

O COMPORTAMENTO PRÉ-ESTABELECIDO NAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS ORGANIZACIONAIS

BEHAVIOR PRE-SET IN RELATIONS INTERPERSONAL ORGANIZATIONAL

Recebido: 04/06/2015 – Aprovado: 22/09/2015 – Publicado: 03/11/2015

Processo de Avaliação: Double Blind Review

Newton Fernandes de Ávila¹

newtonavila@hotmail.com

Graduado em Comunicação Social

Especialista em Gestão de Pessoas

UCS (Universidade de Caxias do Sul)

RESUMO

O presente artigo permite um estudo sobre o comportamento e a comunicação e, tem a preocupação não somente de informar, mas, fazer refletir as ações e reações em um universo contemporâneo. Assim, para atingir o objetivo proposto, buscou-se como metodologia, o referencial teórico relacionado ao conhecimento e a comunicação nas organizações. Desta forma, constatou-se a necessidade do indivíduo de estar em constante aprendizagem para assim criar e estabelecer proximidades entre a ação e a capacidade de ultrapassar limites, não se restringindo o conhecimento ao pensamento e sim a aplicação prática da comunicação, permeando a percepção e modificando comportamentos.

Palavras-chave: Comportamento; . Conhecimento; . Comunicação; Organizações.

¹ Autor para correspondência: Universidade de Caxias do Sul, Rua Presidente Kenedy, 2020, Bairro Vitória, Vacaria, RS, Brasil, CEP 95200-000.



ABSTRACT

This article provides a study on the behavior and communication, and takes care not only to inform, but to reflect the actions and reactions in a contemporary universe. Thus, to achieve the proposed objective, it sought as methodology, the theoretical framework related to knowledge and communication in organizations. Thus, there was the need of the individual to be constantly learning in order to create and establish close between the action and the ability to push boundaries, not limited knowledge at the thought, but the practical application of communication, permeating the perception and modifying behaviors.

Keywords: Behavior. Knowledge. Communication. Organizations.



1 INTRODUÇÃO

O indivíduo caminha movido pela formação do conhecimento (linguagem e pensamento) e se traduz pelo reflexo de seu comportamento diante de um cenário em constante transformação. Diante de uma realidade complexa e dinâmica, caracterizada não apenas pelas mudanças, mas também, pela velocidade com que se processam tais mudanças e provocam a evolução (DRUCKER, 1995).

Contudo, perceber essas mudanças pressupõe entender como se processa o comportamento, gerador de cultura e conhecimento, e qual a sua implicação nas relações interpessoais organizacionais. Dessa forma, os indivíduos são atores sociais num mundo em que fatores como modernidade, estabilidade, objetividade, certeza e controle, cada dia mais, necessitam ser discutidos e redimensionados. Assim, faz-se necessário empreender atitudes que se diferenciem e propor ideias inovadoras e sustentáveis para manter-se no mercado competitivo, além de ter pleno domínio de seu corpo e suas reações frente ao desconhecido.

Não é possível eliminar a complexidade inerente a qualquer circunstância onde esteja o indivíduo, nem anular suas ações, interações ou retroações, é preciso que haja a mediação de conflitos internos e externos ao indivíduo posto em ação, e que suas contradições, simultaneidades, paradoxos que marcam o cotidiano, sejam repensados na aplicação de seu comportamento (MORIN, 1996).

Busca-se neste artigo através de pesquisa documental, compreender as questões relativas ao comportamento e à comunicação frente ao conhecimento. O objetivo, com isso, é apresentar a influência do conhecimento e da comunicação, no comportamento pré-estabelecido, nas relações interpessoais organizacionais.

Assim, para atingir o objetivo proposto, buscou-se o referencial teórico relacionado ao conhecimento e a comunicação nas organizações.

