientes como o educacional, o empresarial, da saúde, dos serviços, entre outros.

De tal modo que, se transformações digitais advindas da quarta revolução industrial já proporcionavam uma conexão rápida e de qualidade entre as pessoas; e se elas já eram consideradas como tecnologias disruptivas porque ofereciam contato direto com culturas diferentes, ideias inovadoras e trocas de informação entre as pessoas de diversas partes do mundo, hoje na pandemia isso se acelerou como nunca houve antes na humanidade (NUNES; SOUZA; GONÇALVES, 2018). E, essa conexão, mediante as plataformas digitais dos mais diversos tipos, foi infiltrada nas práticas sociais, oferecendo customização de serviços gerando muitas vezes, dependência de diversos setores da sociedade (GROHMANN, 2020). Entre as vantagens desta ampliação, estão o grande volume de produção e registro de informações devido à redução de custos, o aumento de usuários e a crescente conexão com dispositivos móveis, máquinas e sensores, que caracteriza a Internet das Coisas (E-DIGITAL, 2018).

Vale ressaltar, que isso ocorre mesmo em ambientes diferentes, por exemplo, em organizações que já nasceram digitais, como as *startups*, porém em todos os casos a tecnologia é responsável por transformar o comportamento das pessoas diante das mudanças que proporciona na oferta de seus produtos e serviços, bem como nas relações de trabalho (KRAUSE, 2019).

De fato, considerando que as organizações são sistemas abertos, em interação permanente com o meio na qual se inserem, a abundância de informações da sociedade moderna e as mudanças que ocorrem nos ambientes sociais e culturais, exigem que as organizações enfrentem permanentemente desafios (PONCHIROLI, 2007),

especialmente em suas práticas interventivas frente às demandas, realizadas por meio de estratégias de comunicação no período de pandemia.

E, é neste âmbito, que se insere o Serviço Social, pois ele monitora as interações e o clima decorrentes destas e subsidia as estratégias da organização, de forma proativa e preventivamente.

Este setor, ou campo da ciência, surgiu para administrar as carências materiais e de riscos, a partir da terceira década do século XX e acabou sendo legitimado pelo capital devido à importância percebida pelas organizações, pois além de identificar condicionantes internos e externos geradores de situações sociais de risco, estender essas informações aos seus pares, gestores de áreas e clientes internos, atuam em processos de gestão de pessoas (tração, retenção, engajamento, e transição) implantando análise e ações integradas. Em sua história, o Serviço Social - por sua ação ter sido construída face aos “problemas sociais”⁶ - sua interlocução é estabelecida nas políticas sociais do Estado e/ou de instituições particulares, por quem até hoje é, em geral, requisitada a intervir nos mais diversos contextos (MOTA, 1998, p.65).

Ademais, o momento em que vivemos é repleto de desafios e traz à tona a necessidade de revisão e reflexão sobre a práxis⁷ do Serviço Social em todas as suas esferas de atuação, especialmente no âmbito organizacional, no momento da pandemia, no qual há um queda na “capacidade de decifrar a realidade e construir propostas de trabalho criativas e, principalmente, efetivar direitos a partir das demandas emergentes” (IAMAMOTO, 2001, p.20).

Cabe ainda lembrar, que há algumas décadas o Serviço Social assumiu um sentido coletivo para a profissão e por práticas produzidas criticamente, politizadas por ser capaz de lutar por sua identidade, rompendo com paradigmas de transformação da

⁶ Nos anos de 1930, com o surgimento da primeira escola de Serviço Social, destinada a moças da sociedade que se ocupariam dos problemas da causa operária, tinham como missão educar em prol da restauração da família, remodelando o comportamento (hábitos e costumes) e a mentalidade dos trabalhadores, pois estes iriam influir na economia e nas leis do país (IAMAMOTO; CARVALHO, 2004, p.172).

