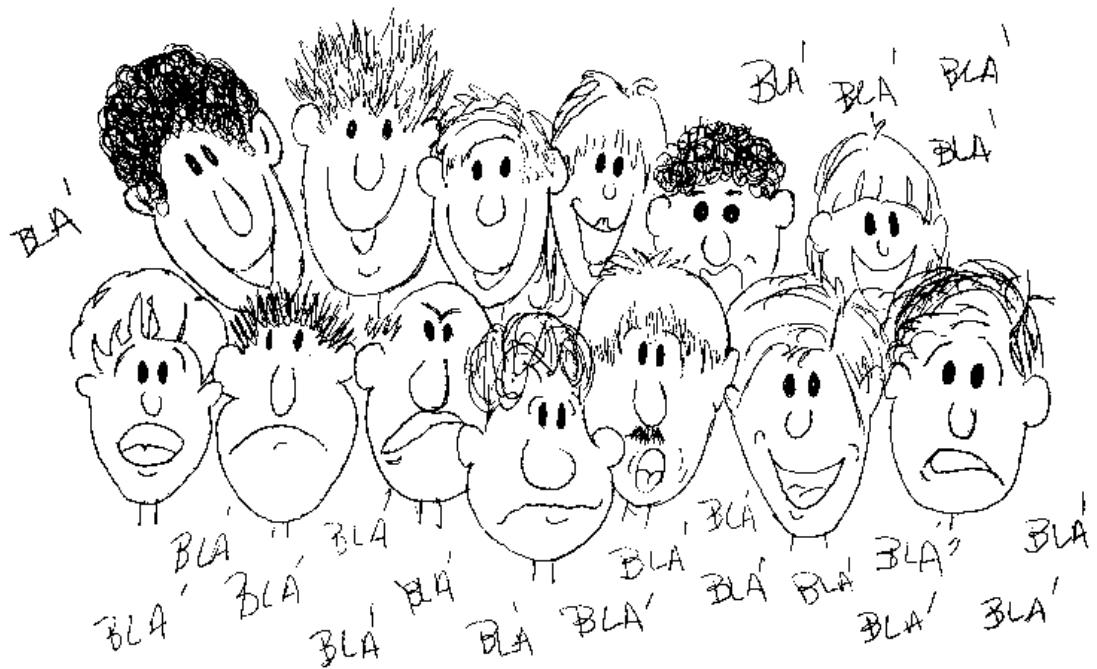


# ENSINO É COMUNICAÇÃO



**Maria Luiza Marins Holtz**

**PROFA. MARIA LUIZA MARINS HOLTZ**  
Pedagoga e Orientadora Educativa  
Criadora da Pedagogia Empresarial

# ENSINO É COMUNICAÇÃO

---

3a. edição  
revisada e ampliada  
[www.mh.etc.br](http://www.mh.etc.br)  
2008

MH Assessoria Empresarial Ltda.  
Rua Ubirajara, 446  
18090-520 Sorocaba SP  
Tel (15) 3411-5580

EDITOR: SERGIO VIEIRA HOLTZ FILHO  
ILUSTRAÇÕES: MÁRCIA GUERREIRO

(CC) 2008 MH Pedagogia Empresarial Ltda.