2 O COMPORTAMENTO SEGUIDO DE REGRAS



Nascem livres, mas quando crescem os indivíduos são amoldados. Partindo dessa premissa, pode-se dizer que os indivíduos, em alguns casos, são levados a um universo onde o crescimento pressupõe individualizar-se. E para muitos, a individualização é objeto de distância, e o conhecimento (linguagem e pensamento), se torna unidirecional, o que fragmenta o indivíduo, explicitando partes numa composição quebrada. Assim, como possibilitar vínculos, se o ser humano em sua extensa sabedoria de informações se diz conhecedor do mundo? (MORIN, 2005)

Entende-se por conhecimento a informação interpretada, ou seja, o que cada informação significa e que impactos no meio cada informação pode causar, de modo que a informação possa ser utilizada, para importantes ações e tomadas de decisões. Nas palavras de Wolton (2010), informar não é comunicar. E comunicar, predispõe troca, interações e relações. Pode-se dizer então que, o indivíduo humano é tido como alguém que pressupõe convivência e afeto (ZIMERMAN, 2010).

Portanto, tem-se a ideia de que os homens são individuais na contemporaneidade, onde a aglutinação de informações, os torna estáticos e sem reação (BAUMAN, 2001).

Chama-se de comportamento àquilo que se percebe das reações de um indivíduo ao ambiente que o cerca e que são, por sua vez, influenciadas por fatores internos variáveis. Essas reações geralmente envolvem movimentos. Algumas vezes, as reações podem ser pouco óbvias. Segundo Darwin (1850) apud Chanlat (1993), cada espécie é dotada de seu próprio repertório peculiar de padrões de comportamento, da mesma forma que é dotada de suas próprias peculiaridades anatômicas.

O estudo do comportamento começa com observações dos movimentos, postura e outros aspectos de um indivíduo. “O comportamento altera o meio através de ações mecânicas, e suas propriedades ou dimensões se relacionam frequentemente, de uma forma simples, com os efeitos produzidos” (SKINNER, 1978, p. 03). Apenas através da observação atenta e repetida do indivíduo é que se torna possível reconhecer suas manifestações internas e externas na relação com os estímulos ambientais.

Desta forma, há cinco questões importantes que se pode propor sobre o comportamento. Qual a sua causa? Qual a sua função? Como se desenvolve o padrão comportamental? Como evoluiu? Quanto pode modificar-se no decorrer da vida do indivíduo?

Pode-se entender o comportamento como um conjunto de reações e atitudes, uma maneira de portar-se e reagir perante aos estímulos e em relação ao outro e, que variam de acordo com as



circunstâncias em que se apresenta o indivíduo em face do seu meio social (CHANLAT, 1993). Dos tipos de comportamento visíveis é possível citar o consciente, que se realiza na sequência de um processo de raciocínio, o inconsciente, que ocorre de forma praticamente automática, sem refletir sobre a ação, o privado, que ocorre na intimidade e o público, partilhado com os outros indivíduos.

O comportamento considerado a partir da ação é uma face que permite a interação com o mundo, e suas proporções observadas pela reação, ocasionam as multiplicidades de interpretação que podem inibir ou transgredir o indivíduo que se encontra em exposição (CHANLAT, 1993). Todavia, a atitude e o comportamento, sem pré-julgamentos, tem sido instrumento de interesse e de análise desde os filósofos gregos, época em que tiveram início esses estudos, até os tempos modernos.

Em sua longa existência sobre as pesquisas comportamentais, somente com o avançar dos séculos, intensificando estudos, possibilitando erros, falhas e correções, os experimentos resultaram desenvolvimentos teóricos e práticos que ocasionaram os avanços sobre o olhar do comportamento no indivíduo. E dentre as ciências que fizeram parte de um aprofundamento nos estudos referentes, estão a filosofia, com suas ideias desenvolvidas no século VI a.C., com o filósofo grego Tales de Mileto e, mais tarde, com Platão, Sócrates e Aristóteles; a física, com os fenômenos naturais e propriedades da matéria; a biologia, com a estrutura, a função e a evolução dos seres vivos; a psicologia, produto dos séculos XIX e XX, com as relações entre os sentimentos, pensamentos, emoções, fenômenos psíquicos e seus efeitos sobre o comportamento humano; a sociologia, com a interação e relação social entre indivíduos; a antropologia, que estuda e classifica, sob os aspectos biológicos e culturais, todos os grupos em que se constitui o gênero humano; dentre outras (ROSA, 2012).

Quando o comportamento seja ele verbal ou não verbal é controlado por comportamentos sociais que incluem respostas específicas, fala-se de comportamento controlado por regras, gerando a comunicação interpessoal com ações, reações e influências (CHIAVENATO, 2010).