⁷ A Práxis pode ser uma categoria mais abrangente que a do próprio trabalho, já que este se constitui por meio da mediação humana com a natureza: ambos se modificam e atendem suas necessidades básicas. Enquanto a práxis, no ser social, é sempre o trabalho, à medida que o ser não se cessa somente neste último. Em uma definição mais completa, a práxis social pode ser definida “como qualquer ato social, é uma decisão entre alternativas efetuada pelo indivíduo singular, que faz escolhas acerca de propósitos futuros visados. Porém, não faz escolhas independentes das pressões que as necessidades sociais exercem sobre os indivíduos singulares, interferindo nos rumos e orientações de suas decisões” (IAMAMOTO, 2011, p. 254).

sociedade. Neste sentido, a autora também, nos alerta que ao considerarmos as mudanças históricas que alteram a divisão do trabalho das estruturas produtivas na sociedade, o Serviço Social é “convocado a apreender os processos macroscópicos que atravessam as especializações do trabalho” (IAMAMOTO, 2001, p.22), pois, sua abordagem está enraizada à prática profundamente condicionada pelas relações do Estado e da sociedade civil. Ou ainda, está engendrada nas relações de classe, tendo como objeto de intervenção o conjunto das expressões das desigualdades do sistema capitalista, no qual o trabalho tornou-se amplamente social e a apropriação de seus frutos manteve-se na esfera privada, monopolizada por uma parcela da sociedade.

Como se observa nas leituras e reflexões dos estudiosos, o Serviço Social é inserido nas rápidas transformações tecnológicas e avanço no mundo do trabalho, com novas exigências e paradigmas, que se apoiam nas questões sociais decorrentes das mudanças econômicas, políticas e sociais. Com a ampliação da competitividade organizacional, aparece no mercado a intenção de controle das demandas relativas à qualidade de vida dos trabalhadores no ambiente laboral, o que está intimamente associado com à produção dos bens e serviços, envolvendo aspectos físicos, ambientais, psicológicos e sociais (POMPEI, 2005). Por exemplo, o acúmulo de tarefas, o estresse, a desmotivação, a depressão, a falta de acesso a atendimentos de saúde com atenção mínima e de qualidade, além dos novos comportamentos associados aos protocolos de segurança preventivos à infecção do novo Coronavírus no presente momento, certamente, pode refletir na produtividade.

A vista disso, as necessidades humanas básicas, como a saúde, educação, alimentação, moradia, trabalho, entre outras, foram afetadas pela pandemia e estão na base da concretização dos direitos fundamentais das pessoas - a partir das políticas sociais - para além do conjunto de inovações técnicas e organizacionais e das práticas sociais que escapam à esfera exclusiva do processo de trabalho ou da organização propriamente dita, pois, as exigências do processo de reestruturação produtiva (normalmente desencadeadoras das mudanças laborais) estão afetando ainda mais diretamente o controle da força de trabalho, operando transformações de ordem técnica, amparadas em práticas essencialmente políticas (MOTA, 2000, p.38).

Daí, um dos desafios do Serviço Social é se concentrar em esforços para a compreensão da prática em sua dimensão histórica e na constante renovação e

aprofundamento das contradições peculiares da sociedade (IAMAMOTO, 2008, p.89), especialmente, as provocadas pela tecnociência e redes de comunicação, que correspondem ao desgaste das delimitações tradicionais das áreas de conhecimento e da cultura, bem como à perda da unidade experiencial.

Portanto, é necessário enfrentar os desafios expostos ao Serviço Social, sem perder de vista que nesta realidade um dos conflitos teórico-metodológicos, ético políticos e técnicos-operativos dos assistentes sociais nas organizações é a exigência de uma nova cultura do trabalho, que requisita destes profissionais a “adequação” de alguns hábitos como: a “integração” orgânica do trabalhador na organização; a intensificação do ritmo na execução de tarefas; a implantação do trabalho em equipe com cooperação; dentre outros.

