

UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE GESTÃO EM RECURSOS HUMANOS

Alessandra dos Santos Silva
Helenice Moraes Rosa
Roseneia Farias Gazoli
Valdilene Batista de Lima

O QUE PODEMOS APRENDER COM OS GANSOS

Sorocaba/SP
2008

Resumo

Através da leitura do livro **O que podemos aprender com os gansos I e II**, verificamos a partir dos contos apresentados situações que acontecem no nosso dia. Tais situações nos fazem refletir sobre nossa postura. O texto procura nos transmitir a idéia do quão é importante a **boa comunicação, trabalho em grupo, forma de liderar, de sabe motivar.**

A partir do momento em que aprendemos a respeitar o próximo, que identificamos seus limites, trabalhamos em grupo, temos paciência, nos comunicamos, ouvimos mais e falamos menos, podemos evitar ou diminuir uma série de problemas.

Problemas estes que muitas vezes acabam se agravando facilmente devido à falta de comunicação, compreensão, motivação, entre outros, podendo causar até a perda de amizade, ou seja, rompimento das relações.

O livro procura abrir nossos olhos para que busquemos melhorar nossos relacionamentos pessoais e interpessoais, nossa comunicação, nossa forma de agir diante das situações difíceis, entre outros.

Basicamente mostra lições de suma importância, tais como: a comunicação quer seja no ambiente profissional, quer seja na vida pessoal; a importância de não ser arrogante, inflexível, não se achar o dono da situação / razão, ou seja, saber liderar com flexibilidade. Todos têm algo a aprender, quanto é importante trabalhar em grupo, como é importante estarmos realmente envolvidos/comprometidos com aquilo que fazemos como são importantes novas tarefas e desafios para que possamos nos sentir motivados, o quão é importante um ambiente de trabalho agradável e seguro, dentre outros fatores.

As palavras chaves são: Liderança, Comunicação, Trabalho em equipe, Motivação, Ambiente de Trabalho.

Muito se fala em liderança, mas o que é a liderança? Liderança é o processo de influenciar e motivar as pessoas para que contribuam da melhor maneira possível com os objetivos do grupo ou da empresa.

Segundo Cortela (2007) “o líder deve ficar atento àquilo que muda e estar sempre disposto a aprender”. Há uma frase famosa de um detetive fictício do cinema chinês que diz: “Mente humana é como pára-quedas, funciona melhor aberta”. A flexibilidade do líder com relação às mudanças é notável na arte de liderar, quando acontece desistência ou resistência, a pessoa fecha a mente.

No entanto liderar não é um processo fácil, pois estamos lidando com pessoas de diversos níveis culturais e valores éticos diferenciados. Então como liderar de forma de eficaz e eficiente? Existe alguma receita para isso? Não! Não existe uma receita pronta para isso, mas sim alguns conceitos que podem contribuir para tal fato.

Ter claramente definido qual é a missão, visão, valores e objetivos da empresa, é de suma importância para o grupo, pois assim saberam qual norte a ser seguido.

Conhecer os membros da equipe, saber um pouco sobre suas metas, seus objetivos, ou seja, fortalecer o relacionamento com os membros da equipe e entre os membros, buscando assim a integração e a cumplicidade de todos.

Respeitar a individualidade de cada membro da equipe, pois cada um tem seu tempo, seu ritmo, seus limites, ou seja, aceitar as diferenças e buscando entender o porquê de um certo comportamento, de forma a evitar julgamentos precipitados, agindo assim será possível criar um ambiente agradável e de confiança.

Ser transparente e coerente nas ações e decisões, ser humilde, não ter vergonha de dizer eu não sei, ou eu preciso de ajuda, ser um bom ouvinte, ter uma boa comunicação, ter equilíbrio emocional, são pontos que também auxiliam e fazem com que o grupo se sinta cada vez mais envolvido.

Ao analisarmos a palavra companhia, originada do latim cum, pan, ia que significa “vão com o mesmo pão”, ou seja “aqueles que repartem o mesmo pão”, percebemos que o líder tem a função de ser companheiro e ter o outro como companheiro para ajudar a companhia na travessia rumo ao futuro.

Para se atingir as metas e os objetivos faz-se necessário que a comunicação entre o líder e os membros da equipe funcione de forma efetiva, mas o que é a comunicação?

O dicionário define comunicação como “fomentar o entendimento” ou seja, a habilidade de comunicar-se deve ser levado à ação.

Segundo (CORRADO 1994). A visão que a administração tem da comunicação, é que ela precisa ser melhorada não porque é bom ter uma boa comunicação, mas sim porque a comunicação faz parte do plano estratégico destinado a agregar valor mensurável para a organização.

O grupo ou a organização alcança resultados positivos quando a comunicação funciona.

- Inspira o grupo a colocar as ações em prática.
- A cooperação e a confiança é fruto de uma comunicação clara e objetiva.
- O grupo que se comunica se une quanto às questões que são levantadas ao longo do processo.
- Os conflitos são transparentes e de responsabilidade comum.
- Uma boa comunicação dificilmente sofre rupturas.

Enquanto que a má comunicação pode causar sentimentos de frustração. As palavras e ações são más interpretadas.