O comportamento versa uma pluralidade de contextos que dependerão do ambiente e da estrutura propulsora de manifestação dos sentimentos, o que vem ao encontro com o que McLuhan (2001) afirma que o meio é a mensagem, exteriorizada pelo corpo num processo de movimentação. Assim, por toda a forma de manifestação apreendida a um corpo na existencialidade, há a movimentação assimétrica que produz um efeito de silêncio ao



manifestar o constructo do intelecto (FOUCAULT, 2006). Pois, pode-se pensar um corpo que exprime uma ânsia de comunicar uma linguagem, que vira, revira e procura no pulsar do entendimento a relação entre cultura adquirida e comportamento percebido.

Desta forma, percebe-se que, a linguagem corporal quando observada em seus íntimos detalhes revela que a comunicação não verbal, a expressão das emoções e das atitudes, depende principalmente da exteriorização do comportamento do indivíduo na comunicação e, permite o estabelecimento, o desenvolvimento e a manutenção das relações sociais.

Os sinais não verbais são como uma lentilha, cujas duas faces correspondem à codificação e à decodificação: de um lado, examina-se aquilo que determina seu aparecimento; de outro lado, examina-se como são percebidos pelas pessoas, na suposição de que nessa percepção transparecem as condições iniciais do aparecimento (CHANLAT, 1993, p. 28-29).

A gestualidade tem fundamental importância na manifestação do comportamento e da comunicação, tanto que Santaella (2005) expõe que os indivíduos se comunicam por meio de vários sinais e símbolos como imagens, setas, números, luzes, objetos, sons, gestos, expressões, olhar, cheiro e tato, e também no sentir e tocar. A autora ainda diz que, “somos uma espécie animal tão complexa quanto são complexas e plurais as linguagens que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem” (SANTAELLA, 1985, p. 10).

Quando se vivencia, a todo tempo e recorrentemente, a completa construção e desconstrução dos sentidos, das formas e dos significados, os indivíduos cidadãos, que também são os trabalhadores empregados nas empresas, ao verem o presente sendo determinado e conduzido pela antecipação do futuro, e as inovações convivendo com a necessidade de resgate do passado, apelam para os espaços organizacionais como espaços de referência e de relações, de trocas de recursos e de informações, como espaços capazes de proporcioná-los certa história, uma sensação de pertencimento e uma identidade, o que se processa através das atividades de comunicação organizacional (CHIAVENATO, 2010).

Porém, ao estar inserida num ambiente profissional, a preocupação com a aceitação leva, muitas vezes, à retração do indivíduo frente ao desconhecido, provocando ao invés do resgate da identidade, a convivência com o medo e a frustração, frutos da inconsciência e da inferioridade (sentida de si) situada neste indivíduo, e o leva a pensar que se movimenta e se expressa de forma errada ou diferente dos demais, causando o afastamento dos outros, o que na verdade, é o próprio indivíduo o criador da barreira e do impedimento da aproximação (ZIMERMAN, 2010).



Dessa forma, é muito importante para qualquer organização que seus funcionários sejam valorizados. Para Bueno (2009, p. 95-96), é preciso estabelecer uma comunicação interna dialógica, que não distancie os funcionários do processo de tomada de decisões. Para ele, “o protagonismo na comunicação interna, a elevação do funcionário à condição de sujeito, a redução dos níveis hierárquicos e o diálogo construtivo são atributos inegociáveis de uma organização e de uma sociedade modernas”.

Sobre o assunto, Duarte e Monteiro (2009, p. 241) afirmam que “para fazer a comunicação organizacional fluir, é preciso criar uma consciência comunicativa. E isso só é possível a partir de uma cultura organizacional em que prevaleçam um ambiente de transparência, confiança e o estímulo à cooperação”.

Só assim, a coletividade e a interação social, serão uma estrutura diferenciada do modo de comportamento aplicado na relação-convívio em sociedade por meio dos indivíduos criando vínculos, comprometimento e confiança. E essa mudança comportamental irá gerar estímulos, novas possibilidades de conhecimento e troca de experiências favoráveis ao crescimento individual e organizacional.