Estes desafios exigem uma prática interventiva reflexiva sobre a profissão neste contexto, que seja baseada na intencionalidade profissional, com vistas à interdisciplinaridade e atendendo as necessidades humanas, contribuindo para a consolidação da sociabilidade, de modo a colaborar na formação de sujeitos diante das atuais exigências do mercado global.

Neste sentido a atuação do Serviço Social pode ser compreendida pelas organizações através da mediação destas novas necessidades no período da pandemia, que incluem atividades de: trabalhar demandas, pleitos, exigências imediatas compostas pela dor, sofrimento, a iminência de morte, da perda do outro, da falta de condições de trabalho, de condições e estilo de vida, dentre outras. E, ainda, num país onde a desigualdade econômica e social é expressiva, embora haja um “Estado de Direito”, muitos não têm acesso a eles, pois a política neoliberal não só exclui os usuários dos acessos a seus direitos, como também corrompem as garantias legais instituídas, principalmente no que se refere às políticas públicas de saúde, assistência e previdência social (VASCONCELOS, 2012, p.23-25).

Pode-se dizer então, que a coexistência do “antigo” e do “inovador” neste ambiente, num movimento que transita entre o “conservadorismo” e à “renovação” carrega ao Serviço Social nas organizações, um caráter contraditório, visto que suas ações ficam diluídas, dentre tantas outras prioritárias. Por isso, sua atuação precisa ser pautada em estratégias de ação que articulem o projeto ético-político da profissão (AMARAL; CESAR, 2009, p.411-425) e da organização, de modo que se consiga fazer

a mediação entre os públicos - com a coparticipação da comunicação - equânime, sem se alicerçar na clássica e ingênua relação de forças entre o trabalhador e trabalho.

O levantamento qualitativo: a opinião de assistentes sociais

Normalmente, a base comum de várias abordagens da pesquisa qualitativa é a valorização dos atores locais. Por isso, nesta pesquisa buscou-se compreender as práticas interventivas do Serviço Social no contexto organizacional, durante a pandemia e as contribuições da comunicação, a partir da aplicação de formulário online junto de assistentes sociais que atuam em organizações da região de Bauru, com a finalidade de detectar seus conhecimentos e necessidades sobre o tema, suas opiniões, ideias, percepções, valores, atitudes e, especialmente, as ações tomadas e as formas de enfrentamento das mudanças que ocorreram neste período.

A situação empírica tomada para exame envolveu oito organizações, sendo seis empresas de caráter privado e duas de caráter estatal, paraestatal /serviço autônomo.

A seleção amostral foi por conveniência, ou seja, a escolha se deu a partir do acesso a estes profissionais que aceitaram participar respondendo - via online. Foram doze questões (abertas e fechadas) tendo a finalidade de descrever o perfil das respondentes e das organizações em que atuam, bem como, atender o objetivo da investigação, a respeito das ações e coparticipação de estratégias conjuntas com o setor comunicação, que na prática, alteraram as formas de trabalho para a construção de vínculos sociais com públicos (interno ou externo).

A fim de estabelecer uma apreciação qualitativa dos dados coletados, utilizou-se a análise de conteúdo (BARDIN, 2000) e os resultados relacionais estão organizados e apresentados em duas categorias: a) o perfil das respondentes; e b) a opinião destas sobre as contribuições da comunicação na pandemia.

a) O perfil das respondentes

Quanto ao perfil das assistentes sociais participantes, todas mulheres, tem a média etária de 41 anos e meio e tempo médio de formação de 15 anos (2 a 28 anos de formação), sendo seis delas pós-graduadas. A média de permanência na organização é de 9 anos (variando entre 5 meses até 21 anos), sendo que quatro das profissionais estão vinculadas ao setor de Recursos Humanos, duas à área de Medicina, Saúde e Segurança do Trabalho e duas atuam junto à Diretoria ou

Gerência. As características das organizações em que essas profissionais estão inseridas são: cinco no setor de prestação de serviços, duas na indústria e uma no varejo, estando cinco localizadas em Bauru e três em outras cidades. E, os colaboradores destas variam de 53, 800, 4.000, 12.000, até 100.000 pessoas, percebendo-se diferentes tamanhos e tipos organizacionais, nesta amostra.

