

Anàlisi bibliomètric de l'impacte de la comunicació interna en entorns corporatius post pandèmia: Un estudi transversal de tendències i desenvolupaments a la literatura científica

Alba Puigvert Santoro, Nuria Arimany-Serrat i Elisenda Tarrats-Pons
Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya.

Justificació

La pandèmia causada per la COVID-19 va irrompre de manera sobtada i va causar una transformació en els models d'aplicació de la comunicació interna al haver d'adaptar les seves accions a un panorama laboral que, en alguns casos, esdevindria híbrid, combinant el treball a distància amb el presencial. La literatura científica estudia àmpliament els beneficis i l'impacte de la comunicació interna en el funcionament corporatiu i en el benestar dels treballadors però es detecten pocs estudis sobre les seves aplicacions en metodologies de treball híbrides.

La necessitat de les organitzacions per arribar a tots els seus treballadors indistintament de la localització des de la qual duen a terme la seva feina és important pels beneficis que la implementació del teletreball ha aportat al món corporatiu. Petcu et al., (2023) destaquen el teletreball com a facilitador d'una millor integració del treball a la vida personal, millorant així la

seva qualitat de vida.

Un dels motius principals de la necessitat de la seva investigació recau en que el teletreball pot reduir la freqüència d'interaccions, especialment entre empleats del mateix nivell jeràrquic, i no té les comunicacions espontànies típiques de l'entorn d'oficina (Viererbl et al., 2022). I per tant, això suggereix la necessitat que les organitzacions fomentin la comunicació entre els seus professionals remots per preservar aquests elements vitals.

En una societat postpandèmica amb els canvis que la Covid-19 va causar, el món acadèmic cal que adopti la metodologia d'investigació centrada en comparar les pràctiques corporatives en una doble vessant: abans i després de la irrupció de la malaltia, ja que aquest és el punt d'inflexió de canvis significatius i de pes en moltes empreses. D'aquesta manera amb el pas del temps es podran establir comparacions i anàlisis dels resultats de les formes de treball amb i sense la presència de la Covid-19.

Objectius

Anàlisi bibliomètric entre dues bases de dades (*Scopus i Web Of Science*) sobre els articles transversals publicats en matèria de comunicació interna des de 2020 i fins a final del 2023 per analitzar els seus conceptes associats i futures línies de recerca en l'àmbit fent èmfasi en les aplicacions de la comunicació interna en el treball a distància. Mitjançant l'aplicació de la bibliometria i l'adopció del mètode PRISMA, aquesta investigació ha identificat els estudis més rellevants que aborden les bases i la influència transversal de la comunicació interna a les organitzacions. Es persegueixen dos

objectius primordials: en primer lloc, examinar els conceptes intrínsecament lligats a la comunicació interna i el seu impacte al benestar dels equips; i, en segon lloc, explorar la relació entre la comunicació interna i la proliferació del teletreball, avaluant com les polítiques de comunicació interna poden ser adaptades a aquesta modalitat laboral predominant.

Tenint en compte que, des de la Covid-19, les empreses han incrementat el seu índex de treball a distància, cal saber i ser coneixedors de com aplicar els principis de la comunicació interna en diverses metodologies de treball. D'aquesta manera assegurem que els principis i valors que s'aconsegueixen amb l'aplicació de la comunicació interna tenen la mateixa arribada a tots els públics, indiferentment de la metodologia de treball que adoptin els nostres treballadors i treballadores.

Resultats: La comunicació interna és present en nombrosos àmbits del món corporatiu. Unes bones polítiques, aplicades a qualsevol empresa, permeten que els seus treballadors desenvolupin més nivells de benestar, sentiment de pertinença, motivació i satisfacció, a

més d'un llarg etcètera que acaba impactant en la imatge externa de les organitzacions i en el funcionament de tots els seus procediments.

Tot i que el teletreball s'ha generalitzat a les empreses després de la pandèmia, la literatura científica que explora la seva interacció amb la comunicació interna continua sent escassa. Cal investigar la dinàmica entre aquestes dues facetes, i examinar els períodes d'implementació i el seu impacte en els empleats, tant en ambients presencials com en remot. La proliferació d'eines digitals al sector empresarial expandeix les possibilitats d'estudi, cosa que prèviament requereix una anàlisi exhaustiva i sistemàtica d'aquesta matèria.