3 AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS NOS GRUPOS DE INDIVÍDUOS E NAS ORGANIZAÇÕES

Conforme McLuhan (2001), séculos após a invenção da escrita outros meios de comunicação começaram a se desenvolver. A tipografia possibilitou a produção dos primeiros livros impressos e o desenvolvimento da imprensa, acompanhando a evolução e as necessidades comunicacionais dos indivíduos em sociedade. Essa evolução prossegue até os dias atuais, quando se vivencia a era digital com a comunicação instantânea através da internet. Assim, é possível dizer que o campo comunicacional se amplia de acordo com a evolução da humanidade.

Com os avanços tecnológicos, as relações também se configuram em outra estruturação, mudando o contexto informativo e o convívio entre as pessoas. Essa configuração induziu um novo contexto de sociabilização, onde as tecnologias de informação e comunicação estão



interferindo na vida das pessoas, tanto nas ações pessoais, como nas esferas sociais, políticas, econômicas e nas suas relações com o tempo e o espaço (LÉVY, 2010).

Parte-se da hipótese de que as relações entre o homem e o que lhe é externo (os dados brutos da realidade) são sempre mediadas por operações semióticas² que traduzem as informações exógenas em signos com os quais a mente opera, a partir da percepção. É assim, pela percepção – e pela lógica semiótica que a governa – que os dados do real, tornam-se signos com os quais a mente lida. Se é pela linguagem e pelas línguas em particular que a realidade experiencial fica plasmada, não é senão pelas portas da percepção que, tem-se acesso a essa realidade (SANTAELLA, 2005).

Assim, a relação entre quem é a organização e a percepção de seus grupos de relacionamentos pode significar uma construção de sentido em que os resultados dos olhares internos e externos sejam coerentes e consistentes com sua cultura, valores, ações e premissas organizacionais. As construções simbólicas ocorrem em espaços sociais reais ou imaginários, em que as construções e desconstruções criam sentido, formam conceitos, impõem linguagens, numa tecelagem de leituras e releituras (MARCHIORI, 2004).

O desenvolvimento tecnológico e a crescente preocupação com a competitividade de países, organizações e indivíduos, têm ampliado a mobilidade das informações, dos costumes, dos próprios indivíduos e das organizações, o que extrapola limites locais e nacionais e promove impactos na sociedade (FREITAS, 1999).

Para estar no mercado, a organização, na era da globalização, necessita estar atenta às oportunidades e ameaças que o ambiente externo trará. Tornar com a preparação das equipes, a agilidade de pensamento e resolução e, permitir a flexibilidade para os desafios e mudanças constantes, onde a competição exige qualidade e inteligência para permanecer no mercado.

Dentre os fatores que mudaram o foco de uma sociedade industrial para uma sociedade do conhecimento, pode se destacar, desde transformações na economia até a mudança de perfil exigido para um funcionário conseguir destaque numa organização. A revolução da informação exige uma maior necessidade de se gerar inovações, no indivíduo e na empresa, usando constantemente da criatividade, sendo dessa forma, um fator crucial para a sobrevivência das organizações e deste indivíduo frente às flexíveis mudanças, que devem acompanhar um repensar na formação do comportamento para adquirir espaço na contemporaneidade mutável a todo instante (CHIAVENATO, 2010).

² É a ciência geral dos signos e da semiose que estuda todos os fenômenos culturais como se fossem sistemas sígnicos, isto é, sistemas de significação (NÖTH, 2003, p. 18).



A organização precisa atuar como um corpo, gozando de perfeita harmonia entre seus órgãos. A missão, a visão, os valores e as políticas são as bases das ações de cada elemento da organização. Essas bases adequadamente integradas constroem a harmonia do corpo organizacional, contribuindo para a eficácia e o desenvolvimento da organização. Para que isso ocorra deve haver um trabalho de comunicação estrategicamente conduzido, fazendo com que essas bases essenciais permeiem as ações de cada elemento da organização (CHIAVENATO, 2010).

É preciso então, olhar a organização de forma diferente, para permitir a percepção de que o indivíduo é parte e fique motivado. Assim, é possível fazer com que todos sejam envolvidos em todo o processo, pensando estrategicamente e gerindo as ações necessárias e haja um comprometimento comum com as decisões tomadas e, uma busca permanente para superar as fraquezas do ambiente interno, permeando o agir frente às ameaças e oportunidades do ambiente externo (CHIAVENATO, 2010).