b) Opinião sobre as contribuições da comunicação na pandemia

Neste item relata-se a opinião das respondentes (às vezes em suas próprias palavras), sobre a comunicação pelo viés relacional e cultural no decorrer dos contatos cotidianos, que ocorrem de variadas maneiras. Elas são aqui nomeadas de AS1 a AS8 para manter o anonimato de suas falas e organizações. Em síntese, destaca-se a importância da comunicação, seja para informar, aproximar e conhecer as demandas neste período.

Comunicação é um ato de relacionar-se com o outro, com a sociedade em geral e que pode se manifestar de várias formas: comunicação escrita ou falada; comunicação visual ou sonora, comunicação gestual, enfim... A meu ver a contribuição da comunicação neste contexto foi a de facilitar o acesso à informação, de aproximar pessoas num momento de isolamento, de unir o conhecimento de profissionais de saúde na busca de métodos de prevenção e da própria fabricação da vacina do Covid 19. (AS 4, 2021)

Também citam os diversos canais e linguagens (gestual, visual e sonoro etc.) evidenciando as mídias digitais como fortes e expressivas para a adaptação e a manutenção dos vínculos com o ambiente organizacional.

Comunicação, entendo ser uma habilidade fundamental para prática, quando mais assertiva e com conhecimento melhor, a comunicação ocorre por meio de vários canais, pessoalmente ou no digital e dessa forma é necessária para nos conectarmos com o outro. Sendo assim, ampliamos nossas ferramentas digitais e tecnológicas para promover acessibilidade ao trabalhador e ter oportunidade de manter uma comunicação necessária, adequada e assertiva. (AS1, 2021)

Diante destes dados, percebe-se que a comunicação, especialmente na pandemia, além de valorizar seus aspectos relacionais e culturais (essenciais e inexoráveis à vida organizacional), utilizou de instrumentais de comunicação (principalmente digital) para desenvolver atividades de relacionamento, os quais antes deste período eram

vivenciados no cotidiano para reforçar a segurança e o esclarecimento de dúvidas, atendendo às situações de vulnerabilidades ou de deficiência de direitos, com o objetivo de manter as atividades da organização, e mais que isso: atingir as metas de prevenção e saúde provocadas pela Covid.

Assim, entende-se que devido ao isolamento social, a comunicação passa a ser compreendida e valorizada também pelo seu aspecto instrumental, pelas conexões estabelecidas para além dos encontros presenciais cotidianos, contribuindo para a superação dos desafios deste momento.

Vemos que as dificuldades causadas pela pandemia, segundo as respondentes, foram em relação ao contexto organizacional, tecnológico e familiar. No quadro 1 é possível destacar que os principais desafios organizacionais são: adaptação, absenteísmo, doenças emocionais e psicossomáticas, óbitos pela Covid, saúde e segurança do trabalhador, protocolo de prevenção, atendimento aos colaboradores positivados e reinventar formas de agir e enfrentar os desafios econômicos, sociais e de gestão de pessoas. São problemas para os quais foi possível reverter a situação utilizando-se de ferramentas digitais de comunicação, ressignificando aquelas já utilizadas no cotidiano profissional.

Quadro 1 – Desafios organizacionais em tempo de Covid-19

Desafios familiares	Desafios tecnológicos	Desafios do contexto organizacional
Ausência de renda de um dos membros afetando a dinâmica familiar do trabalhador	Manter a acolhida dos colaboradores nas diversas situações; garantir qualidade dos atendimentos que eram realizados presencial	Atendimento de colaboradores sintomáticos e positivados
	Importância de estreitar relações entre empresa, parceiras e a comunidade, buscando mediar e influenciar as ações de responsabilidade social,	Saúde e segurança do trabalhador: estratégias de promoção de saúde e protocolo de prevenção ao covid-19
Mediação na realização do Home Office	Dificuldades de acesso aos serviços disponíveis	Reinventar sua forma de Ser e Agir
Violência doméstica	Distância, automático	Adaptação
	Maior desafio - manter vivo ações, reuniões, articulações com a rede de serviços existentes no formato virtual	Desafios econômicos, estruturais e sociais e Gestão de pessoas
	Orientações virtuais	Insegurança

