

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM EMPRESAS DE CAÇADOR: ANÁLISES DE PRÁTICAS E PERCEPÇÕES DOS SEUS COLABORADORES

Acadêmicos do curso de Sistemas de Informação – campus Caçador - 2023-1
Ricardo de Campos (coordenador) - docente da UC de Comunicação e Expressão II- campus Caçador

Resumo

Este projeto, realizado pelos alunos matriculados no componente curricular de Comunicação e Expressão II do semestre de 2023/1, teve como objetivo identificar e qualificar as formas de comunicação utilizadas em três diferentes empresas/organizações de Caçador tanto aquelas via tecnologias (comunicação eletrônica) como presencialmente (comunicação verbal). Foram feitas entrevistas com colaboradores/servidores de diferentes setores a fim de tipificar e qualificar as formas de comunicação existentes conforme os estudos e abordagens comunicacionais pesquisadas e, dessa forma, poder propor melhorias em forma de uma cartilha informativa.

Palavras-Chave: Comunicação organizacional; Comunicação eletrônica; Comunicação verbal

1 INTRODUÇÃO

Comunicação é o processo pelo qual as pessoas trocam informações, ideias, sentimentos e significados por meio de sinais, símbolos ou linguagem. Essa troca pode ocorrer por meio de várias formas de comunicação, incluindo comunicação verbal (fala e escrita), comunicação não-verbal (gestos, expressões faciais, linguagem corporal), comunicação visual (imagens, símbolos, gráficos) e comunicação eletrônica (e-mail, mensagens de texto, redes sociais). A comunicação é fundamental para o desenvolvimento das relações interpessoais, da cultura e do conhecimento humano. Além disso, a comunicação é uma ferramenta importante para a transmissão de ideias, valores e crenças em sociedades e culturas (GEVAERD, 2010).

Em relação à comunicação verbal, existem três principais estilos de comunicação: agressiva, passiva e assertiva. A comunicação agressiva é caracterizada por um comportamento hostil, ofensivo e confrontador. Essa forma de comunicação é frequentemente usada para intimidar, manipular ou controlar os outros. A pessoa que se comunica de forma agressiva tende a ser direta e não se importar com os sentimentos dos outros, e muitas vezes usa ameaças ou violência verbal para obter o que deseja.

Já a comunicação passiva é o oposto da agressiva e é caracterizada por uma falta de expressividade, submissão e evitação de conflitos. A pessoa que se comunica de forma passiva tende a evitar a confrontação e, muitas vezes, não consegue expressar seus sentimentos ou opiniões de forma clara e assertiva. Isso pode levar a problemas de relacionamento, pois os outros podem interpretar a falta de comunicação como desinteresse ou falta de habilidade para resolver conflitos.

Por fim, de acordo com Dorigon (2021), a comunicação assertiva é considerada a forma mais saudável de comunicação e envolve a expressão clara e direta de sentimentos, necessidades e opiniões,

sem ofender ou ferir os outros. A pessoa que se comunica de forma assertiva é capaz de se expressar de maneira clara e objetiva, sem agredir ou ser agredida, e busca um equilíbrio entre seus próprios interesses e os interesses dos outros.

Podemos concluir que, enquanto a comunicação agressiva e passiva podem levar a problemas de relacionamento, a comunicação assertiva é fundamental para o estabelecimento de relações saudáveis e duradouras.

Em relação à comunicação eletrônica, é importante destacar a prática da netiqueta que é um conjunto de normas de comportamento que se aplicam às comunicações realizadas na Internet, incluindo e-mails, mensagens instantâneas, redes sociais, fóruns e outros tipos de comunicação online. (GUERREIRA, 2010; CAMPOS, 2018)

A netiqueta é importante porque a comunicação online é muitas vezes impessoal e não há uma interação face a face entre as partes envolvidas. Portanto, seguir as normas de comportamento pode ajudar a evitar mal-entendidos, conflitos e ofensas, além de promover um ambiente de respeito e colaboração. Algumas das principais normas de netiqueta incluem:

- Respeito: tratar os outros com respeito e consideração, mesmo que haja divergências de opinião ou discordâncias.
- Clareza: ser claro e objetivo na comunicação, utilizando uma linguagem clara e evitando jargões ou expressões que possam ser mal interpretadas.
- Pontualidade: responder a e-mails ou mensagens de forma rápida e eficiente, evitando atrasos desnecessários.
- Privacidade: respeitar a privacidade dos outros, não compartilhando informações confidenciais ou pessoais sem permissão.
- Ética: agir de acordo com os princípios éticos e morais, evitando comportamentos que possam ser considerados ofensivos ou desrespeitosos.
- Gramática e ortografia: utilizar uma linguagem correta e apropriada, evitando erros de gramática e ortografia.