La investigació sobre el teletreball i la seva relació amb la comunicació interna és limitada. Viererbl et al., (2022) identifiquen que el teletreball pot reduir la freqüència d'interaccions, especialment entre empleats del mateix nivell jeràrquic, i no tenen les comunicacions espontànies típiques de l'entorn d'oficina. Tot i això, també destaquen els beneficis de la comunicació interna per enfortir la cultura empresarial, i el manteniment de normes i valors socials. Això suggereix la necessitat que les organitzacions fomentin la comunicació entre els seus professionals en remot per preservar aquests elements vitals.

Conclusions i Discussió

La comunicació interna és present en nombrosos àmbits del món corporatiu. Unes bones polítiques, aplicades a qualsevol empresa, permeten que els seus treballadors desenvolupin més nivells de benestar, sentiment de pertinença, motivació i satisfacció, a més d'un llarg etcètera que acaba impactant en la imatge externa de les organitzacions i en el funcionament de tots els seus procediments. En paraules de Thelen & Men, (2023b), la comunicació interna ha de centrarse a legitimitzar les preocupacions dels seus empleats, demanant feedback i facilitar oportunitats.

L'eficàcia de la comunicació interna és un factor crític en la dinàmica corporativa, la implementació de la qual transcendeix els límits departamentals i exigeix una estratègia integrada. Col·laboracions interdepartamentals, particularment entre recursos humans, comunicació i màrqueting, enriqueixen les polítiques implementades i proporcionen una visió holística de l'ecosistema organitzacional. Una comprensió profunda del context operatiu és essencial i s'aconsegueix mitjançant l'esforç conjunt. La independència necessària d'un departament de comunicació interna rau en la capacitat d'analitzar i aplicar aquestes polítiques amb professionalisme i creativitat per innovar dins l'esfera de la comunicació interna.

L'àmbit acadèmic actual reflecteix un auge significatiu en la investigació sobre comunicació interna, en un context empresarial on factors com la satisfacció laboral, el reconeixement i el vincle organitzacional adquireixen una importància creixent més enllà de la remuneració. Les organitzacions enfronten l'imperatiu de diferenciar-se dels seus competidors per retenir i atraure talent, convertint la gestió estratègica de la comunicació interna en una eina valuosa

per assolir aquests objectius. Empleats compromesos amb un avantatge competitiu per marcar diferència (Špoljarić & Tkalac Verčič, 2022).

Propers passos

Aquest anàlisi bibliomètric constitueix una exploració preliminar de l'efecte de la comunicació interna a l'entorn organitzacional, amb l'objectiu de proporcionar una base sòlida per a investigacions futures. Es convida a aprofundir en la comprensió del concepte, les àrees d'influència i els dominis menys explorats, obrint així noves línies de recerca en aquest camp d'estudi.

Encara a dia d'avui es segueix estudiant l'impacte de la pandèmia en molts àmbits i la comunicació interna no n'és una excepció. La poca presència de literatura científica relacionada amb la temàtica ens obra la porta a investigar de manera integral l'impacte de la comunicació interna en els entorns corporatius per aconseguir aplicar-ne les conclusions de la manera més efectiva i més enfocada als treballadors i empreses, que permetin un ambient de treball positiu, cohesió d'equip i relacions professionals sòlides, a més de la integració de les persones que fan treball a distància i que aquesta comunicació els permeti apropar-se més a les oficines des de els seus habitatges.

Ahora, i en plena expansió de la intel·ligència artificial i altres tecnologies emergents, cal seguir investigant el seu paper en ajudar a optimitzar canals de comunicació interna i implementar altres eines digitals que ens permetin millorar-ne l'eficiència i reduir que els treballadors i treballadores a distància se sentin aïllats. La transparència i l'avaluació continua també obtenen papers prioritaris en el desplegament

d'una comunicació interna efectiva. En el cas de la primera, és bàsic treballar sobre el principi de transparència entre empresa i treballadors, sent aquest un dels pilars bàsics. Informar sobre els objectius de la empresa des de la sinceritat i comunicar els canvis que s'experimentin faran que els treballadors desenvolupin un sentiment d'empatia, reduint la incertesa.

D'altra banda, i tenint en compte que el públic objectiu d'una bona estratègia de comunicació interna són els propis treballadors, cal establir mesures d'avaluació periòdiques, que permetin entendre millor la percepció dels treballadors i ajustar les estratègies segons les necessitats dels equips, que solen evolucionar i canviar amb el pas del temps. Alguns exemples en són les enquestes de satisfacció, sessions on els mateixos treballadors en donin el seu feedback i grups de treball per preparar noves propostes.