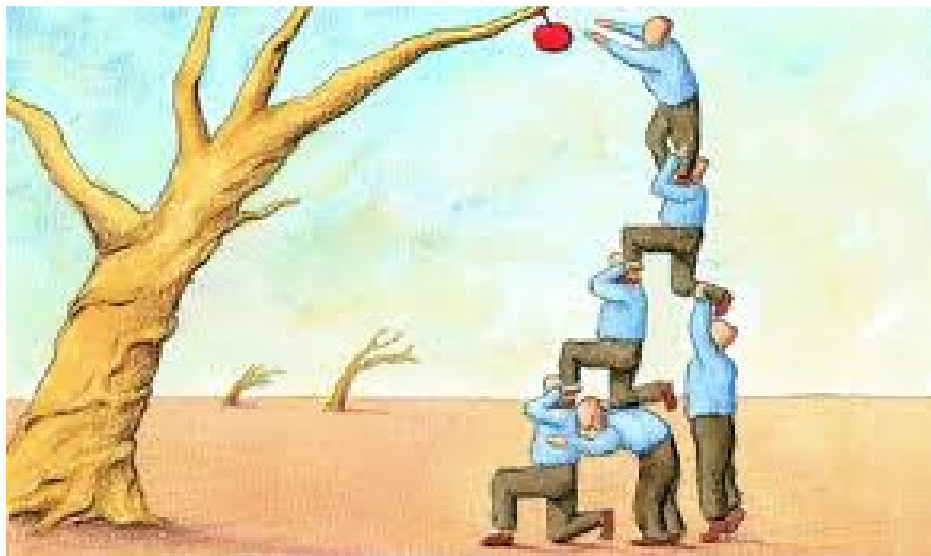


NOÇÕES DE RELAÇÕES HUMANAS



UNIÃO NACIONAL DE INSTRUÇÃO

1 - RELAÇÕES HUMANAS

1.1. O que é Relações Humanas

Conjunto de normas de comportamento que visa prevenir mal-entendidos e solucionar conflitos interpessoais. Se em muitos comportamentos os homens se assemelham, à forma típica de reagir que caracterizam a maneira de ser de cada indivíduo, sua personalidade.

A personalidade se estrutura através da vida social e depende de certos traços inatos e hereditários. Em outras palavras, a personalidade é um conjunto de reações e de modos de ser característicos de cada indivíduo, decorrente da herança biológica e da ação ambiental. Hereditariedade e meio são fatores que influenciam basicamente a formação da personalidade.

O processo de socialização é facilitado pelo meio social em que se desenvolve o ser humano, ou onde ele vive. Se ingressarmos em um grupo e as pessoas que dele participam nos receberem com simpatia e boa vontade, as probabilidades de nos ajustarmos são maiores do que na hipótese contrária. Partindo do princípio que o homem é um ser social, dar-se necessário criar um clima de relações verdadeiramente humanas e, para tanto, é necessário aceitar a pessoa como ela é realmente, com suas limitações, suas habilidades, suas tendências positivas e negativas.

1.2. O que são diferenças individuais

São as várias formas nas quais os indivíduos se distinguem um dos outros, nos aspectos físicos, psíquicos, intelectuais, emocionais ou sociais. Tais diferenças caracterizam a personalidade do indivíduo em singularidade.

1.3. Como diferem os indivíduos

Podemos dizer que todos os homens são iguais na sua forma e constituição. Mas quanto à maneira de ser, são diferentes entre si. Cada pessoa sente, age e pensa de forma diferente.

Os homens são iguais /Os homens são diferentes

Todos possuem dois olhos, um nariz, uma boca, sendo esses alguns aspectos físicos que nos levam a dizer: todos os homens são terrenos psicológicos, veremos que todas as criaturas, a atenção, as percepções, as reações emotivas, os hábitos, obedecem aos mesmos princípios e mecanismos de funcionamento.

É espantoso, portanto, que, tendo todos os elementos físicos e psicológicos em comum sejam tão diferentes entre si e se possa dizer: **Não há duas pessoas iguais.**

Se tomarmos em conta apenas quatro elementos físicos (nariz, boca, cabeça, olhos), encontrará milhões de diferenças individuais quanto ao tamanho, formato, cor etc. Se passarmos para o terreno psicológico, verá que os elementos citados (mesmo na percepção, hábitos, emoções), embora obedecendo aos mesmos princípios, leis e mecanismos de funcionamento, variam tanto que cada ser humano é diferente de todos os outros da sua espécie. Mas não é só isso. Além de os homens diferirem entre si, cada criatura difere de si própria com o decorrer dos anos. Num mesmo ano ou no intervalo de poucos minutos, suas atitudes podem mudar diante de uma mesma situação.