Portanto, devemos compreender que não existe comunicação perfeita mas sim habilidades que precisam ser exploradas nas equipes.

Algumas estratégias podem nos auxiliar para que se alcance uma comunicação eficaz, eficiente e efetiva, ou seja, ter claramente definido o público ou receptor que se quer atingir, qual a importância de se comunicar com ele(s), quando e onde a comunicação vai ocorrer, o que será comunicado, qual objetivo desta comunicação.

O trabalho em equipe é a soma dos conhecimentos e habilidades individuais que facilita a realização dos objetivos da empresa. Quando uma equipe se reúne, pode possuir alguns elementos, normalmente individuais, que podemos notar: totalmente aberto a novas experiências e aprendizados e seu processo é organizado, outra é impermeável à mudanças pois pode levar à quebra de paradigmas. Simultaneamente uma equipe pode oscilar entre estas duas características, portanto a sensibilidade da liderança é necessária para se chegar ao ponto eficaz.

Para (CHIAVENATO, 2000). A abordagem de equipes torna as organizações mais flexíveis e ágeis ao ambiente global e competitivo.

Mas nem todas as empresas conseguem transformar grupos de trabalho em equipes vencedoras, uma vez que equipes de trabalho nada mais é do que a soma de forças que vem do conhecimento e experiência que cada indivíduo possui. Uma equipe que se comunica possui características efetivas: habilidades próprias, filosofias, ética e ação. Sua comunicação é envolvida e baseada na missão, valores e compromisso da organização.

Para que uma equipe de trabalho esteja comprometida com os resultados da organização é preciso tempo para ajustes individuais, pois quando uma equipe amadurece, as diferenças são colocadas à serviço de todos. É desejável organização de idéias, autonomia e dinâmica no processo de trabalho.

Portanto, faz-se necessário o respeito mútuo ou seja, realizar os alinhamentos quanto às expectativas, das relações, dos conflitos e das individualidades.

Toda equipe precisa de um líder capaz de orientar, mostrar caminhos e gerar resultados, além de ter características técnicas, ele precisa ter características comportamentais como: humildade, sinceridade, preocupação com a equipe e compreensão.

A missão de inspirar a motivação para a conquista nos colaboradores é do líder, que neste caso se torna um modelo. Conseguindo dessa forma envolver e comprometer as pessoas, passando-lhes sinergia, companheirismo e satisfação. Dessa forma nasce uma equipe vencedora, mantido pela parceria e comprometimento de todos.

Equipes vencedoras são formadas por pessoas que não pensam somente em sua vitória pessoal, são formadas por pessoas que percebem que aquilo que se conquista não vem por acaso e sim pelo resultado do trabalho de todos.

Motivação segundo o dicionário é conjunto de fatores psicológicos, conscientes ou não, de ordem fisiológica, intelectual ou afetiva, que determinam um certo tipo de conduta em alguém, ou seja, motivos que levam à ação, à realização particular.

Para (VERGARA, 2006) “Motivação é uma força, uma energia que nos impulsiona na direção de alguma coisa, ela é absolutamente intrínseca, ou seja, nasce de nossas necessidades interiores”.

Sabemos que as pessoas são diferentes e sendo assim têm diferentes necessidades, para que elas se motivem é necessário que elas acreditem na mensagem que estão recebendo, que haja credibilidade por parte de quem está passando a mensagem, além disso outros fatores de cunho pessoal podem levar o indivíduo a motivação, a exemplo temos: a divisão das responsabilidades pelo líder (compartilhamento de poder), o retorno no que diz respeito ao reconhecimento, satisfação financeira, crescimento pessoal e profissional.

O estado motivacional está intimamente relacionado ao *moral*, se o *moral* está baixo, dificilmente será possível motivar esta pessoa ou grupo, pois os mesmos não sentem suas necessidades pessoais satisfeitas, isso influencia diretamente no ambiente de trabalho, causando queda na produtividade e sentimentos de frustração, do contrário, se o *moral* estiver elevado a pessoa ou grupo se sentirá estimulada a colaborar, desejando pertencer a determinado grupo ou ambiente, desenvolvendo-se em todos os aspectos, uma que vez a relação de entrosamento formal e informal faz com que o ambiente de trabalho se torne agradável.

Analisando todos os fatores aqui descritos percebemos que o aperfeiçoamento da comunicação, o respeito ao indivíduo, a troca de experiências, a flexibilidade são fatores fundamentais para se obter êxito pessoal e profissional.

Referências Bibliográficas

Sites:

<http://revistamelhor.uol.com.br/textos.asp?codigo=10566>

<http://www.abrhj.org.br/typo/index.php?id=154>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Liderança>

Livros:

CORTELLA, Mario Sérgio. Qual a tua obra? Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética. Petrópolis – RJ: Vozes, 2007.

BETHEL, Sheila Murray. Qualidades que fazem de você um líder. São Paulo: Makron Books, 1995.

VERGARA Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. 5º edição – São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração. 6º edição – Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CORRADO, Frank M. A força da comunicação: quem não se comunica – São Paulo: Makron Books, 1994.