	Atrelar informações com liderança, Ti e colaborador	Doenças emocionais e psicossomáticas
		Óbitos por covid-19
		Absenteísmo

Fonte: pesquisa direta (2021)

Uma das respondentes (AS 8) relata que "todos fomos surpreendidos com o início da pandemia e como isso impactaria nossa operação". Daí, vimos ainda no quadro 1, que a comunicação também vem para colaborar com os desafios:

- Familiares: promoção de ações solidárias entre funcionários e distribuição do percentual de funcionários em *home office* e flexibilizando uma discussão permanente de casos singulares;
- Tecnológicos: realização de atendimentos aos colaboradores, desenvolvimento dos projetos e programas no formato virtual, vias plataformas: Whatsapp, Teams, Zoom e Google Meeting, e em situações mais complexas, o atendimento presencial tem sido garantido;
- Organizacionais: ampliação dos canais de escuta e comunicação; adequação da situação de funcionários na condição de grupo de risco; criação de protocolos padronizados; contratação de assistentes sociais; e criação de um comitê de pandemia.

Afora isso, "com certeza, a pandemia nos levou a repensar em novas estratégias de intervenção e a refletir sobre esse cenário e as incertezas do momento."(AS 8, 2021). Entre as novas formas de atuação profissional apontada está a utilização da comunicação para a prática interventiva, cujas estratégias mencionadas são:

- a) A necessidade das contribuições da comunicação para o Serviço Social no enfrentamento às dificuldades causadas pela pandemia. Para as respondentes essas são essenciais e fundamentais, pois proporcionam uma escuta qualificada, a compreensão da realidade, a acessibilidade, o monitoramento e a adaptação às demandas, além da aproximação e do fortalecimento das relações entre profissional, usuário e população e das orientações referentes à saúde física, mental e a transparência no trabalho.
- b) A interação entre as áreas e a busca de novas ferramentas para intervenção proporcionando outros aprendizados. De fato, as assistentes sociais também

foram questionadas sobre as ações desenvolvidas na organização, a fim de obter dados quanti-qualitativos, para poder programar suas ações.

- c) As principais ações são relacionadas ao atendimento para o trabalhador e seus familiares, ou voltadas para a comunidade, como a realização de campanhas e a promoção à saúde com vistas à garantia de direitos e a diminuição de situações de vulnerabilidades. Para isso, foram disponibilizados materiais de comunicação como totens, móveis, adesivos, folders, cartazes, placas e EPIs necessários, tanto interna como externamente.
- d) Houve, na maioria das organizações, uma alteração do trabalho presencial para o *home office*, podendo-se observar os diferentes atendimentos, muitos deles, decorrentes do momento da pandemia como se segue:

Ao longo do ano de 2020, foram realizados 1802 atendimentos, enquanto em 2019 foram contabilizados 978 atendimentos aos colaboradores. Dos motivos da procura 21% estão voltados aos afastados, 22% está relacionado a questões de saúde (exames, consultas, medicações de familiares, dependência química, depressão e pensamentos suicidas, 1% está ligado a problemas envolvendo a justiça (advogado, pagamento de pensão, divórcio, guarda dos filhos, busca apreensão do veículo), 23% está relacionado ao acompanhamento social com problemas emocionais, divórcio, funeral, conflitos familiares, na sequência 1% se refere às visitas domiciliares quando avaliado a necessidade e 32% no tange as orientações diversas de procedimentos internos de benefícios, consignados e informações dos programas e projetos[...].(AS 8, 2021)