# Conteúdo

## **INTRODUÇÃO 4**

*Relações Humanas 4*

*Relações Públicas 7*

## **O ENSINO NAS RELAÇÕES HUMANAS 8**

## **COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO VERBAL (\*) 11**

## **A COMUNICAÇÃO DOS GESTOS E MOVIMENTOS NAS RELAÇÕES HUMANAS 14**

## **A COMUNICAÇÃO DAS CÔRES NAS RELAÇÕES HUMANAS 17**

## **A COMUNICAÇÃO DOS SONS E DA MÚSICA NAS RELAÇÕES HUMANAS 20**

## **CONSTRUINDO A IMAGEM DE UMA ORGANIZAÇÃO NAS RELAÇÕES HUMANAS (\*) 23**

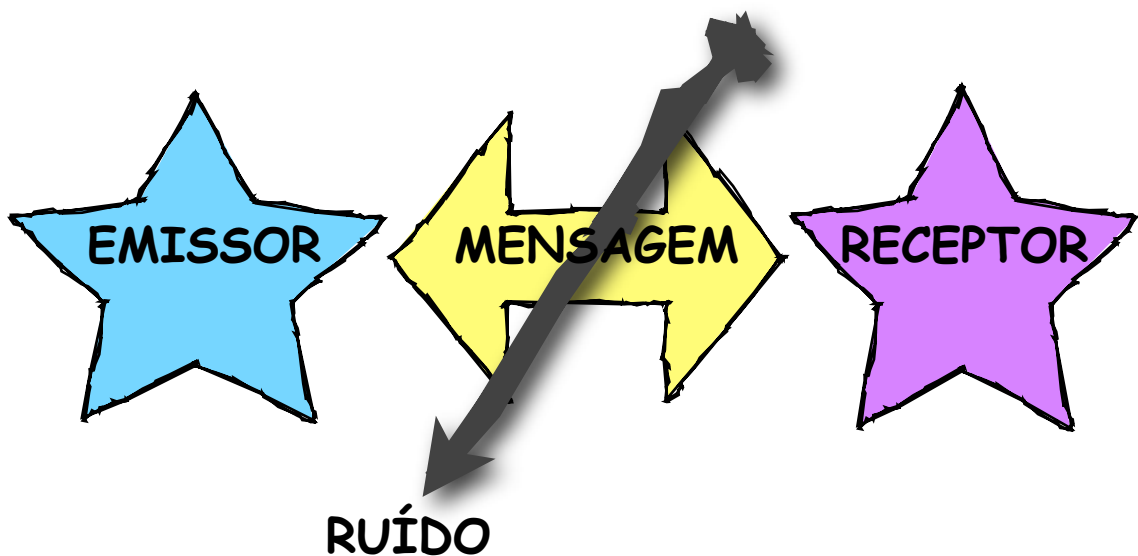
# INTRODUÇÃO

A ciência da Comunicação se dedica às pesquisas e estudos sobre:

1. Relações humanas
2. Relações públicas

## Relações Humanas

O processo das relações humanas é basicamente o processo de comunicação:



1. O Emissor - Uma pessoa
2. A Mensagem - "Objeto" físico ou abstrato que se deseja compartilhar
3. O Receptor - Outra pessoa
4. Os "Ruídos" - Tudo o que interfere e dificulta a comunicação

Em todos os setores da atividade humana, encontramos dificuldades de relações humanas, seja na vida social e familiar seja no relacionamento comercial e profissional, também no ensino. Há quem diga que o único

problema que temos, na verdade, é o de relacionamento humano. Já ouvi até alguém dizer que "se tirar o ser humano tudo vai bem". Uma fantasia didática, é lógico!

Na administração da empresa, da organização, na escola, no exército, marinha e aeronáutica, na administração pública ou privada, na liderança e na direção de seres humanos em geral, no comércio e na indústria, e por aí vai... Até onde a sua criatividade o levar, se resolvermos, se administrarmos as relações humanas, tudo vai bem.

Onde se encontram dois indivíduos, há dificuldades de relações humanas.

Dentro de casa, apesar do entusiasmo do namoro e do noivado, das promessas e juras de amor, surgem frequentemente discussões, brigas, revoltas, que geram angústia e ansiedade... Dificuldades de relações humanas.

Nas organizações escolares, se o professor, ou monitor não liderar, se os alunos não gostarem dele, se não houver admiração, ele não realizará o seu trabalho, não conseguirá ensinar... Dificuldades de relações humanas.

Nas empresas, digo empresas mas podem ser quaisquer organizações com finalidade lucrativa ou não, comercial, industrial, agropecuária, de prestação de serviços, administração pública, etc., acontece a mesma coisa, se um chefe não lidera, não obtém bom rendimento. Na melhor das hipóteses, quando obtém é às custas de muito esforço, muito de policiamento, horas e horas de ameaças e punições, que geram ansiedade e angústia... Dificuldades de relações humanas.

O estudo das Relações Humanas (agora em maiúsculas de propósito) constitui verdadeira ciência complementada por uma arte - a de obter e conservar a cooperação e a confiança dos membros do grupo. Como ciência abrange conhecimentos gerais e específicos de ordem psicológica, antropológica, sociológica, administrativa e legal. Como arte, as emoções. Bom! É uma arte!

A Pedagogia usa uma ferramenta que se chama "trabalho em grupo" para conseguir maior interesse dos alunos e participantes e, conseqüentemente, melhor relacionamento, rendimento e aprendizagem. mas, é ilusão acreditar simplesmente que juntar pessoas se constitui um grupo. A formação de um grupo para realizar trabalho coletivo, para

atingir um objetivo comum, obedece leis psicossociais, que determinam regras a serem seguidas, regras que, quando desprezadas, impossibilitam o ensino, levam em geral as empresas (organizações em geral) a fracassos totais... Talvez (quem sabe?) só fracassos parciais.

O trabalho coletivo depende de fatores complexos que determinam a ação do grupo sobre o indivíduo e do indivíduo sobre o grupo, aspectos de liderança... De relações humanas.

## Relações Públicas

(\*) É o processo de comunicação entre a Empresa (Organização) e o Público. Esse processo também envolve os 4 elementos, que neste caso são:

1. O Emissor - A Empresa (Organização).
2. A Mensagem - Os produtos da empresa (organização), a imagem pública da empresa (organização), a credibilidade da empresa (organização).
3. O Receptor - O público
4. Os "Ruídos" - Produtos de má qualidade, mau ensino, mau atendimento, funcionários desinteressados e relapsos, a imagem negativa da empresa perante o público.

### Os piores "ruídos" das Relações Públicas

O ambiente interno desagradável da organização é a causa mais forte da formação da imagem negativa da empresa perante o público: - o descontentamento e a desarmonia entre os funcionários, a disputa de liderança dos dirigentes (diretores, gerentes, chefes, professores...), o desrespeito e o mau atendimento aos clientes (pais e alunos) e fornecedores...