Por exemplo: pode vir a não gostar, amanhã de uma pessoa de quem gosta muito, hoje.

1.4. Causas das diferenças individuais

Várias são as causas das diferenças individuais. Algumas são inatas, isto é, o indivíduo já nasce com elas. Por exemplo: sexo, raça, constituição física, temperamento, etc.,

Existem também as causas adquiridas por influência do meio ambiente. Algumas dessas causas advêm do meio físico, como: clima, tipos de região etc. Outras são influências do meio social: família, escola, religião, situação econômica, saúde, alimentação.

O fato é que o homem vive em luta com esses fatores: por isso é que o comportamento humano só pode ser melhor compreendido quando relacionado com fatores que agem sobre ele. As diferenças individuais devem-se, principalmente, à reunião de traços e atributos pessoais que constituem o que chamamos de personalidade.

1.5. A Arte das Relações Humanas

Você é sua instituição. Estar envolvido e comprometido é necessário que haja crescimento e se crie um estado de maturidade entre você e a instituição.

Você passa mais tempo nela que em sua casa. Por que, então, não contribuir para que se estabeleça e mantenha uma relação agradável e produtiva?

Você faz parte do grupo social juntamente com sua equipe. O grupo tem as mesmas dificuldades que você. Pode até ser que as suas dificuldades de adaptação não sejam as únicas.

Você tem um objetivo, que é fazer com seu trabalho, que também é comum, seja vitorioso.

1.6. A Coesão do trabalho integrado

Todos têm a sua importância numa instituição. O grupo é a razão viva para o trabalho. Deve sempre desejar o melhor para o conjunto buscando a solução mais adequada para suas dificuldades.

Não existem razões completamente definidas que expliquem porque você simpatiza ou não com esta ou aquela pessoa. Procure então, analisar isto por você mesmo, de dentro para fora, com ponderação e imparcialidade.

Você deve considerar seus colegas de trabalho como parte do grupo. Conheça os objetivos propostos antes de começar o seu dia de trabalho. Isso é fundamental, pois assim você saberá a sua cota de participação.

Seja honesto, não deixe de perguntar o que não ficou claro ou que acredita não caber a você fazer.

Viver diariamente com colegas de trabalho nem sempre é fácil, mas, com compreensão de propósito, criatividade, alegria e disposição, poderemos alcançar e manter a harmonia necessária para ser feliz. Seja prudente, evitando confrontos desnecessários. Ouça mais e evite expor opiniões por vezes sem pensar.

Na verdade, o que mais nos ocupa o tempo são as pessoas. Desde o início de nossa vida, defrontamo-nos com uma teia de conexões humanas a nos envolver e a nos comprometer incessantemente. Com essa visão e atitude frente ao mundo, poderemos caminhar rumo ao ser mais consciente e conhecendo a amplitude, as limitações e a grandeza daquelas com os quais convivemos no dia-a-dia, a partir de nós mesmos e da inclusão dos demais.

1.7. Os Dez mandamentos das Relações Humanas

1) **FALE** com as pessoas. Não há nada tão agradável e animado como uma palavra de saudação, particularmente hoje em dia quando precisamos mais de sorrisos amáveis.

2) **SORRIA** para as pessoas. Lembre-se, que acionamos 72 músculos para franzir a testa, e 14 somente para sorrir.

3) **CHAME** pelo nome. A música mais suave para muitos, ainda continua sendo o próprio nome.

4) **SEJA** amigo e prestativo. Se você quer ter um amigo seja um amigo.

5) **SEJA** cordial. Fale e aja com toda sinceridade: tudo o que fizer faça-o com todo prazer

6) **INTERESSEM-SE** sinceramente pelos outros. Mostre que as coisas da qual gostam e com as quais se preocupam também têm valor para você, de forma espontânea, sem precisar se envolver diretamente.

7) **SEJA** generoso em elogiar, cauteloso em criticar. Os líderes elogiam. Sabem encorajar, dar confiança e elevar os outros.

8) **SAIBA** considerar os sentimentos dos outros. Existem três lados em qualquer controvérsia: o seu, o do outro e o que está certo.

9) **PREOCUPE-SE** com a opinião dos outros. Três comportamentos de um verdadeiro líder: ouça, aprenda e saiba elogiar.

10) **PROCURE** apresentar um excelente trabalho. O que realmente vale na nossa vida é aquilo que fazemos para os outros.

1.8. Consciência profissional

Para ter sucesso jogando limpo não existe uma receita universal e completamente eficaz para todo mundo. Mas, em linhas gerais, convém seguir estes conselhos:

1. Compartilhe seus conhecimentos, pois só assim eles têm valor. Confie nos colegas até que provem não merecer sua confiança. É mais produtivo para você e para toda a equipe.