Segundo Marchiori (2008), é indispensável nesse contexto, comunicar de forma eficaz, para que o desenvolvimento de processos interativos permita às pessoas, explorar suas potencialidades e se desafiar como seres humanos. Esses processos possibilitam aprender, conhecer e educar para novas realidades, e também desenvolver um indivíduo e uma organização mais humana, interativa e relacional.

As novas concepções de comunicação vêm demonstrando que, a comunicação é construída da formação do significado compreendido e interpretado pelo indivíduo, da informação, do conhecimento, da transparência, bem como do grau em que esse processo é livre e aberto em relação à inclusão das pessoas e do seu contexto.

Assim, o corpo é o meio, que expressa suas ações e reações, no ato de comunicar, e seu comportamento se molda se fechando ou se abrindo para as intencionalidades das coisas. O corpo é o ponto de vista sobre o mundo, ele é fonte de sentido das coisas no mundo, cria significações e é o lugar em que a existência assume certa situação, tendo em vista as tarefas que visa realizar, que fornecem o sentido para a atividade corporal e relaciona a discordância entre a visão que o homem pode ter de si mesmo pela reflexão ou consciência, e aquela que se obtém relacionando suas condutas às condições externas das quais elas dependem (MERLEAU-PONTY, 1975).

Em igual equilíbrio a isso, tem-se a transparência das organizações. Ser transparente passou a ser um imperativo para as organizações contemporâneas. Trata-se de disponibilizar a



acessibilidade, para os *stakeholders*, às informações institucionais referentes a assuntos que afetem seus interesses. A transparência, portanto, vai muito além da obrigação de fornecer informações financeiras em balanços contábeis. Tudo isto implicará a necessidade de se planejar, pensar e administrar estrategicamente a comunicação organizacional com todos os públicos e a opinião pública (KUNSCH, 2009).

A comunicação faz com que as organizações trabalhem em sintonia com seus funcionários para estes, estabelecerem uma relação interpessoal relevante e tornarem eficiente o resultado, proporcionando o entendimento das coisas, percebendo o outro e comprometendo-se com as relações internas e externas.

O indivíduo com a modernização tecnológica constituiu uma sociedade individualista de massa que está sempre em crise na relação entre indivíduo e coletividade, e contrasta com a liberdade e igualdade. Um indivíduo se sente livre por dizer o que pensa, mas ao mesmo tempo se sente aprisionado pela constituição unitária de pensamento, pela pluralidade das informações, a falta de contato e a precisão do conhecimento adquirido em massa virtualmente. E também a questão da igualdade, onde todos se dizem iguais, porém, caminham rumo à indiferença que causa diferenciação ao aplicar informação sem conhecimento (WOLTON, 2010).

Este paralelo se faz pertinente por trazer a comunicação como um meio poderoso de mediar situações, pessoas e ações. É fundamental vincular reações entre os indivíduos, pela relação-convívio em sociedade, para trocar ideias e formulações de estratégias não deixando a passividade da individualidade, tomar conta do pensamento do indivíduo como fonte única de informação e verdade. Não basta somente informar, é prioritariamente saber e querer ouvir. Urge a reflexão e as escolhas com bases em conhecimentos comprováveis para dar legitimidade nas mensagens comunicacionais e, proporcionar a evolução no pensamento voltado à promoção do bem social que será então, difundido de maneira inteligente com alcance mundial e favorecendo benefícios locais, promovido pela mudança de comportamento, desconstrução e a reforma do pensamento, que molda as relações interpessoais organizacionais.

4 A DESCONSTRUÇÃO E A REFORMA DO PENSAMENTO



São os sentidos, as portas da percepção, o embasamento de todo o conhecimento que molda o quem sou eu. Um 'eu' em constante mudança. Mudança interior com reflexo exterior. Porém, é preciso perceber a si mesmo e ao outro na comunicação interpessoal, para entender o pensamento (construção de sentimentos) e modificar o comportamento. “No estudo científico do comportamento, deve-se rejeitar como subjetivas todas as noções de intenção ou de utilidade ou de valor, porque elas não têm fundamentos nas coisas e não são determinações intrínsecas delas” (MERLEAU-PONTY, 1975, p. 35).