As pessoas que se relacionam com a organização (escola), comentam os seus dissabores em todos os lugares que freqüentam, multiplicando de maneira incomensurável a imagem negativa que eles tem dela, levando-a ao fracasso.

É fácil reconhecer que as Relações Públicas são conseqüência das Relações Humanas dentro da empresa (da organização) e que veremos no último capítulo.

# O ENSINO NAS RELAÇÕES HUMANAS



(\*) As únicas coisas certas na nossa vida são as mudanças constantes. Elas acontecem diariamente e permanentemente, mesmo que não tenhamos consciência delas. As nossas mudanças são inevitáveis e podem acontecer de duas maneiras:

- Por maturação - à medida do nosso amadurecimento, nosso crescimento e desenvolvimento natural.
- Por aprendizagem - que acontecem nas nossas atitudes e comportamentos, de forma estimulada, provocada, conduzida e dirigida a um fim determinado.

Ensino é um processo de comunicação, como qualquer outro. Há um "emissor" (ou professor ou monitor ou chefe ou supervisor) que envia "mensagens" (ou conteúdo ou assunto ou tarefa) através de "um canal" (meio de comunicação), para um "receptor" ou "receptores" (alunos ou treinandos ou funcionários) que devem recebe-

las sem "ruídos", isto é, sem distorções, exatamente como o emissor deseja que mude o comportamento.

Se a "mensagem" foi bem recebida e provocou as mudanças desejadas de atitude e comportamento nos receptores, é sinal de que houve realmente comunicação.

Assim também, só há ensino, quando aqueles que ensinam, pais, religiosos, monitores, professores, etc., conseguem as mudanças desejáveis daqueles que devem aprender, isto é, mudanças por aprendizagem. Se não houve mudanças, não houve ensino.

Ensinar é, acima de tudo, relacionamento humano sincero e emotivo, sempre com a intenção de contribuir e o objetivo de fazer manifestar mudanças positivas e definitivas nas atitudes e comportamentos das pessoas (alunos), de acordo com o que está sendo ensinado, isto é, conseguir aprendizagem.

Somente com um relacionamento humano sincero e emotivo consegue-se comunicar e transmitir experiências, conhecimentos, informações ou esclarecimentos úteis e indispensáveis a uma boa educação, isto é, uma boa formação de personalidade.

A formação ou mudança da conduta humana é conseguida, dependendo sempre da qualidade do relacionamento humano entre quem ensina e quem deve aprender.

Está comprovado que é a personalidade entusiasta, incentivadora e positiva de quem ensina que contagia e verdadeiramente educa e provoca mudanças por aprendizagem.

Os materiais didáticos, recursos áudio visuais ou multi-sensoriais, servem apenas como "canais" para ajudar na sua comunicação, no seu ensino, como veremos adiante.

A personalidade entusiasta sempre consegue aprendizagem. Cultiva um relacionamento humano com amor, bondade, compreensão porque é exemplo daquilo que ensina e procura adequar as técnicas de comunicação ao seu jeito de ser.

A incoerência de quem ensina, isto é, que "prega o que não faz", não convence e impossibilita as mudanças por aprendizagem.

As mudanças por aprendizagem também são favorecidas e estimuladas pela atmosfera alegre, animadora, descontraída, disciplinada e organizada do ambiente onde se está ensinando.

O medo, as ameaças, as acusações, as impaciências, as irritabilidades, as gritarias, a anarquia e bagunça são os grandes bloqueios para as mudanças por aprendizagem.

Quando verdadeiramente Ensinamos, somos excelentes agentes de mudanças desejadas, benéficas e definitivas nas atitudes e comportamentos das pessoas humanas.

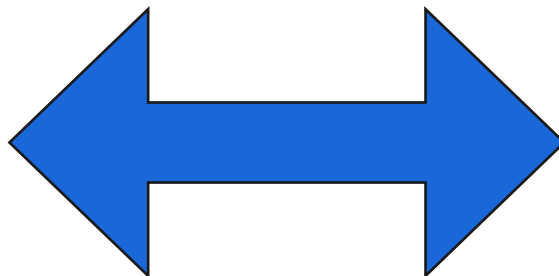
Podemos estar Ensinando e Aprendendo em todos os momentos e em todos os lugares e assim ajudando a melhorar o mundo.

\*Marins Holtz, Maria Luiza - "Seja Bem Sucedido nas Relações Humanas"-  
Edição MH Assessoria Empresarial S/C Ltda. - [www.mh.etc.br](http://www.mh.etc.br)

## COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO VERBAL (\*)



Como já vimos, o ensino é o processo de comunicação entre as pessoas. É um movimento de mensagens sempre em duas direções, de ida e de volta.



Significa que se considera uma mensagem (assunto) efetivamente comunicada, somente quando, quem a recebe compreende claramente

aquilo que está sendo emitido, ensinado. Por isso é um movimento em duas direções. Esse processo movimenta os quatro elementos básicos já citados:

1. O Emissor - quem emite a mensagem
2. A Mensagem - aquilo que é transmitido
3. O Receptor - quem recebe a mensagem
4. Os "Ruídos" - tudo que perturba a comunicação de forma clara

Durante a comunicação (o ensino) de uma mensagem, o emissor e o receptor usam:

- A linguagem verbal (oral ou escrita),
- A linguagem não verbal (gestos, posições do corpo, olhares...)
- Os órgãos dos sentidos, visão, audição, olfato, tacto, paladar (cores, imagens, sons, sabores, odores, sensações tácteis...)