2. Não faça nada que você não possa assumir em público.

3. Caso um colega tente levar a fama por um projeto do qual você participou, converse primeiro com ele. O diálogo é impossível? Não estará sendo antiético se levar o problema aos seus superiores, de preferência acompanhada de mais pessoas envolvidas na história. Só tome cuidado com acusações infundadas, fofocas, dados distorcidos.

4. Escolha empresas éticas para trabalhar. Aquelas que discutem sua missão, além de princípios e valores, para chegar a um consenso que deve ser compartilhado com todos.

5. Se um subordinado seu for antiético, o primeiro passo é educar, orientar. Já as reincidências têm de ser tratadas com rigor.

6. Quanto mais poder a pessoa pouco ética tem dentro da organização, mais cuidados devemos tomar. Muitas vezes a solução é buscar uma vaga em outro setor ou, em casos extremos, denunciá-lo ao departamento de recursos humanos.

7. Lembre-se que os valores sociais devem suplantar os individuais.

8. Por último, agir eticamente dentro ou fora da empresa sempre foi e será uma decisão pessoal sua. Mesmo sujeito a deslizes e equívocos, você deve ter consciência de que esse costuma ser um caminho sem volta. Para seu sucesso ou seu fracasso profissional.

2 – COMUNICAÇÃO

2.1. O que é comunicação

É a utilização de qualquer meio pelo qual um pensamento transmitido de pessoa a pessoa sem perder, tanto quanto possível sua intenção original.

2.2. Objetivo

Influenciar para afetar com intenção, visando uma reação específica de uma pessoa ou grupo (mudança no comportamento).

Num passado não muito distante, acreditavam que para manter uma comunicação era necessário apenas um diálogo, ou uma escrita, mas estudos recentes da psicologia moderna constataram que alguns itens a mais constituem uma comunicação real.

Nesta constatação de processo, deve-se observar que a fonte e o receptor são sistemas similares. Se assim não fosse, não haveria comunicação.

2.3. Elementos do processo da comunicação

A comunicação, entendida como algo que um indivíduo concebe, codifica e emite intencionalmente para obter de outrem uma reação, estabelecendo-se entre ambos um intercâmbio de sentimentos e idéias orientadoras de sua conduta em determinada situação. É, por natureza, um fenômeno dinâmico, uma vez que exige dos seus agentes uma permanente atividade psicossocial, no sentido de se adaptarem às mudanças que aquele algo, a mensagem, opera no ambiente.

Os elementos básicos da comunicação:

- Emissor - emite, codifica a mensagem;
- Receptor - recebe, decodifica a mensagem;
- Mensagem - o conjunto de informações transmitidas;
- Código - conjunto de signos usado na transmissão e recepção da mensagem;
- Referente - contexto relacionado ao emissor e receptor;
- Canal - meio pelo qual circula a mensagem.

Ao tratarmos especificamente de comunicação pessoa a pessoa, que é o modelo mais simples e o que mais nos interessa, podemos agrupar fonte e codificador num único elemento, fazendo-se o mesmo com o decodificador e o receptor, resultando em quatro elementos:

- Emissor - emite, codifica a mensagem;
- Receptor - recebe, decodifica a mensagem;

- Canal e mensagem – condição do transmitido pelo emissor.

Observação importante:

Devemos ficar atentos, para as falhas, às distorções, as deformações nas mensagens, os devaneios e as falsas verdades, as quais fazem com que raramente um fato seja relatado da maneira que realmente ocorreu.

Embora cada situação comunicativa seja única, ainda assim é possível isolar certos elementos do processo que são comuns a toda e qualquer comunicação.

2.4. Tipos de Comunicações

Sabemos agora que existem vários tipos de comunicação, e que é preciso conhecê-los para termos êxito ao estabelecer uma comunicação.

Comunicações Orais: são as ordens, pedidos, colóquios, “bate-papos”, comunicações telefônicas, pelo rádio, debates, discussões, etc.

Comunicações Escritas: são as cartas, jornais impressos, revistas, cartazes, etc.

Comunicações Não Verbais: são as comunicações estabelecidas:

- Por Mímicas: gestos das mãos, do corpo, da face (caretas).
- Pelo olhar: podemos saber o que uma pessoa quer de nós muitas vezes pelo olhar.
- Pela postura do corpo: o nosso corpo fala muitas vezes o que realmente gostaríamos de dizer verbalmente. Consciente ou inconscientemente: falar é uma atitude consciente enquanto a postura é inconsciente.

O Seu Corpo Fala!

