

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A DIVERSIDADE DE GÊNERO LONDRINA 2019

Pedro Henrique Oliveira de Jesus, Jorge Gabarino

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de estudo, expor os fundamentos da comunicação organizacional, mostrando que a comunicação é o instrumento fundamental para poder alcançar os objetivos das instituições. Em seguida será abordado o tema da diversidade de gênero e a importância dela nas instituições. Vivemos em um século onde a diversidade está em todos os cantos, mas muitos não aceitam e acabam cometendo até mesmo crimes contra grupos LGBTs, para demonstrar a importância desse processo passarei por um estudo de caso, mostrando como é o trabalho e como se dá a comunicação dentro da instituição que M. Gomes (homossexual) é gerente de setor se dá com seus funcionários.

Introdução

A comunicação é uma das ferramentas mais importantes dentro das organizações, pois é através dela que conseguimos passar a diante nosso conhecimento e toda a experiência adquirida as outras pessoas, seja de nosso grupo ou não, hoje em dia esse importante ferreta ajuda muitos gestores a direcionar o funcionamento das suas equipes e conseguindo assim criar uma imagem uma organização para as instituições. A partir disso trarei diversos fundamentos e áreas que a comunicação se encaixa, passando por Comunicação Institucional, Comunicação interna, Comunicação Integrada entre outras. Ao meu ver a comunicação integrada é a mais difícil de lidar dentro das instituições, pois muitas das vezes o significado que um gestor está tentando passar pode ser corrompido e entendido de diferenças formas dentro da instituição. A partir dessa fundamentação, podemos ver que a comunicação é algo primordial para um bom desempenho da equipe e da organização, e como vivemos em um mundo diversificado, podemos contar com a ajuda da Diversidade de Gênero, que trazendo o Grupo LGBTs, para as instituições conseguimos alcançar uma grande parte da sociedade, não focando apenas em um único grupo mas em seu todo. Conceito de comunicação organizacional: A comunicação organizacional é de total importância dentro das instituições, pois está se refere a todos os meios estratégicos que uma organização tanto pública como empresarial utiliza, para a interação e relacionamento da empresa com o seu público, conseguindo assim criar uma imagem da organização dentro do mercado. A comunicação organizacional tem o foco de construir uma conexão entre membros internos e externos a instituição. Mas a comunicação não é apenas isso segundo Deetz, devemos prestar a atenção pois a comunicação é também a transmissão de significado, de informação de conhecimento e aos efeitos de diferentes mensagens.

Contudo, essa forma de se transição, vem sendo cada vez mais reconhecida, pois é um processo fundamental para a criação das organizações existentes e com o ponto fundamental de análise da produção e reprodução organizacional. Para que haja uma gestão de relacionamento deve se ter uma comunicação organizacional, pois sem ela a gestão se torna ineficaz. As estratégias utilizadas pelas organizações são diversificadas, adequadas ao perfil dos tipos de públicos que estão querendo alcançar dirigindo assim as mensagens adequadas a cada tipo de público, esse processo de comunicação envolve todos os setores das instituições, proporcionando assim resultados eficientes aos objetivos que desejam alcançar. As diferentes áreas da Comunicação Organizacional. A comunicação Organizacional está situada em diferentes Áreas, sendo elas: Comunicação Institucional, Interna, Mercadológica, Endomarketing e a Comunicação Integrada. Esses diferentes tipos de comunicação contribuem para alcançar os diversos públicos, como também para o desenvolvimento do meio interno e para a criação de uma imagem pública das instituições. Cada área se situa em tais funções: * Comunicação Institucional / Comunicação mercadológica: Ambas com o objetivo de criação de uma imagem positiva da organização, mostrando para tanto o meio externo como o interno quais as políticas e os objetivos das organizações, estas são de responsabilidade de estratégias de marketing, publicidade, propaganda, eventos corporativos, feiras... todos os meios que possam promover a marca, produtos e serviços, conseguindo assim criar uma imagem da instituição conquistando uma visibilidade no mercado. Comunicação interna: tem como a função de comunicação como o meio interno das instituições, para demonstrar os objetivos alcançados pelas instituições e o desenvolvimento de toda a empresa, são utilizados os meios de intranet, jornal mural, impressos, redes sociais, entre outras formas, todas com o intuito de comunicação da gestão com os diversos setores da instituição. Comunicação Endomarketing: tem como foco o público interno das instituições, criando uma relação harmoniosa entre valores e imagem destas organizações, esse meio de comunicação utiliza os treinamentos, campanhas, eventos para melhorara cada vez mais o meio interno organizacional estimulando o crescimento da produtividade dos seus funcionários. Esta forma de comunicação, fica por responsabilidade do marketing que faz um trabalho para o meio externo e interno, mas Sempre promovendo os valores da instituição Comunicação Integrada: Este meio de está situado na comunicação para o fluxo de informações tanto vertical como horizontal, para que essa transmissão de informação decorra sem nenhum “ruído”, podendo assim prejudicar as relações internas e externas da organização. A “Comunicação Integrada”, é o mais importante e a mais complicada dentro da organização pois deve se tomar todo o cuidado com as informações que são passadas do nível mais baixo para o alto como vice e versa, pois, como dentro de uma organização temos as informações horizontais, essas podem ser interpretadas de formas diferentes pelos grupos que constituem a organização, causando assim uma falha na comunicação e

causando prejuízos na comunicação organizacional, podemos dar um exemplo dessa comunicação o do jogo “TELEFONE SEM FIO”, que muitas das vezes a mensagem passada do primeiro integrante quando chega no ultimo está totalmente diferente da que foi dita no início.