A necessidade de estudar o processo de comunicação nasceu da percepção da presença dos "ruídos" nas relações humanas, isto é, tudo que distorce e atrapalha a compreensão clara de uma mensagem, do conteúdo do ensino.

Os especialistas em comunicação, afirmam: Quando a mensagem não é clara e não foi compreendida, na realidade, não houve comunicação, não houve ensino.

Foram estudados vários tipos de "ruídos":

- Idiomas diferentes - Quando emissor e receptor falam idiomas diferentes necessitam de um excelente tradutor e intérprete, para que uma mensagem seja comunicada claramente.
- Linguagem confusa - Quando as mensagens são emitidas com uma linguagem que usa palavras desconhecidas, difíceis ou pouco usadas, não acontece a comunicação.
- Emoções negativas - Quando emoções negativas envolvem tanto emissor como receptor (ou os dois), a agressividade, antipatia, desinteresse, tristeza, medo, preocupação, ansiedade, culpa, insegurança, ressentimentos, mágoas, auto-rejeição... Não acontece a comunicação.
- Diferença de imagens e significados - Todas as palavras que ouvimos tem para nós, uma imagem representativa de

experiências vividas no passado. Até as palavras mais simples tem imagens diferentes para cada pessoa. Ao emitir ou receber uma mensagem, sempre corremos o risco desse tipo de "ruído", que causa muito desentendimento entre as pessoas. "Não foi isso que eu quis dizer!"

A palavra "pedacinho", por exemplo, tem imagem de tamanho diferente para cada pessoa... Não acontece a comunicação.

- **Ambiente barulhento** - A emissão de uma mensagem oral, efetuada sem o silêncio necessário, freqüentemente não consegue ser comunicada sem distorções. Não acontece a comunicação.
- **Sensações não verbais** - São tipos de "ruídos", sem palavras escritas ou faladas, percebidos através dos órgãos dos sentidos ou de gestos e movimentos que aparecem impedindo a comunicação:
  1. A aparência desagradável das pessoas e dos ambientes (cores agressivas e desarmônicas, móveis quebrados, lugar desarrumado e sujo, etc...). **VISÃO**
  2. Os maus cheiros que sentimos das pessoas e dos lugares. **OLFATO**
  3. Os sons desarmônicos que ouvimos (muito alto ou muito baixo). **AUDIÇÃO**
  4. Os maus sabores que experimentamos. **PALADAR**
  5. As sensações tácteis e os gestos desagradáveis que percebemos, (frio ou quente, áspero ou liso, úmido ou seco, gestos e posição corporal agressiva, etc... **TATO**

**Reforçando:** É indispensável dar atenção aos "ruídos" e eliminá-los ao máximo durante o ensino. Só assim conseguimos compreender, e seremos compreendidos também, em todos os momentos, em todos os lugares.

(\*) Seja Bem sucedido nas Relações Humanas, Maria Luiza Marins Holtz, 2a. Edição. MHAE : 2004, disponível em [http://www.mh.etc.br/documentos/seja\\_bem\\_sucedido\\_nas\\_relacoes\\_humanas\\_2ed.pdf](http://www.mh.etc.br/documentos/seja_bem_sucedido_nas_relacoes_humanas_2ed.pdf)

# A COMUNICAÇÃO DOS GESTOS E MOVIMENTOS NAS RELAÇÕES HUMANAS



(\*) Os gestos e movimentos são as linguagens do corpo.

O conhecimento dos gestos e movimentos (a nossa linguagem não verbal) é imprescindível para quem deseja uma comunicação harmônica nas relações com as pessoas, especialmente, diretores, professores, vendedores, recepcionistas, secretárias, pessoal de atendimento e acolhimento, assessores, chefes, esposas, maridos, pais, filhos... Todos nós.

A grande maioria das pessoas ignora a existência da linguagem do corpo quando se relaciona com os outros, especialmente no ensino.

- Gestos das palmas das mãos (para cima, sinceridade ou para baixo, dominação).
- Gestos dos braços (abertos, receptivos ou fechados, repulsivos/defensivos).

- Gestos das pernas (cruzadas, fechamento ou soltas, abertura).
- Gestos do rosto (sorrindo, receptivo ou sério, repulsivo/defensivo).
- Comportamento do olhar (nos olhos, sinceridade ou desviado, falsidade/insegurança).
- Posições do tronco e do corpo inteiro (para frente, receptivo ou para traz, repulsivo/defensivo),
- etc...

Os cientistas não-verbalistas, são estudantes e pesquisadores do comportamento humano, que se dedicam ao estudo das comunicações não-verbais entre pessoas humanas, através dos seus gestos e dos seus movimentos. Eles constataram que os gestos comunicam a verdade que as palavras não conseguem dizer. Dificilmente percebemos os nossos gestos e movimentos durante uma comunicação (ou ensino). Eles podem estar contando uma história, enquanto nossa voz está contando outra.