Em resumo, a netiqueta é uma forma de garantir uma comunicação saudável e respeitosa na Internet, promovendo um ambiente de colaboração e interação positiva entre as pessoas. É importante seguir essas normas de comportamento em todas as formas de comunicação online para garantir uma experiência agradável e produtiva para todos os envolvidos.

Outro conceito importante, tanto nas interações pessoais como eletrônicas, é a comunicação não violenta (CNV). A CNV é uma abordagem de comunicação criada por Marshall Rosenberg na década de 1960 (Rosenberg, 2006), que tem como objetivo promover uma comunicação mais clara, empática e respeitosa entre as pessoas. Ela é baseada em quatro componentes fundamentais: observação, sentimento, necessidade e pedido.

A observação é a descrição objetiva de uma situação, sem julgamentos ou interpretações. O sentimento é a emoção que a pessoa está experimentando em relação a essa situação. A necessidade é o que está por trás desse sentimento, ou seja, a necessidade que não está sendo atendida. E o pedido é a solicitação específica para atender a essa necessidade.

A CNV enfatiza a importância da empatia e da escuta ativa, permitindo que as pessoas se conectem com as emoções e necessidades umas das outras. Também reconhece que cada indivíduo é responsável por seus próprios sentimentos e necessidades, e que a comunicação não violenta pode ajudar a resolver conflitos de maneira pacífica.

Alguns exemplos de como ela pode ser aplicada são: expressar nossos sentimentos sem culpar ou julgar o outro, pedir o que precisamos de maneira clara e direta, e ouvir com empatia as necessidades

do outro. A CNV pode ser usada em muitos contextos, como relações pessoais, trabalho em equipe, negociação e resolução de conflitos (Rosenberg, 2019).

A Comunicação Não-Violenta é, portanto, uma abordagem eficaz para promover uma comunicação mais autêntica e compassiva entre as pessoas. Ao praticá-la, podemos criar relacionamentos mais saudáveis e harmoniosos, tanto pessoais como profissionais.

Em se tratando de ambientes de trabalho, a comunicação é uma das principais ferramentas para o sucesso de uma organização. Uma comunicação eficaz pode ajudar a aumentar a produtividade, a coesão da equipe, a satisfação dos funcionários e a qualidade do trabalho realizado.

Para a autora Luizari (2010), uma comunicação clara e efetiva pode ajudar a evitar conflitos e mal-entendidos dentro da organização, o que pode levar a uma melhor tomada de decisão e um ambiente de trabalho mais saudável. A comunicação também é crucial para a gestão de mudanças, pois permite que os funcionários compreendam e aceitem as mudanças que estão ocorrendo na organização.

A comunicação também é fundamental para estabelecer uma cultura organizacional forte e consistente. Ela ajuda a transmitir os valores, visão e missão da organização para todos os funcionários, ajudando a alinhar as metas e objetivos de cada indivíduo com os objetivos da empresa como um todo.

Além disso, conforme TAJRA (2014), uma comunicação eficaz com clientes e fornecedores pode ajudar a fortalecer os relacionamentos comerciais, aumentar a satisfação do cliente e melhorar a reputação da empresa. A comunicação também é fundamental para a resolução de problemas e conflitos com os clientes, permitindo que a empresa compreenda suas necessidades e ofereça soluções adequadas.

Por fim, uma comunicação eficaz é essencial para o sucesso de uma organização em vários aspectos, desde o ambiente interno de trabalho até o relacionamento com clientes e fornecedores. Portanto, investir em uma comunicação clara, transparente e eficaz é crucial para garantir o sucesso e a sustentabilidade da empresa e este projeto poderá contribuir para estas questões.