A Comunicação Como Forma de Disseminação do Significado

Diversas formas de compreensão do significado podem ser disseminadas, comparando o seu foco nas pessoas. O foco relacionado as pessoas sustentam que os significados são formados individualmente, a informação utilizada na linguagem cotidiana das pessoas é algo fundamental, pois é a partir dela que o sentido do conhecimento que quer ser transmitido é chegado em um comum acordo entre a sociedade. É pela comunicação que as pessoas conseguem transmitir o significado, um exemplo disso em uma instituição é quando o gestor se comunica com seu grupo seja pela comunicação pessoal ou por e-mail, e este passa uma informação aos funcionários, neste momento ele está demonstrando a experiência que adquiriu e quer passar aos funcionários, cabe a partir deste momento cada qual entender o significado da ordem que seu gestor quer passar, como diz Deetz em seu trabalho, “Geralmente associadas a modelos lineares de interação, essas teorias consideram a comunicação como um meio de transmitir significado, informação e conhecimento a outros.

ESTUDO DE CASO: M. GOMES LIDER DE SERVIÇO “FOREVER”

A comunidade de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Queer (LGBTQ) representa quase 10% da população brasileira, mas enfrenta dificuldade para se inserir no mercado de trabalho. Essas pessoas sofrem todos os dias com a exclusão, com o preconceito, com a violação de seus direitos, com a dificuldade de acesso à educação e ao mercado de trabalho. Em geral, as empresas estão longe de promoverem inclusão e respeito à população LGBTs. Todavia uma empresa mundial vem demonstrando que a diversidade de gênero é algo importante e que merece a união e a luta de todos. M.Gomes homossexual e Líder de Serviços trabalha na empresa Forever21 que se preocupa muito com esse processo que estamos passando, segundo M.Gomes hoje a sede da empresa em Londrina consta com 80% dos funcionários que são LGBTs, uma empresa que em todos os ambientes o respeito em relação a cor, religião, orientação sexual, são princípios fundamentais e as ideias para a melhoria da organização e o crescimento de todos estão sempre surgindo, em relação aos funcionários dessa organização M.Gomes diz que nunca sofreu nenhum tipo de preconceito, já que todos lutam pelas mesma causa e pela igualdade, mas em alguns momentos do dia-a-dia de seu trabalho já sofreu muito preconceito por parte dos clientes que vão até a loja. Foi questionado ao entrevistado como se dá a comunicação dele como Líder com os demais funcionários, já que a

comunicação é algo fundamental nas organizações, o mesmo informou que existe uma relação extremamente saudável e é um ambiente totalmente confortável, a alguns dias uma situação ocorreu, M.Gomes chamou a atenção de um membro da equipe, e o mesmo não aceitou muito bem, posteriormente solicitou uma conversa com o mesmo e simplesmente o funcionário virou as costas e foi embora se negando a uma conversa, alguns dias depois viu que estava errado e pediu perdão pelo fato, como líder M.Gomes analisou o comportamento funcionário e concluiu que tal comportamento seria igualmente com qualquer outro membro da equipe, sendo assim uma atitude sem preconceito algum, mas algo apenas do momento. M.Gomes relata também que já passou por momentos de preconceito dentro do ambiente de trabalho, onde clientes utilizaram um discurso do tipo: “Você que é o Gerente? (Tom de Deboche), vocês deveriam contratar mais mulheres aqui, eu não me sinto confortável sendo atendido por tanto VIADO, e até risadas de homens em grupo”, quando o mesmo passou por perto. Podemos ver que vivemos em uma sociedade doente, que talvez estamos longe de uma discussão saudável sobre diversidade de gênero, pois temos muitas pessoas imaturas que não respeitam o próximo. A diversidade hoje dentro das instituições é algo fundamental para o ganho da equipe e das empresas, pois é com ela que surgem novas ideias, conseguindo assim alcançar 100% da sociedade, seja de grupos heteros ou de grupos LGBTs.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância desse artigo, foi a de demonstrar que sem uma comunicação dentro das organizações, os objetivos das instituições podem não ser alcançados, pois com a comunicação podemos abrir a nossa visão e alcançar uma parte maior da sociedade, com a diversidade de gênero, esses objetivos de alcançar uma parte maior de público pode ser ainda mais fácil, pois esse grupo LGBTs dentro das instituições podem trazer ideia inovadoras que agradem todos os outros grupo da sociedade, em pleno século 21 não podemos mais pensar apenas em homem e mulher, pois estamos vivendo em um mundo diversificado, e por mais que muitos não gostem desse “novo” grupo, devemos sim pensar neles e adquirir as ideias que podem nos oferecer.

Referencial

Comunicação e organização: Reflexões, processos e Práticas, MARCHIORI.marlene. <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-comunicacaoorganizacional#%E2%80%9D01%E2%80%9D>
<http://www.dm.com.br/cotidiano/2018/08/diversidade-de-genero-no-mercado-de-trabalho.html> <https://blog.teclogica.com.br/comunicacao-organizacional/>