O escritor Pierre Weil (2000) fala muito bem sobre este assunto, no seu livro *O Corpo Fala*. Muitas vezes nós não conseguimos harmonizar o que sai da nossa boca com o que sentimos, outras vezes, o nosso corpo fala por si só. O corpo expressa as nossas ansiedades, desejos e conquistas de forma natural mesmo que nossas palavras digam o contrário. Os gestos podem significar mais que você imagina! O Corpo Fala sem Palavras.

Pela linguagem do corpo, você diz muitas coisas aos outros. E eles têm muitas coisas a dizer a você.

2.5. Barreiras nas Comunicações

Muitas vezes a comunicação deixa de efetivar-se por barreiras, “obstáculos”, que restringem a sua eficácia, os quais podem estar ligados ao emissor, ao receptor, ou a ambos, ou ainda a interferências presentes no canal de comunicação.

Nós podemos entender como barreiras nas comunicações, desde as limitações de ordem emocional, tais como, a incapacidade dos interlocutores para abordar determinados temas considerados por demais ameaçadores, até as dificuldades relacionadas à utilização dos códigos de linguagem; todos estes fatores representam maior ou menor grau de obstáculos a uma comunicação plena.

A idéia que se tem da comunicação é que ela existe em mão dupla, ou seja, um indivíduo pode ser

ou não aceito simplesmente pela sua forma de expressar-se.

Para que haja um sentido bilateral da comunicação, é necessário que tanto o emissor quanto o receptor percebam o outro.

Não poderá haver uma comunicação correta, ou seja, sem interferências, quando não há sintonia no que se diz, e no que se ouve.

Qualquer tentativa de melhorar ou minimizar as falhas na comunicação deverá partir tanto do emissor quanto do receptor.

2.6. Ruídos na comunicação

A comunicação é uma extraordinária ferramenta da qualidade no atendimento. Portanto, é preciso muito cuidado para evitar ruídos. Por exemplo, às vezes, uma pessoa fala e a outra não entende exatamente o que foi dito. Ou, então, tendo em vista a subjetividade presente na mensagem, muitas vezes, o emissor tem uma compreensão diferente da que foi captada pelo receptor. Além dessas dificuldades, existem outras que interferem no processo de comunicação, entre elas, as barreiras tecnológicas, psicológicas e de linguagem. Essas barreiras são verdadeiros ruídos na comunicação.

As barreiras tecnológicas resultam de defeitos ou interferências dos canais de comunicação. São de natureza material, ou seja, resultam de problemas técnicos, como o do telefone com ruído. As barreiras de linguagem podem ocorrer em razão das gírias, regionalismos, dificuldades de verbalização, dificuldades ao escrever, gagueira, entre outros. As barreiras psicológicas provêm das diferenças individuais e podem ter origem em aspectos do comportamento humano, tais como:

- a) **seletividade**: o emissor só ouve o que é do seu interesse ou o que coincida com a sua opinião;
- b) **egocentrismo**: o emissor ou o receptor não aceita o ponto de vista do outro ou corta a palavra do outro, demonstrando resistência para ouvir;
- c) **timidez**: a inibição de uma pessoa em relação a outra pode causar gagueira ou voz baixa, quase inaudível;
- d) **preconceito**: a percepção indevida das diferenças socioculturais, raciais, religiosas, hierárquicas, entre outras;
- e) **descaso**: indiferença às necessidades do outro.

Enfim, comunicar-se adequadamente é um desafio e uma condição para o bom relacionamento com o cliente, principalmente em situação de trabalho.

2.7. Procedimentos para uma comunicação eficaz

Ouvir com atenção e concentrar-se; absorver, analisar quem nos fala, e então responder (de forma educada e equilibrada).

Não ter preconceitos com quem nos fala. Dê uma chance ao locutor de mostrar-se como pessoa única e especial quem é. Considere a individualidade alheia.

As palavras são mágicas. São as verdadeiras essências de um relacionamento, elas podem construir ou destruir um indivíduo. Seja dócil, amigo, e se precisar ser mais duro, o faça com a consideração de que há uma pessoa, um ser humano como você na sua frente. Considere que 70% da comunicação não são verbais.

Exemplo de barreiras na comunicação:

Opiniões e atitudes: do receptor fazem com que ele só ouça ou leia o que lhe interessa, ou ouça a mensagem de modo a que coincida com sua opinião, mesmo se o seu conteúdo for contrário.

Ex: O pai pede ao filho: “Vá à padaria da esquina, comprar pães”. Mas o pai não justifica qual o tipo de pão a ser comprado. O garoto terá neste caso livre conduta para comprar o pão que ele quiser.

Egocentrismo ou Competição: Essas duas palavras, juntas, acarretam um monólogo coletivo, onde o que predomina é o interesse individual e não o interesse do grupo.