Embora todas as ações estivessem pautadas em estratégias de comunicação, foi possível perceber que os resultados ainda são imperceptíveis para a maioria das respondentes que não os vislumbram como sendo decorrentes da associação do Serviço Social e da Comunicação.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

As análises e discussões feitas até aqui, somadas das observações informais que os autores desta investigação têm feito, como estudantes de pós-graduação e, refletindo sistematicamente sobre as respostas das respondentes, levaram a algumas considerações apresentadas a seguir, a título de um resumo sintético. Primeiramente, as possibilidades de reflexão a partir dos aportes teóricos e posteriormente as abertas pelas pesquisas com

as assistentes sociais que parecem estar relacionadas, em grande parte, ao momento da pandemia.

Em resumo, observou-se a existência de uma relação inexorável entre Comunicação, Organização e Serviço Social, que acontece, seja por meio dos relacionamentos, da cultura organizacional, do planejamento da comunicação como estratégica no alinhamento de políticas e práticas, bem como, no uso dos meios de comunicação para estreitar vínculos ou para garantir acesso às informações, ou ainda, para apoiar as necessidades dos públicos de interesse da organização.

Esta relação da Comunicação e do Serviço social também é evidenciada na práxis profissional das Assistentes Sociais, as quais relatam as diversas contribuições da Comunicação para a efetividade da intencionalidade ético-política da profissão, que visa ampliar a democracia, garantir a promoção de bens e direitos, reduzir desigualdades e evitar situações de exclusão em busca da verdadeira transformação social.

Como dito, especificamente, no campo da Comunicação e sua inter-relação com o Serviço Social na pandemia, levou a sociedade a aderir a tecnologia digital, não como mais uma opção, mas como obrigação. E ainda, tornou os trabalhadores mais vulneráveis, trazendo novos desafios a serem enfrentados pelo setor, mais especificamente o de Recursos Humanos, no qual se aloca o Serviço Social fazendo mediações com as outras áreas de conhecimento.

Para Marcondes (2020), “na medida em que a sociedade está retornando à rotina, especialmente nas organizações, a valorização de habilidades que não podem ser substituídas por robôs tem aumentado” e isso inclui as competências cognitivas, como o pensamento crítico, sociocomportamentais e o gerenciamento do reconhecimento de que as emoções, melhoram o trabalho em equipe. No entanto, para o Serviço Social os ganhos são maiores, porque há muito tempo os profissionais da área possuem a combinação dessas habilidades, além de observar que a compreensão em termos de comunicação transita pelo relacionamento e a cultura nos contatos cotidianos.

Por fim, a constante evolução no mundo do trabalho exige habilidades adaptáveis dos trabalhadores principalmente para transferir-se de uma tarefa para outra. Na pandemia com a necessidade vital de utilização das tecnologias digitais, criou-se mudanças nesta combinação de habilidades, fazendo que os colaboradores as desenvolvessem, conforme os papéis desempenhados junto à organização.

O autor ainda pontua que, com as ações corretas, as organizações e os governos podem aproveitar a crise como oportunidade para construir o futuro, uma vez que a tecnologia digital pode ser um benefício para a sociedade.

Diante disto, respondendo às nossas inquietações iniciais, tem-se que o setor de Serviço Social, assim como outros no contexto organizacional, certamente, se beneficiam com os aportes e a ciência da comunicação digital, neste processo de condução organizacional no momento da pandemia, utilizando-se de diferentes estratégias para viabilizar sua prática, que inclusive altera as formas de trabalho e a construção de vínculos com seus públicos.

Referências

ALVES, Wedenley; PIMENTA, Denise Nacif; ANTUNES, Michele Nacif. **Cenas discursivas da pandemia de Covid-19:** o discurso sobre o isolamento social na imprensa. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, [S.L.], v. 15, n. 1, p. 18-32, 22 mar. 2021. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. <http://dx.doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2204>.