O comportamento como processo de comunicação interpessoal na aplicação do conhecimento captura, trata e disponibiliza a informação, num processo de agregação de valor, que cria, dissemina e utiliza o conhecimento como fonte de qualidade substantiva para formular a reflexão e permitir a classificação de uma estrutura lógica dos fatos para então, reagir e comunicar (SANTAELLA, 2005).

Davenport e Prusak (1998) definem conhecimento como uma mistura fluida de experiência, valores e informações que servem para gerar novas informações, ou seja, novas formas de conhecimento, dando ao conhecimento uma conotação similar a um sistema de *feedback*, ou seja, o conhecimento gera conhecimento. E que ao longo do tempo se desenvolve, seja por experiências (vivências), por livros (intelecto) ou mesmo por uma forma informal, como num diálogo entre amigos. Assim, o conhecimento pode ser definido como o resultado entre experiências construídas, valores, informação contextual e perspicácia, que prevê uma estrutura para avaliar e incorporar novas experiências e informação.

Nonaka e Takeuchi (2001) citam que, conhecimento diz respeito a crenças e compromissos e a informação é uma função de uma perspectiva ou atitude, haja vista a informação estar relacionada à atitude. Ou seja, o conhecimento é a verdade sobre algo do ponto de vista de quem o detém ou utiliza. Conhecimento é a soma de dados com informações, seguindo regras pessoais de crenças e valores, agregando experiências pessoais como uma nova parcela dessa equação, e assim definir conhecimento com algo mais amplo e aplicar nas relações interpessoais e organizacionais.

Na construção e constituição do intelectual humano, a reforma do pensamento se faz necessária, tanto no campo organizacional e grupo de indivíduos, pois o ser humano constitui-se sempre a partir do outro. Por isso ressalta-se que, para comunicar de maneira eficaz é preciso conhecer-se e reconhecer-se, a fim de conseguir entender o outro (MORIN, 2005).



O conhecimento é considerado por Zimerman (2010), uma função do psiquismo que faz uma adequada ligação entre o pensamento e a realidade. Assim, ao falar-se da importância do emocional e do intelectual nas aprendizagens, percebe-se que, ambos não ocorrem completamente sozinhos. Há sempre um objeto a ser conhecido ou que impulsiona para o conhecimento. Há sempre alguém que dá condições para que as aprendizagens aconteçam. Nesse momento, as relações interpessoais recebem maior destaque, pois ocorrem como uma ponte, que estabelecem conexões, para que tanto o emocional, quanto o intelectual consigam se desenvolver de forma adequada.

Outro aspecto levantado pelo autor é o fato de que pensar e conhecer faz reconhecer as verdades através do conhecimento. E a função conhecer ou saber é, pois, uma atividade pela qual o indivíduo chega a ficar consciente da experiência emocional, tira dela uma aprendizagem e consegue abstrair uma conceituação e uma formulação dessa experiência.

Dessa forma, é possível constatar que comunicar é transformar. E essa transformação alarga o caminho estreito de relações pré-estabelecidas com a necessidade de entendê-la enquanto processo relacional. Nesse âmbito, trabalha o elo significativo para conseguir produzir sensibilização entre emissor e receptor e, se explicita as ideias com liberdade e se aprecia novas possibilidades no contexto e interpretação da linguagem e do pensamento (SANTAELLA, 2005).

Considerando o homem através da linguagem, seja ela verbal ou não verbal, pode-se dizer que, segundo Koch (2010), o mesmo comunica a representação do mundo e do pensamento com ação e interação, trocando experiências, ideias, sentimentos, informações, modificando mutuamente a sociedade onde estão inseridos. Assim, pode-se dizer que o corpo comunica o conhecimento do indivíduo. Portanto, o corpo é composto por uma linguagem que expressa o seu ser na totalidade.

Neste contexto de comunicação, a desconstrução do comportamento pré-estabelecido necessita conter o avanço dessa forma de estrutura social – individualista e desconexa –, e apresentar uma concepção de comunicação mais humana e menos tecnicista, capaz de atuar naquilo que deveria ser o seu principal fundamento: a promoção da relação entre os indivíduos (CHAUÍ, 2010). Sempre se entendeu a comunicação como a relação entre dois indivíduos, e isso resulta em algo que é a mensagem e a interpretação de cada um conforme suas vivências (aquisição de cultura), proporcionando aprendizagem.