Locutor está falando enquanto o receptor, “quem ouve”, rebate tudo o que o outro diz, sem ao menos processar e analisar o que lhe está sendo dito. Esta atitude é muito comum para pessoas egocêntricas e/ou competitivas, pois esses indivíduos não aceitam ser o segundo plano, eles precisam estar sempre em evidência.

“A pessoa egocêntrica ou competitiva quase sempre se envolve em situações ridículas e equívocas sem ao menos se dar conta”.

Ex: Um grupo de pessoas conversando, onde cada um conta uma história ou experiência vivida; ocorre de um membro do grupo interferir dizendo que o que ele viveu ou que o que aconteceu com ele é sempre mais interessante. Ou ainda podemos ver o exemplo de um casal, onde os dois tentam chegar a um denominador comum, mas o que ocorre é que um dos dois precisa ceder, e o egocentrismo não permite o façam.

Empatia: significa a capacidade de se colocar no lugar do outro. De nada adianta todos os instrumentos vinculados ao bom atendimento, tais como gentilezas e cortesias, respeito entre outros, se a empresa, através dos seus funcionários ou dirigentes, apenas manifestar o seu ponto de vista, expressando as suas crenças e as suas verdades, sem se colocar no lugar do outro.

A arte da empatia, mais do que a simpatia é o grande segredo de uma efetiva comunicação. Aliás, a comunicação não é o que se transmite ou o que se fala. A comunicação é o que chega ao ouvinte ou interlocutor; é o que é interpretado, é o estímulo que fica no outro, a partir do que dissemos ou fizemos.

Enquanto as pessoas estiverem apenas interessadas em falar, falar, falar, sem ouvir ou abrir canais para perceber o que o cliente quer ou precisa, estarão perdendo bons negócios e bons clientes.

Sugiro considerar passos simples que as empresas podem adotar para facilitar uma efetiva comunicação com o seu cliente:

- 1) Cultive sempre a empatia, ou seja, a capacidade de se colocar no lugar do outro;
- 2) Ouça com atenção. Pergunte para não haver dúvidas no entendimento do que foi transmitido;
- 3) Evite interpretar. Normalmente interpretamos com base no nosso ponto de vista e não no ponto de vista do outro. Novamente é melhor perguntar do que interpretar errado;
- 4) Ao falar com a pessoa, dê-lhe a devida atenção, olhe nos olhos, trate-a com distinção, respeito, simpatia, gentileza e consideração. Chame-a pelo nome, use pronomes de tratamento adequados;
- 5) Procure ouvir mais e falar menos. Muitos negócios são comprometidos por excesso de argumentação;
- 6) Prepare-se para falar bem, com elegância, fluidez e naturalidade.
- 7) Tenha segurança ao falar. Confie em si mesmo, reforce sua auto-estima para ficar calmo e tranquilo em qualquer situação.
- 8) Fale bem, com boa voz, boa dicção. Administre a velocidade da fala, faça pausas, adeque o volume ao ambiente e ao(s) interlocutor(es).

9) Seja objetivo, desenvolva as idéias com clareza, com começo, meio e fim, use exemplos para fortalecer os seus argumentos.

10) Adeque o vocabulário e a linguagem ao tipo de pessoa com quem estiver falando para falar na mesma “língua” do interlocutor. Isso exige flexibilidade e preparo.

11) Chame a pessoa pelo nome. Aprenda e use seu banco de dados para se lembrar do nome e informações importantes do seu cliente. Nada há de mais precioso, no campo das relações, do que chamar a pessoa pelo seu nome, mostrando com isso, interesse e consideração.

Em síntese, muitos outros tópicos poderiam aqui ser sugeridos ou explicitados. O que, de fato, importa, é o nível de interesse que você mesmo deve ter em relação ao seu cliente. Havendo um interesse real, os caminhos para um bom entendimento serão encontrados e o seu cliente, de fato, ficará encantado e comprará o seu produto.

Feedback: é a última etapa do processo de comunicação. Sem que haja o feedback a comunicação não pode ser considerada completa.

O feedback confirma que a comunicação é um processo bilateral. Nele está contido toda a reação do receptor com relação a mensagem que o emissor enviou.

Um componente de grande importância no feedback é a comunicação não-verbal por parte do receptor. Através das expressões corporais emitidas pelo receptor o emissor pode ter uma revelação, mesmo antes do receptor emitir qualquer tipo de resposta verbal, de como o receptor reagiu à sua mensagem.