Os gestos são a linguagem do inconsciente.

As palavras faladas ou escritas são a linguagem do consciente.

Resultados de pesquisas feitas por eles, mostram o efeito total da comunicação de uma mensagem:

1. Quando emitida para um grupo de pessoas: (Sala de aula ou auditório)
  - A Comunicação Verbal - (apenas palavras escritas) - tem efeito de apenas **7%**
  - A Comunicação Vocal (palavras faladas) - (incluindo tom de voz, inflexões e outros sons) - tem efeito de apenas **38%**
  - A Comunicação Não-Verbal - (gestos e movimentos do corpo)- tem efeito de **55%**
2. Numa conversa frente a frente, (duas pessoas) o efeito é:
  - A Comunicação Verbal - (palavras faladas) - tem efeito de **35%**
  - A Comunicação Não-Verbal - (gestos e movimentos do corpo) - tem efeito de **65%**

Sobre a linguagem do corpo, a maioria dos pesquisadores concorda em 5 pontos:

1. As palavras faladas e escritas (comunicação verbal) devem ser usadas apenas para transmitir informações.
2. Os gestos e movimentos (a comunicação não-verbal) devem ser usados para ajustar os desentendimentos entre as pessoas, como substituto da mensagem falada, e como ampliador do conteúdo da mensagem falada.
3. Independente dos costumes ou da cultura, palavras, gestos e movimentos sempre acontecem juntos.
4. Percebemos a mentira, quando os gestos e movimentos (a linguagem do corpo) não estão de acordo com as palavras faladas (linguagem verbal). "O que você FAZ, fala tão alto, que não escuto o que você diz". Ditado popular.
5. As mulheres, geralmente, são mais sensíveis, possuem olho acurado e habilidade de captar e decifrar gestos e movimentos, (sinais não-verbais), perceber e sentir as mentiras.

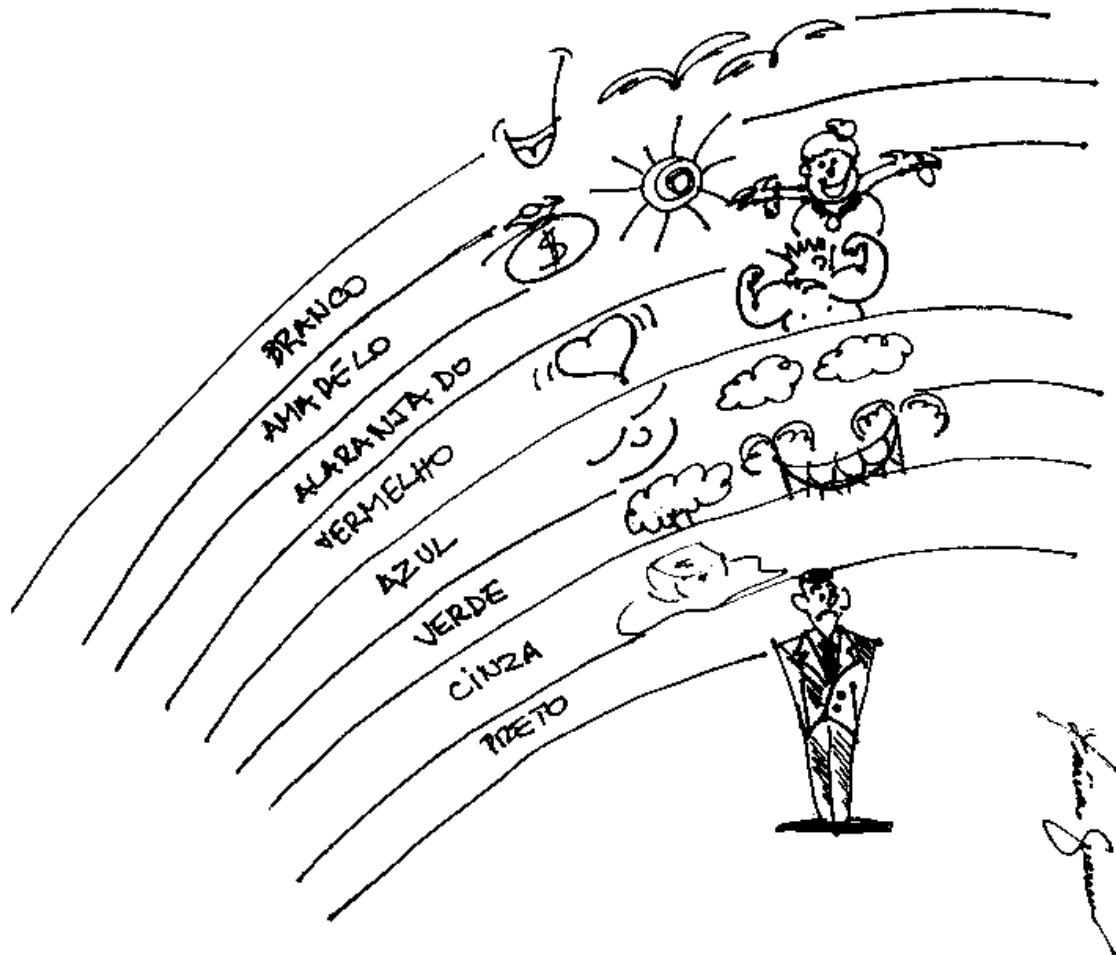
É importantíssimo ampliarmos nossos conhecimentos sobre a linguagem do corpo, o significado dos gestos e dos movimentos, através de leituras ou de cursos.

