

Comunicação direta e indireta

Durante o processo de **comunicação oral direta** (implica a presença dos interlocutores no mesmo espaço e tempo) é sempre possível o feedback. O mesmo não acontece na **comunicação escrita** que não dispõe dos mesmos meios para auxiliar a comunicação. No entanto, existem outros fatores que ajudam durante os **processos de comunicação oral indireta** (os interlocutores recorrem a meios que permitam a comunicação que não ocorre no mesmo espaço, através de telefone, intercomunicador, etc.). São estes: a **colocação, o tom, o timbre e a dicção**.

Na comunicação escrita (que é sempre indireta, uma vez que não implica a presença dos interlocutores mas **pode ser dividida no plano direto ou indireto, na medida em que se adequa a mensagem ao destinatário**.) o **gesto, a presença, a colocação da voz** não podem ser usados como complementares ao processo de comunicação.

A boa utilização da voz durante o processo de comunicação oral indireta assemelha-se à **empatia e à boa presença** na **comunicação oral direta**.

Já na **comunicação escrita** este efeito é comparado à **cortesia e à boa apresentação** da mensagem.

Comunicação empresarial

As tarefas quotidianas numa empresa dependem da troca de informações existentes entre os colaboradores da empresa e entre empresas. É em resultado destas comunicações de sucesso que se faz a gestão de problemas, se planeia a longo prazo e se tomam decisões estratégicas.

A **comunicação tem como objetivo**: obter boas relações de trabalho; atrair encomendas e assegurar crescimento contínuo (ponto de vista prático). **Compreensão da mensagem; obtenção de feedback; relações favoráveis; bom ambiente de trabalho** (ponto de vista mais técnico).

A comunicação é **transacional**: envolve trocas sucessivas

O remetente/emissor é o 1º responsável pela comunicação eficaz. Para o recetor perceber a mensagem, esta deve ser clara. O emissor deve ter em conta o **recetor**, o **conteúdo** e **forma** da mensagem, o **feedback** e as **barreiras** à comunicação.

FLUXOS COMUNICATIVOS

Formais (mensagens respeitam ordem hierárquica); **Informais** (as mensagens circulam fora dos canais formais, são gerados através de relações pessoais); **Unilaterais** (não há feedback imediato); **Bilaterais** (comunicações provocam alternância de papéis entre emissor e recetor); **Verticais** (entre os diferentes níveis hierárquicos; podem ser descendentes ou ascendentes); **horizontais** (ou interdepartamentais; ocorrem dentro do mesmo nível hierárquico); **diagonais**

(fluxo de informação entre especialistas de diferentes áreas funcionais em diferentes níveis de gestão); **Em rede** (centralizadas ou descentralizadas); **Em série**.

PLANEAMENTO DA MENSAGEM

Ter em atenção: **objetivo; recetor; conteúdo**

Criação: **planear; compor; analisar e rever**

O **contexto**: quem é o recetor? A informação é positiva, negativa ou persuasiva? É mais importante a ideia principal ou os argumentos?

O **conteúdo**: oral ou escrita? Plano direto ou indireto? Sequência de ideias? Rascunho da mensagem! Criar e rever mensagem! Reler!

Plano de estruturação:

Plano direto/abordagem direta (para mensagens neutras/boas notícias); no plano direto a ideia principal vem primeiro depois vêm os detalhes; o fecho deve incluir um pedido cordial ou impulsionar uma acção.

Plano indireto/abordagem persuasiva e más notícias (apresentar primeiro explicações, contextualizar problema; ideia principal vem depois; fecho de forma cordial e cortês)

SISTEMAS DE CORRESPONDÊNCIA

Sistema tradicional: de particulares para empresas/empresas para particulares

Sistema normalizado: entre empresas.

BARREIRAS À COMUNICAÇÃO

Personalidade: **autossuficiência** (acreditar que se sabe tudo); **avaliações congeladas** (pensar que palavras dita a 2 pessoas diferentes têm o mesmo significado); **tendência para complicar** (usar discursos complicados para expressar ideias simples);

Linguagem: na codificação e decodificação das mensagens; no uso de palavras de elevado grau de abstracção; entoação; elaboração incorreta das mensagens; preponderância dos interlocutores;

Contexto socio-cultural: ideologias; desequilíbrio cultural; tipo de mensagem e aparência; capacidades do recetor ver e ouvir; distorção ao longo de uma cadeia; desconhecimento da audiência; distrações e interrupções;

SELEÇÃO DO CANAL E MEIO

É necessário registo permanente da mensagem?

Então prefira meio escrito

Vai receber a mensagem prontamente? Se sim, uma mensagem escrita é mais adequada, se não, uma comunicação oral é suficiente.

Longa ou complexa? Sim! Canal escrito de comunicação!

Feedback imediato? Sim! Canal direto; face a face ou chamadas telefônicas.

Credibilidade é importante? Sim! Mensagem escrita; documentos organizacionais.

REGRAS DA COMUNICAÇÃO ORAL

Comunicação oral direta é importante:

1-alternância de papéis;

2-empatia;

3-boa presença.

Comunicação oral indireta é importante:

1-colocação da voz;

2-timbre;

3-dicção;

4-tom.