Todo profissional, para melhorar a compreensão das suas mensagens com os clientes, deve levar em consideração os seguintes princípios:

- Use e abuse do feedback (procure saber do seu cliente se ele está compreendendo o que você está lhe dizendo)
 - Quando possível, utilize mais de um canal de comunicação, ofereça mensagens gráficas (fotos, folder's, mapas, etc)
 - Preste atenção no seu tom de voz e expressão corporal. Uma mensagem bem definida, clara e precisa facilita a compreensão e um bom feedback, por parte do seu cliente. Pelo feedback você pode saber se quem o escuta entendeu a sua mensagem e qual foi o impacto que ela causou no seu cliente.
 - Utilize uma linguagem acessível. Lembre-se de que nem todos entendem os termos técnicos
- Que você utiliza, ou não conhecem o modo de analisar uma planta de um imóvel, etc. Não use de gírias jamais.

Não fale somente para preencher o tempo. Certifique-se de que o que você tem a dizer ao seu cliente é importante para ele. Falas sem conteúdo não contribuirão pra o seu sucesso.

3 - ARTE DE OUVIR

Todas as pessoas acham que sabem ouvir os outros, mas são poucas aquelas que realmente o fazem. A arte de ouvir é difícil. Por isso, constitui um importante diferencial na carreira, na liderança, no sucesso. É possível apreender com a prática.

3.1. Ouvir e Fundamental

Estamos o tempo todo interagindo com outras pessoas no trabalho. Ouvi-las são a condições

essencial para entender quais é suas necessidades, como efetivamente podemos ajudá-las, o que realmente as motiva, as satisfaz, o que as coloca do nosso lado. Por isso, ouvir é fundamental.

Quando ouvimos:

- Compreendemos;
- Aprendemos;
- Entramos em sintonia real com o outro;
- Satisfazemos suas necessidades;
- Mostramos colaboração;
- Damos à oportunidade de expressão da qual andam tão carentes;
- Conquistamos simpatia;
- Crescemos pessoalmente e profissionalmente.

3.2. Regras para ouvir melhor

Fique à disposição

Pare de fazer o que estiver fazendo, olhe para o outro, mostre-se amistoso e receptivo, elimine expressões de ansiedade e tensão, controle o ambiente para que seja adequado. Diga palavras de estímulo ao outro, que o façam sentir-se efetivamente ouvido.

Pare de Falar: Para ouvir, é fundamental parar de falar. Controle o impulso de ficar dando palpites e interpretando a fala do outro. Interfira apenas para fazer perguntas apropriadas e para encorajar a expressão do interlocutor.

Pare de Julgar: Muita gente não ouve bem porque se mantém todo o tempo tentando encontrar erros do interlocutor. Pare de julgar e de pensar em suas próprias certezas enquanto o outro fala; procure apenas ouvir e entender o que ele tem a dizer.

Esvazie a Mente: Preocupações de qualquer natureza perturbam a pessoa e a torna fechada para o mundo. Esvazie a mente das preocupações e dedique atenção integral ao outro.

Não tenha Medo: Existem aqueles que não conseguem ouvir porque estão sempre imaginando que os outros são inimigos, que querem prejudicá-los, que irão reivindicar alguma coisa. Tais pessoas ficam “armadas” todo o tempo. Para ouvir bem, é fundamental abandonar essas paranóias e perder o medo dos outros.

4 - IMAGEM PROFISSIONAL

Um profissional deve zelar por sua imagem como tal, de sorte a inspirar credibilidade - confiança e eficiência - à sua clientela e a todos os que com ele se relacionarem.

A competitividade moderna exige que todos construam uma boa imagem profissional, social e pessoal - não só pela postura, como pelos hábitos e até pela vestimenta adequada.

No business world (mundo dos negócios) só os profissionais conscientes do poder da imagem se valerão dessa poderosa ferramenta, para levá-la ao sucesso profissional.

A imagem profissional resulta da avaliação de sua maneira, postura, cortesia e aparência: se dois candidatos se apresentarem com igual capacitação técnica, certamente a escolha recairá sobre o de melhor aparência e trato mais refinado - até porque exibirá a eles autoconfiança e apresentará atitudes resolutas.

4.1. Reflexo da Boa Imagem

A imagem profissional caracteriza-se por sua radical dualidade: o profissional tem ou não tem uma boa imagem. Igualmente, a imagem pessoal resulta de um longo tempo, como resultado cumulativo de interações - e jamais será imposta.

Os alicerces da imagem profissional são os comportamentos, hábitos, posturas, ética, conhecimentos, habilidades e competência.

O primeiro reflexo da boa imagem profissional é a credibilidade - componente importantíssimo para as relações profissionais.

Todos os que se inter-relacionarem com o profissional formarão uma imagem - com a qual o verão: invariavelmente, uma 1ª impressão é gerada nos primeiros instantes do contato, e na transcorrência da relação pessoal formar-se-á uma imagem menos aparente e mais assentada pessoalmente, até que, com o passar do tempo e pela intensidade do relacionamento, sedimentar-se-á um conceito, que refletirá as posturas exibidas, sua coerência e harmonia, embasando sua imagem profissional.