Assim, seremos mais agradáveis, mais simpáticos e mais queridos e conseguiremos mudanças por aprendizagem, em nós e nas pessoas com as quais nos relacionamos e ensinamos.

(\*)

- Pease, Allan. Desvendando os segredos da linguagem corporal / Allan Pease, Barbara Pease. Rio de Janeiro : Sextante, 2005.
- Weil, Pierre - O Corpo Fala: a linguagem silenciosa da comunicação não verbal, por Pierre Weil e Roland Tompakov. Petrópolis - Ed Vozes, 1973.

# A COMUNICAÇÃO DAS CÔRES NAS RELAÇÕES HUMANAS



As cores são vibrações da luz que, através da VISÃO têm uma comunicação não verbal, muito intensa nas Relações Humanas, no processo de Ensino e Aprendizagem.

(\*) As cores das roupas, das embalagens, dos ambientes, dos objetos, etc... São linguagens não-verbais que estão sempre interferindo (bem ou mau) na emissão ou recepção de uma mensagem através da visão.

Da Ciência da Comunicação aprendemos sobre:

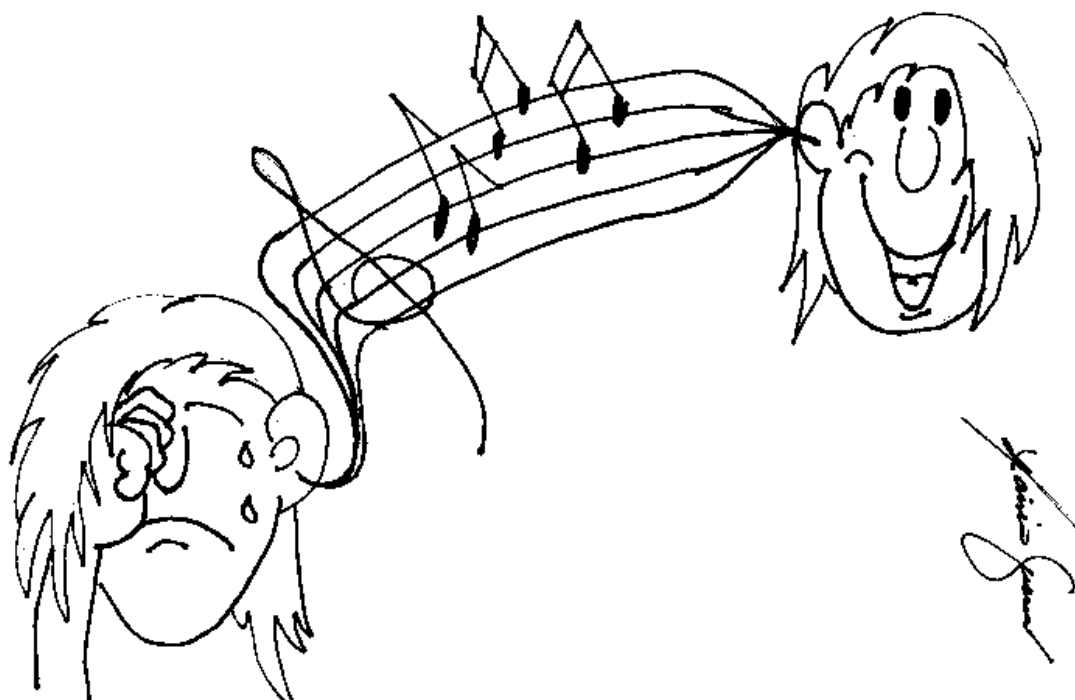
- **O branco** - É a presença de todas as cores e realça outras cores que estão próximas. Harmoniza-se com todas.  
Simboliza claridade e silêncio.  
Pode comunicar alegria, paz, inocência, pureza, verdade, honestidade, integridade, prestígio, distinção, superioridade, leveza, segurança...
- **O amarelo** - É a mais alegre das três cores primárias (amarelo, azul e vermelho).  
Simboliza o ouro, a riqueza, o sol.  
Pode comunicar luz, ação, poder, força selvagem, altivez, e em tons bem fortes pode comunicar raiva, atrevimento, falsidade...
- **O alaranjado** é a cor que estimula o avanço.  
Simboliza ouro, riqueza.  
Pode comunicar propriedade, fartura, dinamismo, ardor, entusiasmo, calor externo...
- **O vermelho** é a cor de vibração mais forte, de maior aparência, visibilidade e força de atração.  
Simboliza sangue, guerra.  
Pode comunicar as paixões mais violentas do homem: ódio, amor, raiva, afetividade forte, pecado, crueldade, destruição, discussão, disputa.  
Estimula a tensão muscular, ativa a respiração, aumenta a pressão arterial...  
Cansa com facilidade.
- **O azul** é essencialmente atmosférico e reduz a pressão arterial.  
Simboliza frescor.  
Pode comunicar esperança, serenidade, felicidade, tranquilidade, sinceridade, pureza, recolhimento, calma, verdade, inteligência, raciocínio, sabedoria, imortalidade...
- **O verde** é a cor que menos cansa a visão, alivia a fadiga e o cansaço físico.  
Simboliza vegetação úmida, fresca e confortante.  
Pode comunicar liberdade de espírito, alegria, equilíbrio das emoções, união entre homem e natureza, meditação, fé, contemplação...