Assim, os indivíduos esquecem-se de saber quem são e, entender quem é o outro que se expressa. Portanto, cabe trazer a citação de Sodré (2006), que nessa perspectiva do cultivo das possibilidades sensíveis aplicadas ao campo comunicacional, figura-se necessária como uma forma de buscar a emancipação das formas de controle mercadológico e ideológico. Para tanto, à medida que se estimula a relação, o vínculo e o convívio entre as pessoas, maior é o passo dado em direção à construção da liberdade humana.

Infelizmente na atual lógica da comunicação, o que ocorre na realidade é uma inversão de sentido. Com a primazia da informação sobre a comunicação, o que se estabelece com frequência é a ruptura, a individualização, a perda dos laços entre os indivíduos, em detrimento do relacionar-se e do traço vincutivo (WOLTON, 2010).

Deve-se frente a essa realidade (criada e vivenciada pelo próprio homem), reformar o pensamento com urgência, para poder conscientizar-se de que, a vida não terá graça se não se puder compartilhar de sensações reais, viver o contato real, a companhia dos outros que fazem bem e comentar os desafios, problemas e anseios que envolvem o interior de cada um, os sentimentos sobre as dificuldades e sobre o que os move (MORIN, 2005).

Que relações poderão ser construídas se não se tem importância para com – ou as pessoas não são importantes para – o outro – indivíduo real? Perante a isso, desconstruir significações e comportamentos, levando o pensar a um foco de mudanças e transformações.

A desconstrução e a reforma do pensamento perpassam a (in) formação da linguagem, pois, a linguagem quando sonora, que pulsa no interior de cada um, somado a linguagem visual, onde o indivíduo percebe o exterior no movimento e mais a linguagem verbal, suscitando a necessidade de compreender e verbalizar por meio da fala, propõe a transformação de um homem em tempos modernos que necessita vincular a reação ao estímulo-resposta da ação do comportamento (SANTAELLA, 2005).

O caminhar é constituído de um corpo que se movimenta para algum lugar. O caminho é a direção que se escolhe seguir. E as mudanças na estrada dizem respeito às escolhas. E para mudar, é preciso o olhar diferenciado sobre as coisas para uma constante redefinição da realidade. Refazer o pensar. Reformar o pensamento. E com isso, aprender que as ações são a construção de uma parcela da estrada. E assim entender que, uma das grandes lições que se pode aprender é a de que se está sempre a meio caminho da verdade (PEIRCE, 1984).

É preciso o olhar diferenciado sobre as coisas para uma constante redefinição da realidade do homem. Na qual vincular é condição necessária para sobreviver em tempos modernos. Para



tanto, faz-se necessário uma revisão no pensamento (constituição / (re) constituição) exteriorizado pelo comportamento em situações interpessoais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conhecimento em tempos de modernidade, depende de uma base sólida que permeie a solidez das informações e gere senso crítico, assim como sua construção se dá de forma permanente. O conhecer predispõe aprender e apreender.

Paralelo a isso, está o conhecimento na era da informação, que distribui informação de diversas formas nos ambientes virtuais. E para diferenciar a informação da comunicação e do conhecimento, faz-se necessário validar o conteúdo buscando a veracidade científica dos fatos, para assim, gerar o saber (WOLTON, 2010).

As inovações predispõem mudanças que alteram o perfil e o comportamento do indivíduo interno e externo à organização. E para as organizações atuais, que vivem em um mundo dominado por mudanças em seu ambiente, esta questão se torna delicada, colocando em foco como manter o equilíbrio entre o que é estável e o que é fluído. A organização tem de saber lidar com a mudança, mantendo as características que determinam o núcleo de identidade para poder criar estratégias que solucionem problemas.