A 1ª impressão é o alicerce da imagem pessoal: ela irá influenciar as avaliações subseqüentes, criando boa ou má vontade em relação ao profissional: "Ninguém tem uma segunda oportunidade de causar uma primeira boa impressão" - é a válida advertência a todos.

Estudos apontam que os principais fatores, que influenciam essa 1ª impressão revela o seguinte:

- 25% pela visão (apresentação física);
- 18% pelo tom da voz;
- 14% pelas palavras utilizadas, adequadas ou enviesada mente;
- 10% pela expressão (ou linguagem) corporal.
- A Visão do interlocutor é influenciada principalmente pela aparência e pela vestimenta.

4.1.1. Higiene

Falando de aparência, o que mais chama a atenção além dos tradicionais traços de higiene pessoal, é a expressão facial, expressão esta que esperamos nos três segundos iniciais que seja de um sorriso que demonstre sinceridade quanto à importância do momento.

Ainda dentro do conjunto que compõe a expressão facial chamamos a atenção especial das mulheres para os cabelos e dos homens sobre a face e uniformes sempre limpos.

4.1.2. Vestuário

É o conjunto de peças de roupas e acessórios usados sobre o corpo. A necessidade de proteger-se do frio e das adversidades atmosféricas, o pudor, o desejo de estabelecer distinções sociais e a vaidade são alguns dos motivos que determinam seu uso. A roupa cumpre também a função de diferenciar os sexos à primeira vista. Na maior parte das culturas, existem peças exclusivamente masculinas ou femininas, que não guardam relação necessária com a configuração física de um ou outro sexo, estes devem trajar-se observando sempre os padrões normais convencionais e regionais.

O funcionário deve estar trajado de maneira conveniente quando for exercer as suas funções. Estar convenientemente trajado não quer dizer estar vestido com luxo. Quer dizer, estar vestido com roupas limpas e discretas. Não teria sentido o funcionário comparecer ao trabalho de calção. Se em sua repartição for

adotado um uniforme, o funcionário deverá usá-lo, sob pena de ser punido administrativamente.

4.1.3. Atenção

Se estiver aguardando sentado não se esparrame no assento, a primeira impressão que causa não é nada boa.

4.1.4. Tom de Voz

Use não só o tom da voz, como também a velocidade da fala igual a do seu interlocutor garantindo assim a necessária sintonia.

A adequação das palavras utilizadas significa principalmente a atenção no uso de palavras condizentes e pertinentes ao momento sem erros de pronúncia, vícios de linguagem, gírias, expressões que denotem intimidade, frases feitas sem originalidade, piadinhas quebra gelo ou mesmo citar um volume enorme de informações para qual o momento não é o adequado.

O momento pode ser sóbrio ou descontraído e você vai se adequar a ele, demonstrando já neste início de contato, que a peça chave desse relacionamento profissional é a pessoa dele "cliente" e não a sua.

4.1.5. Linguagem corporal

Merece nossa especial atenção principalmente sobre o cumprimento e contato visual.

O cumprimento em nossa cultura se materializa com um "aperto de mão", ato que deve obedecer a algumas regras simples como:

- A mão deve ser fechada de forma firme sem apertar;
- O braço não deve balançar mais do que três vezes e de forma natural, porém segura.

Como todo contato físico, o aperto de mão é revestido de interpretações e conseqüentemente nos obriga a alguns cuidados especiais inclusive quanto a não invasão do denominado "espaço pessoal", mantendo uma distância correta de nosso interlocutor (dois antebraços).

4.1.6. Hábitos

A maioria dos bons hábitos profissionais tem haver com a educação que recebemos e assim sendo, tal como as regras de etiqueta, nosso papel aqui é só lembrar de algumas situações consideradas críticas para a imagem profissional.

Começamos optando por lembrar que obediência ao horário é fundamental para a formação de uma boa imagem profissional. Outro hábito fundamental é o da comunicação personalizada, ou seja, a partir da apresentação não deixe de usar o nome do seu interlocutor sempre que possível. Ainda como hábito relembremos que não se interrompe a pessoa que está falando, por nenhum motivo.

4.1.7. Ética

Dos vários conselhos importantes, consideramos fundamental lembrar que:

Não fale mal da sua concorrência, você tem e quer saber como fazer, que o cliente o faça.

Não fale da concorrência ao cliente, você ainda não sabe de onde ele veio e nem vai saber para onde vai ao futuro, cative um aliado, esteja ele onde estiver.

Ser ético é respeitar as regras vigentes inclusive, e principalmente, nas informações consideradas confidenciais.