- **O cinza é a mistura do branco com o preto.  
Simboliza superfícies ásperas, úmidas e frias.  
Pode comunicar sossego, moderação, humildade, segurança...**
- **O preto é ausência de todas as cores e absorve a luz transformando-a em calor.  
É a cor especial para roupas de inverno.  
Simboliza solenidade, profundidade, dominação.  
Pode comunicar depressão, azar, maldição, perversidade...**

**Podemos usar as cores, em todas as circunstâncias e lugares, em casa, nas salas de aula ou auditórios, para provocar mudanças de comportamento e comunicar conscientemente e de maneira mais eficaz a mensagem e a emoção que desejamos emitir.**

(\*) Revista Superhiper - As cores influenciando o comportamento do consumidor.

## A COMUNICAÇÃO DOS SONS E DA MÚSICA NAS RELAÇÕES HUMANAS



Os sons são vibrações do ar percebidas através da **AUDIÇÃO** e do **TACTO**.

Conhecer o potencial e possibilidades da música e dos sons na nossa vida, amplia o número de oportunidades de conseguirmos a harmonia da nossa personalidade de modo agradável e prazeroso e conseqüentemente a harmonia das nossas relações humanas e do nosso ensino.

Música é a arte e a técnica de compor e combinar os sons de modo agradável, ou não, ao ouvido humano em uma mistura de freqüência, melodia e ritmo.

Há milênios se sabe que os sons e a música têm o "poder" de afetar nossas emoções e temperamentos e até mesmo nossos corpos físicos. Sempre foram usados pelas civilizações antigas que conseguiam mudanças, consideradas "milagrosas" na personalidade das pessoas.

Os sons e a música até hoje podem ser usados para favorecer mudanças por aprendizagem no comportamento das pessoas, das plantas e animais.

Pesquisas comprovaram experimentalmente que quando os alunos, durante as aulas, ouvem música clássica, barroca, no movimento Largo (1 batida por segundo), as mudanças por aprendizagem se intensificam de maneira admirável. Esse tipo de música faz com que o nosso cérebro pulse em ondas alfa, estado que favorece as mudanças de comportamento (\*).

O nosso corpo físico está continuamente vibrando com os sons a sua volta. Se prestarmos atenção, sentiremos as vibrações dos sons na cabeça, no peito, em várias partes do corpo, ao pararmos perto de uma caixa de som emitindo música e mesmo ao ouvirmos sons na rua, nos bares ou vindos de várias fontes.

Pesquisadores da Musicoterapia, como Dr Hans Jenny (\*), autor do livro Cymatics mostra que trabalhando com os sons pode-se causar mudanças benéficas no nosso corpo físico, produzindo mais harmonia no funcionamento de todos os órgãos.

Os profissionais da Musicoterapia consideram as doenças como o resultado do funcionamento desarmônico dos nossos órgãos e das nossas emoções.

Dr. Jenny percebeu também que “a ressonância harmônica de sons é uma forma de restaurar o equilíbrio a harmonia e a vitalidade, ao oferecer música e sons que irão ressoar conosco, de forma a apresentar um 'modelo musical de nós mesmos' em estado vibrante e ressonante”.

Nas suas experiências reconheceu que os sons da natureza estão em harmonia com as vibrações do nosso corpo físico e podem ajudar na aprendizagem, na melhoria da saúde, vitalidade e estabilidade emocional, fazendo uma limpeza de velhas mágoas, medos, culpas, dúvidas, raivas, vergonhas, iras, obsessões... Que podem estar nos controlando, em vez de nos deixar livres para sermos o que realmente somos.

Uma onda sonora causa mudanças na pressão do ar à medida que se move através dele. Nossos ouvidos respondem a essa informação e

**nosso cérebro processa-a como informação sonora recebida pelo nosso corpo inteiro.**

**Jim Oliver (\*\*), outro profissional da Musicoterapia explica que “Nossa pele é muito tátil e responde prontamente a todas as ondas de som. Nosso corpo é mais de 70% água, nossos ossos são grandes condutores de vibrações e temos uma variedade de densidades fornecida pela massa dos tecidos, gordura, músculos, órgãos. Como o som afeta todas as substâncias materiais, é fácil entender como o nosso corpo e espírito assimilam os padrões sonoros das músicas”.**

**Podemos tornar nosso trabalho de professores, ou monitores, muito mais agradável e rendoso para nós e para os alunos se passarmos a usar sons da natureza e música adequada durante as aulas.**

(\*) OSTRANDER, Sheila; SCHOEDER, Lynn. Super-Aprendizagem pela Sugestologia. Rio de Janeiro : 1978. - Ed. Record

(\*\*) Coleção “O Poder da Música - Muito Além dos Sons” - Seleções Reader's Digest.

