



Uma nova comunicação para um novo profissional

Entender o colaborador contemporâneo é chave fundamental para que a relação com esse público ganhe em efetividade e atenda os objetivos da organização

Nós, que atuamos na área da comunicação empresarial, não devemos perder de vista um aspecto fundamental dessa atividade que é, sem sombra de dúvida, uma das mais importantes dentro do processo de gestão das organizações. Trata-se do conhecimento sobre quem é esse novo trabalhador e que sentidos ele vem atribuindo ao trabalho que realiza ao longo dos últimos anos. Essa é uma chave fundamental para que a comunicação ganhe em efetividade e atenda aos objetivos da organização, porém, considerando que esses resultados devem se refletir também na vida do trabalhador, dentro e fora da organização.

Faz-se necessário considerar, para fins de introdução ao tema, que o homem se

sobressaiu perante os demais animais na natureza por ter desenvolvido algumas habilidades ímpares, dentre elas a capacidade de se comunicar de forma complexa e desenvolver seus próprios instrumentos de trabalho, podendo utilizar os recursos naturais disponíveis em seu favor.

A evolução, porém, deu ao homem certas características e tomou outras. Perdemos uma série de instintos mais primitivos, necessários à luta pela sobrevivência e ganhamos em capacidade inventiva e transformadora. Comunicação e trabalho são elementos centrais na evolução da vida humana.

Com a evolução científica e tecnológica, principalmente a partir do início do século XX, o ambiente de trabalho se modificou profundamente, tanto na sua orga-

nização, quanto no sentido que os trabalhadores atribuem ao trabalho.

A comunicação, por sua vez, pode auxiliar na construção do sentido do trabalho para esse trabalhador e criar um ambiente favorável em que os relacionamentos fluam de forma natural por meio do fortalecimento do diálogo e da participação, em que todos ganhem em termos de produtividade e realização. Comunicação e trabalho são, também, elementos fundamentais para que se possa resgatar, no sentido de liberdade, a condição ideal de vida para os trabalhadores.

Em seu livro "Trabalho e sociedade em transformação: mudanças produtivas e atores sociais", Márcia de Paula Leite afirma que o "conjunto de transformações econômicas que vêm ocorrendo em nível

mundial desde os meados dos anos 1970 implica reconhecer, portanto, que vivemos um processo mundial de transformações”. A discussão desse tema é ampla e vai desde o prognóstico do fim da centralidade do trabalho na sociedade até o surgimento da sociedade do não-trabalho.

A ruptura do modelo “Fordista” ou “Taylorista”, nos anos 1970, que introduziu a linha de montagem e a fabricação de produtos padronizados em grande escala, provocou uma discussão sobre o seu significado e pouco a pouco um novo arranjo foi se evidenciando, o chamado “modelo flexível”, idealizado a partir dos anos 1950 por Eiji Toyoda e Taiichi Ono e conhecido pela introdução da melhoria contínua, foi se firmando.

Abre-se, portanto, uma discussão sobre um novo paradigma a ser vivenciado em meio à complexidade do conhecimento científico acumulado e a necessidade de se quebrar as barreiras da especialização. Surge, também, a necessidade de se estabelecer uma nova comunicação entre o emissor e o receptor (Leite, 2003).

Para tanto, se faz necessário resgatar a discussão sobre o sentido do trabalho para o trabalhador dentro da organização e os aspectos comunicacionais que estão relacionados à formação desse sentido, pois o trabalho torna-se mais reflexivo e envolve o uso de signos, símbolos e códigos. A capacidade de comunicação torna-se tão central como o conhecimento técnico aplicado ao trabalho (Markert, 2002).

Nem a comunicação nem o trabalho e seus processos precisam abrir mão das facilidades criadas pela tecnologia, porém, esse não deve ser o único caminho para equilíbrio entre as necessidades da empresa e as do trabalhador. Faz-se necessário resgatar o homem (trabalhador em todos os níveis hierárquicos) como protagonista dessa gestão empresarial que pretende estabelecer o equilíbrio entre as facilidades proporcionadas pela tecnologia e as necessidades dos trabalhadores e da empresa.



DIVULGAÇÃO

Paul Edman acredita que a comunicação deve ser estruturada como um processo

Uma das principais discussões atuais acerca da gestão da comunicação organizacional e as formas de trabalho refere-se à necessidade de uma visão participativa. Nessa perspectiva, a comunicação deixa de ser um instrumento cujo objetivo maior é o de gerar conformidade e obediência às diretrizes previamente estabelecidas pela organização.

O sentido desvirtuado que se dá ao trabalho fora observado por Erich Fromm (1984) dentro de uma sociedade alienada, na qual a falta de sentido para o trabalho pode ser considerada uma condição antinatural e que pode levar ao trabalho descuidado e à infelicidade.

Os estudos sobre os sentidos do trabalho surgiram de forma mais sistematizada a partir dos anos 1980, na psicologia organizacional, e têm como um de seus principais representantes a pesquisa do grupo *MOW - Meaning Of Work* (1987) realizada em oito países (Borges e Filho, 2001).

Estelle Morin (2002) afirma, a partir de novos estudos realizados, que “o trabalho conserva um lugar importante na sociedade. E mesmo que ganhássemos muito dinheiro para viver confortavelmente pelo resto da vida, mesmo assim a maioria de nós ainda trabalharia”, pois existem outras razões para o trabalho. Trabalhar ainda nos dias atuais conserva esse caráter de relacionamento e um sentimento de vinculação, além de evitar o tédio.

Para Estelle Morin (2002), um trabalho que tem sentido é feito de maneira “eficiente e gera resultados, é intrinsecamente satisfatório, é moralmente aceitável, é fonte de experiências de relações humanas satisfatórias, garante segurança e autonomia e é aquele que nos mantém ocupados”.

Portanto, antes de pensarmos a comunicação enquanto atividade, cabe-nos entender as suas inter-relações com os demais campos da organização para que possamos estruturá-la como processo. Pode estar aí a chave para atingirmos a eficácia comunicacional e resultados sustentáveis. ■

Paul Edman

Gerente de Comunicação da Petrobras,
Revap – Refinaria Henrique Lage

Edna Maria Querido de Oliveira Chamon

Pós-doutora em Psicologia Social e do Trabalho pela UNICAMP

Saiba mais

BORGES, L.O.; FILHO, A.A. - *A mensuração da motivação e do significado do trabalho*. In: *Estudos de psicologia*. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2001.

FROMM, E. - *Piscanálise da sociedade contemporânea*. Círculo do Livro, 1984.

LEITE, M.P. - *Trabalho e sociedade em transformação: mudanças produtivas e atores sociais*. Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

MARKERT, W. - *Trabalho e Comunicação: reflexões sobre um conceito dialético de competência*. In: *Educação & Sociedade*, ano XXIII, nº 79, agosto de 2002.

MORIN, E. - *Os sentidos do trabalho*. ERA, ago/set/out. 2002.