Esta constatação aponta para a comunicação, pois comunicar implica relacionar-se com o outro, e usando-se do contexto contemporâneo e apressado, é sempre mais difícil. Há também uma contradição entre a desvalorização da comunicação e a legitimação da informação, onde a busca nos últimos tempos tem sido de intensa exploração para comunicar-se, o que faz pensar que informar não é comunicar referindo-se a insistência em negar que basta informar mais para que se possa comunicar. A onipresença da informação torna a comunicação mais difícil, onde indivíduos na sua individualidade estão conectados e não administram, dessa forma, a diferença dos pontos de vista, a tolerância e as relações.

Assim, se faz indispensável a desconstrução e a reforma do pensamento, por várias vezes citada no presente artigo, mas que com essa mudança, disseminará as relações interpessoais, a negociação e o compartilhamento de ideias que irão influenciar na composição de comprometimento e crescimento organizacional.



Num universo onde todo mundo vê, lê e sabe tudo, as diferenças, em termos de conhecimento, se tornam mais visíveis e menos negociáveis, e essas interferências prejudicam o caminhar do indivíduo e da empresa. E gera um problema de convivência e estreitamento de laços sociais que com a velocidade da mudança dos perfis, são típicas de uma sociedade de movimento e interatividade, características que definem o novo tempo de quem não tem tempo e anseia liberdade.

Entre a situação de relacionamento e a resposta comunicacional precisa haver uma ligação dialética de sentido entre o indivíduo e o meio, uma relação de reciprocidade e interatividade para ser rigorosamente concebido o conjunto de agentes e condições que possibilitam o entendimento do fenômeno do comportamento e suas implicações de mudanças.

Portanto, a influência do conhecimento e da comunicação, pode e deve mudar o comportamento pré-estabelecido nas relações interpessoais, pois, o que se espera é que, com as experiências do indivíduo, o corpo adquira informações, conhecimento, cultura, aprende e apreende, reflete, percebe e conseqüentemente, propicia a participação mudando a respiração, a postura, a maneira de agir e de se portar no convívio grupal (interpessoal) ou na interiorização (intrapessoal) como ser.

E, mais que isso, reformula os argumentos, trabalha o desafio de ir além, correr riscos, quebrar paradigmas, flexionar comportamentos já existentes e transgredir padrões, onde o sujeito-corpóreo exprime determinação e imprime articulação no mergulho das relações práticas das ideias.



REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BUENO, W. da C. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CHANLAT, J.-F. **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. Jean-François Chanlat coordenador; organização da edição brasileira, revisão técnica Ofélia de Lanna Sette Tôrres; tradução Arakcy Martins Rodrigues et al. São Paulo: Atlas, 1993.
- CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2010.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- DUARTE, J.; MONTEIRO, G. Potencializando a comunicação nas organizações. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- DRUCKER, P. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- FOUCAULT, M. **A hermenêutica do sujeito**. Tradução Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. 2. ed. - São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- FREITAS, G. G. de. **O esquema corporal, a imagem corporal, a consciência corporal e a corporeidade**. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 1999.
- KOCH, I. G. V. **A Inter-ação pela Linguagem**. 11. ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- KUNSCH, M. M. K. **Comunicação organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. 2. ed. Rio de Janeiro: 34, 2010.
- MARCHIORI, M. R. (Org.). **Faces da Cultura e da comunicação organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.
- MARCHIORI, M. R. **Cultura e Comunicação Organizacional**. São Paulo: Difusão Editora, 2004.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2001.



MERLEAU-PONTY, M. **A estrutura do comportamento**. Belo horizonte: Interlivros, 1975.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MORIN, E. Epistemologia da Complexidade. In: SCHNITMAN, D. F. (Org.). **Novos paradigmas, cultura e subjetividade**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram uma dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NÖTH, W. **Panorama da semiótica**: de Platão a Peirce. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2003.

PEIRCE, C. S. **Semiotica e filosofia**. 3. ed. São Paulo: Pensamento-Cultrix, 1984.

ROSA, C. A. de P. **História da ciência**: da antiguidade ao renascimento científico. 2. ed. Brasília: FUNAG, 2012.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, L. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SKINNER, B. F. **O comportamento verbal**. Tradução Maria da Penha Villalobos. São Paulo: Pensamento-Cultrix, 1978.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ZIMERMAN, D. E. **Os quatro vínculos**: amor, ódio, conhecimento, reconhecimento na psicanálise e em nossas vidas. Porto Alegre: Artmed, 2010.