# CONSTRUINDO A IMAGEM DE UMA ORGANIZAÇÃO NAS RELAÇÕES HUMANAS (\*)

A IMAGEM DA ORGANIZAÇÃO NASCE DENTRO DOS DIRIGENTES.

Inúmeras pesquisas sobre Relações Públicas comprovam que o ponto de partida no processo de construção da imagem de uma organização na mente do público (positiva ou negativa), é sempre subjetivo, isto é, de dentro das pessoas que constituem a organização, e não de fora.

Essa imagem se forma no pensamento e nos sentimentos dos seus dirigentes, dos seus professores, dos seus funcionários, dos seus fornecedores, dos seus alunos e pais de alunos e daí se amplia para o público.

A IMAGEM QUE O PÚBLICO TEM DA ORGANIZAÇÃO É UM DOS ASPECTOS CHAVES, QUE CONTRIBUI PARA SEU SUCESSO OU MALOGRO.

Eliminando "Ruídos" de comunicação que criam imagem negativa.

A principal conduta a ser cultivada nas Relações Humanas e nas Relações Públicas é procurar todas as possibilidades de eliminar ao máximo os "ruídos" de comunicação nos dois campos, empresa e público. São eles que permitem os desentendimentos e as incompreensões entre as pessoas.

Os estudos sobre o processo de comunicação mostram várias providencias que podem ser tomadas com sucesso, na eliminação dos "ruídos", que prejudicam a imagem positiva da organização.

- Compreensão do comportamento humano  
O estudo das necessidades psicológicas e fisiológicas humanas de atenção, de segurança, de auto-estima, etc...; E das motivações humanas de desejo de felicidade, de saúde, de riqueza e de sucesso, proporcionam a compreensão e respeito às dificuldades das pessoas com relação às suas frustrações que interferem nos seus relacionamentos.

- Empenho na qualidade das comunicações  
Conhecendo as necessidades e motivações humanas, temos todas as condições de elaborar mensagens claras, que satisfaçam as necessidades e atinjam as motivações das pessoas evitando os "ruídos" já conhecidos e os resultados desastrosos das frustrações e incompreensões.
- Desenvolvendo a nossa capacidade de respeito e de perdão  
São as duas condutas "mágicas", que eliminam todos os tipos de "ruídos". Porém, é impossível cultivarmos essas condutas sem o conhecimento do comportamento humano, dado pela Psicologia Educacional e pela Ciência da Comunicação. É esse conhecimento que nos permite nos colocarmos no lugar do outro, e sentir o sentimento do outro (a compreensão e o respeito).  
Quando conseguimos sentir o outro, somos capazes de evitar os "ruídos" de comunicação nas Relações Humanas e as conseqüências nas Relações Públicas.

O caminho mais rápido na construção da imagem positiva da organização é dar prioridade para o trabalho de Relações Humanas com os dirigentes e supervisores, professores, funcionários, alunos, pais de alunos e fornecedores (o seu público interno), desde o início das suas atividades, para que "vistam a camisa" da organização.

Somente depois, como conseqüência natural do "vestir a camisa", trabalhar os aspectos externos, como prédio, fachada, uniformes, funcionárias bonitas, móveis finos, tapetes, cortinas, belos impressos, logotipo atraente, publicidade na mídia, etc ...

Desprezando essa ordem, em curto prazo, notamos o aparecimento do desinteresse dos professores e funcionários, dos clientes, dos alunos, dos pais de alunos, a baixa produtividade deles, a diminuição do número de alunos.

#### **A IMAGEM DA ORGANIZAÇÃO SE PROJETA DOS SENTIMENTOS E PENSAMENTOS PARA FORA**

Tudo o que o público interno, as pessoas que se relacionam com a organização, pensa e sente a respeito dela, naturalmente expressa na convivência do dia a dia. Muito mais rápido do que imaginamos, esses comentários vão se ampliando, se alastrando, e a imagem vai sendo construída (boca a boca).

O segredo está:

- no interesse,
- na alegria e
- no entusiasmo dos dirigentes, professores, alunos e funcionários e clientes em "vestirem a camisa".

São emoções e sentimentos que produzem aumento da produtividade, melhora do desempenho, animação dos fornecedores, satisfação dos clientes e ótimos comentários. É a força mágica do "boca a boca".

Investir primeiro nas Relações Humanas harmoniosas dentro da organização cria excelente imagem e atrai agradáveis surpresas. Depois, os aspectos exteriores e aparências.

(\*) Seja Bem sucedido nas Relações Humanas, Maria Luiza Marins Holtz, 2a. Edição. MHAÉ : 2004, disponível em [http://www.mh.etc.br/documentos/seja\\_bem\\_sucedido\\_nas\\_relacoes\\_humanas\\_2ed.pdf](http://www.mh.etc.br/documentos/seja_bem_sucedido_nas_relacoes_humanas_2ed.pdf)