2 METODOLOGIA

Com a orientação do professor, a turma será dividida em três grupos de trabalho. O grupo (a) pesquisará a fundamentação teórica; o grupo (b) elaborará o questionário, e o grupo (c) analisará os dados e confeccionará a cartilha informativa. Sob a supervisão do professor, o grupo de trabalho (a) pesquisará sobre as teorias e boas práticas da comunicação organizacional enquanto o grupo (b) elaborará um questionário quali-quantitativo no formulário Google para a coleta de dados; Os alunos selecionarão três empresas de Caçador conforme a turma possua um aluno colaborador atuando em uma delas. A turma encaminhará previamente um requerimento solicitando para realizar a pesquisa com seus colaboradores. O grupo de trabalho (c) reunirá e analisará os dados/informações coletados com o objetivo de tipificar e avaliar a qualidade das comunicações praticadas nessas empresas; Por fim, o grupo de trabalho (c), com o apoio do professor-coordenador, fez propostas de melhorias e encaminhou às empresas envolvidas no projeto na forma de uma cartilha informativa.

3 RESULTADOS

Com base nas respostas dadas, concluiu-se que a maior parte dos participantes da pesquisa não receberam orientações ou recomendações específicas sobre o uso da netiqueta em comunicações eletrônicas internas e externas. Entretanto, como mencionado no referencial teórico, o uso da netiqueta é muito importante para uma comunicação clara, objetiva e padronizada dentro da empresa e a falta da

netiqueta pode atrapalhar as relações entre os setores.

4 DISCUSSÕES

O que chamou a atenção nos resultados da pesquisa foi que essas boas práticas comunicacionais, especialmente as realizadas pelas chefias imediatas, parecem ser baseadas somente em características pessoais e não fruto de estudos ou leituras sobre o tema da comunicação. Os dados revelaram também que muitos participantes não sabem sobre conceitos como ‘comunicação assertiva’, ‘comunicação não-violenta’, ‘feedback estruturado’ ou ‘netiqueta’, o que leva a acreditar que não há, dentro das empresas participantes, iniciativas para promover e disseminar tais conhecimentos teóricos entre os seus colaboradores.

5 CONCLUSÃO

Os dados coletados pelo questionário permitem concluir que boa parte dos colaboradores participantes considera a comunicação verbal falada e escrita e a mediada por meios eletrônicos praticadas no local de trabalho como sendo predominantemente positivas. Isto pode ser consequência do perfil da maioria dos participantes desta pesquisa, pois eles atuam na organização A, ligada à assistência social e educação filantrópica, sem fins lucrativos que mantêm programas e projetos das políticas públicas de educação e assistência social. Por sua natureza assistencial, espera-se que seus colaboradores já tenham um perfil mais acolhedor e compreensivo, o que provavelmente se reflete também em suas interações comunicacionais.

Por outro lado, entende-se que a difusão dos conhecimentos da área de comunicação é importante e necessária, o que tornaria as interações comunicacionais nestas empresas ainda mais claras, objetivas e assertivas, tanto com o seu público interno como externo.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Ricardo de. Comunicação técnica: linguagem & correspondência / Ricardo de Campos. Caçador: Ed. do autor, 2018.

DORIGON, Flávio Luiz. Direto ao ponto : comunicação assertiva / Flávio Luiz Dorigon. – São José-SC: Grupo Alicerce, 2021. 10 p. – (Primeiras palavras)

GEVAERD, Esterzinha Alda Pereira. Comunicação / Esterzinha Alda Pereira Gevaerd. 2. ed., rev. e atual, 2010.

GUERREIRA, Carmen. A arte da mensagem: as 10 técnicas para escrever melhores e-mails profissionais, no notebook, no smartphone ou no tablet / Carmen Guerreiro. Língua Portuguesa. v. 8, n. 87, 2013

LUIZARI, Kátia. Comunicação empresarial eficaz: como falar e escrever bem / Kátia Luizari. - Curitiba : IBPEX, 2010.

ROSENBERG, Marshall B. Comunicação não-violenta: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais / Marshall B. Rosenberg; [tradução Mário Vilela]. – São Paulo: Ágora, 2006.

_____. Vivendo a comunicação não violenta [recurso eletrônico]/ Marshall Rosenberg; tradução de Beatriz Medina. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

TAJRA, Sanmya F. Comunicação e Negociação: Conceitos e Práticas Organizacionais. Editora Saraiva, 2014.