4.1.8. Conhecimentos

Principalmente se for uma primeira visita, seu objetivo é conhecer o máximo possível do seu cliente, seja comedido em demonstrar excesso de conhecimentos, forneça informações na medida do necessário e do interesse de seu cliente, mas não queira "aparecer" como o "sabe-tudo", isso pode manchar sua imagem e bloquear a concretização.

4.1.9. Habilidades

Aqui é importante falar não de todas as suas habilidades, mas especificamente daquela pela qual você normalmente se sobressai, que todos comentam ser uma virtude nos primeiros contatos, o que cativa às pessoas em você. Essa habilidade é denominada de "fator único". Descubra o seu fator único e faça uso dele principalmente nesse momento.

4.1.10. Competências

É um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que, harmonicamente desenvolvidas, produzem um resultado final esperado e desejado.

EXERCITE SEUS CONHECIMENTOS, RESOLVENDO AS QUESTÕES ABAIXO:

Exercícios

1 - Defina o que é Relações Humanas?

- a) Conjunto de normas e comportamento interpessoais.
- b) Conjunto de normas de comportamento que visa prevenir mal-entendidos e solucionar conflitos interpessoais.
- c) Conjunto de normas e regras de comportamento
- d) Conjunto de normas de comportamento que visa prevenir conflitos.

2 - Complete a afirmação: A _____ se estrutura através da vida social e depende de certos traços inatos e hereditários.

- a) Personalidade
- b) Pessoa
- c) Família
- d) Alma

3 - O que é personalidade?

- a) É um conjunto de reações e de modos de ser característicos de cada indivíduo, decorrente da herança biológica e da ação do homem.
- b) É um conjunto de reações e de modos de ser característicos de cada indivíduo, decorrente somente da herança biológica.
- c) É um conjunto de reações e de modos de ser característicos de cada indivíduo, decorrente da herança biológica e da ação ambiental
- d) É um conjunto de reações e de modos de ser característicos de outros indivíduo, decorrente da herança biológica e da ação ambiental

4 - O que são diferenças individuais

- a) São formas nas quais os indivíduos se distinguem um dos outros, apenas nos aspectos físicos,
- b) São formas nas quais os indivíduos se distinguem um dos outros, nos aspectos físicos, psíquicos, intelectuais, emocionais ou sociais.
- c) São formas nas quais os indivíduos se distinguem um dos outros, nos aspectos, intelectuais.
- d) São formas nas quais os indivíduos se distinguem um dos outros, nos aspectos, emocionais ou sociais.

5 - Complete a afirmativa: Podemos dizer que todos os _____ são iguais na sua forma e constituição. Mas quanto à maneira de ser, são _____ entre si. Cada _____ sente, age e pensa de forma diferente.

- a) Homens, diferentes, ser
- b) Grupos, diferentes, pessoa
- c) Homens, iguais, pessoa
- d) Homens, diferentes, pessoa

6 - Liste os Dez mandamentos das Relações Humanas.

GABARITO

1-B, 2-A, 3-C, 4-B, 5-D e 6 consultar texto

7 - O que é comunicação?

- a – forma de expressar apenas com os clientes
- b – meio o qual um pensamento é transmitido e pessoa a pessoa, sem perder sua intenção original
- c – conjunto de ações
- d – serviços destinados a empresa

8 – Quais os elementos do processo da comunicação?

- a – começo meio e fim
- b – comunicação orais e escritas
- c – emissor, receptor mensagem, código, referente e canal
- d – emissor, receptor, referente e canal

9 – Quais os tipos de comunicação?

- a – comunicações orais, escritas e não verbais
- b – emissor, receptor e mensagem
- c – canal e receptor
- d – comunicações orais e não verbais

10 – Complete: A comunicação é uma extraordinária ferramenta da qualidade no _____.

- a – atendimento
- b – desafio
- c - bem estar familiar
- d – problema pessoal e da empresa

11– verdadeiro ou falso?

- () – A comunicação não pode ser através de gestos e olhares
- () – A comunicação é uma ferramenta para qualidade do atendimento
- () - Comunicar-se adequadamente é um desafio e uma condição para o bom relacionamento com o cliente
- () – Não devemos ouvir com atenção, é melhor falar mais.

GABARITO

7-b, 8-c, 9-a, 10-a, 11-F/V/V/F

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Relações humanas. Disponível em: <<http://inforum.insite.com.br/concurso-tcu-2004/2996271.html>> Acesso em 15 Agosto 2008.

Relações humanas. Disponível em: <<http://www.fes.br/disciplinas/mkt/psic/Rela%E7%F5es%20Humanas.doc>> Acesso em 18 Agosto 2008.

Curso de Relações Humanas. Brasília: Universidade Católica de Brasília, [200-?].

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala:** a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 50. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2000. 288 p.

WEIL, Pierre. **Relações humanas na família e o trabalho.** 46.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1995. 246 p.