AMARAL, A. S.; CESAR, M. **O Trabalho do Assistente Social nas Empresas Capitalistas.** Serviço Social: direitos sociais e competências profissionais. Brasília: CFESS/ABEPSS, vol. 1, p. 412-427, 2009.

BALDISSERA, R. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. **Revista Organicom**, n. 10/11, 2009. Disponível em: <<http://www.comunita.com.br/assets/comunicacaoorganizacionalrudimar.pdf>>. Acesso em: 8 jan. 2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2000.

BUENO, D. A. **Comunicação estratégica e estratégias de comunicação nas organizações em contexto midiático:** a perspectiva da micro, pequena e média empresa do setor de Alimentação Fora do Lar de Bauru/SP. 2018. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2018.

E-DIGITAL ESTRATÉGIA BRASILEIRA PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL. 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/mcti/pt-br/centrais-de-conteudo/comunicados-mcti/estrategia-digital-brasileira/estrategiadigital.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

FREIRE, P. **Comunicação e Extensão**. 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

GROHMANN, R. **Plataformização do trabalho**: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 2020. v. 22, n. 1, p. 106–122.

HALL, S. **Ideology and Communications Theory**. In: DERVIN, B., Re-thinking Communications, Paradigm Issues, vol. 1, 1989.

IAMAMOTO, M. V. **Serviço Social em tempo de capital fetiche: capital financeiro, trabalho e questão social**. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. **Renovação e Conservadorismo no Serviço Social**. 10ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. **O Serviço Social na Contemporaneidade: trabalho e formação profissional**. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

IAMAMOTO, M. V; CARVALHO, R. **Relações Sociais e Serviço Social no Brasil: esboço de uma interpretação histórico-metodológica**. 16ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

KRAUSE, G. A. **Transformação digital: como as empresas terão que se adaptar? Trabalho de conclusão de curso**. Curso de Especialização em Design de Produto na Era Digital. UNISUL: Universidade do Sul de Santa Catarina, 2019.

LIMA, F. P.; BASTOS, F. O. S. Reflexões sobre o objeto da Comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, I. L.; LIMA; F. P. (Org.). **Propostas conceituais para a Comunicação no contexto organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2012. p. 25-48.

MARCONDES, P. **O Futuro do Trabalho na Transformação Digital da Era COVID**. 2020. Disponível em: <<https://www.proxima.com.br/home/proxima/how-to/2020/10/02/o-futuro-do-trabalho-na-transformacao-digital-da-era-covid.html>>. Acesso em: 18 fev. 2021.

MOTA, A. E. **A Nova Fábrica de Consensos: ensaios sobre a reestruturação empresarial, o trabalho e as demandas ao serviço social**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. **O Feitiço da Ajuda: as determinações do Serviço Social na empresa**. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 1998.

NUNES, A.F.P.; SOUZA, D. M.; GONÇALVES, F. A. **As relações de trabalho e as plataformas digitais: entre discursos e verdades**. R. Curso Dir. UNIFOR-MG, Formiga. 2018. v. 9, n. 2, p. 74-92.

POMPEI, D. G. **Ações e Estratégias Contemporâneas do Serviço Social Organizacional na Gestão de Recursos Humanos: desafios e propostas**. Serviço Social & Realidade. Franca, n.14, p. 101-116, 2005.

PONCHIROLLI, O. **A Teoria da Complexidade e as Organizações**. Diálogo Educ., Curitiba, v. 7, n. 22, p. 81-100, set./dez. 2007.

REDE COVIDA. **Painel Brasil**. Disponível em: <<https://redecovida.org/>>. Acesso em: 21 mai 2021.

SCROFERNECKER, C. M. A. **Perspectivas Teóricas da Comunicação organizacional**. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/cleusa.htm>>. Acesso em: jan. 2021.

VASCONCELOS, A. M. **A Prática do Serviço Social: cotidiano, formação e alternativas na área da saúde**. 8ª ed. São Paulo: Cortez, 2012.

WILLIAMS, R. **Communications**. Londres: Penguin Books, 1968.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. Tradução de Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.