

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE INDAIATUBA

DR. ARCHIMEDES LAMMOGLIA

TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

EDUARDO JOSÉ MAXIMILIANO GONÇALVES DE LIMA

**ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS INTROVERTIDOS
E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTERNA**

Indaiatuba
Maio de 2023

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE INDAIATUBA

DR. ARCHIMEDES LAMMOGLIA

TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

EDUARDO JOSÉ MAXIMILIANO GONÇALVES DE LIMA

**ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS INTROVERTIDOS
E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTERNA**

Trabalho de Graduação apresentado por Eduardo José Maximiliano Gonçalves de Lima como pré-requisito para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, da Faculdade de Tecnologia de Indaiatuba, elaborado sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Elisiane Sartori Menezes.

Indaiatuba
Maio de 2023

AGRADECIMENTOS

Inicialmente tenho que dizer que sou grato a Deus por todas às experiências de vida que tive e possibilitaram a construção desta pesquisa, que também traz adequada e moderadamente minha própria vivência, em especial no âmbito organizacional.

Aos meus pais, cujo apoio me direciona a tomar as decisões do meu dia a dia com segurança, por todo o carinho que continuam a dedicar à mim e principalmente, pela importância que exercem sobre minha vida, a qual não consigo descrever em palavras, fazendo este parágrafo parecer insípido, mas minha consciência me impele a deixar registrado que é o sentimento mais puro, do qual sou genuinamente grato por carregar em meu coração.

À Lary, cuja amizade, surgiu no momento e lugar que menos poderíamos esperar e acabou se tornando a mais significativa que existe em minha vida, fazendo a única perspectiva possível a pretensão de minha parte em continuar cultivando-a enquanto o ar entrar em meus pulmões.

Às minhas queridas companheiras de trabalho (aqui identificadas como L e L), pela confiança, companheirismo e reveses que solucionamos diariamente durante o expediente.

E a Fatec, por todas as experiências que tive dentro e fora do prédio, apenas por fazer parte de seu corpo discente e em particular à Prof.^a Elisiane e ao Prof. José William, responsáveis por me auxiliar a fazer desta pesquisa uma realidade.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo verificar a relação do profissional indaiatubano, em particular indivíduos com personalidade voltada a introversão, com os processos de comunicação em seu ambiente de trabalho, para tanto se apoia em referências acadêmicas e bibliográficas para conduzir uma pesquisa realizada por meio de um formulário em ambiente virtual, composto por questões que avaliem a perspectiva dos indivíduos e as ações deliberadas pelos mesmos dentro do seu ambiente de trabalho, de acordo com o tipo de personalidade aqui trabalhada pelos conceitos *Jungianos*, as quais se identificam. Neste sentido, a presente pesquisa tem condição de influir na gestão organizacional, pois avalia a realidade comportamental de um grupo de indivíduos cujos atributos atuam como filtro para a tomada de decisões, para então elucidar as condições que tornam o ambiente de trabalho propício e confortável para a condução da rotina. Uma vez que os resultados obtidos não refletem uma verdade irrestrita, mas são suficientemente verídicos para oferecer uma nova perspectiva para as organizações avaliarem seu quadro de funcionários e a convivência com a diferença entre os indivíduos que trabalham juntos. Assim, o resultado obtido ao final desta pesquisa demonstra que se um indivíduo respeita sua natureza, compreendendo como utilizar suas habilidades interpessoais e tempo de aprendizagem, o desenvolvimento profissional possui uma progressão mais satisfatória.

Palavras-chave: Consciência, Personalidade e Interdependência.

ABSTRACT

The present research has as objective to verify the relationship between the workers of Indaiatuba, particularly the persons with the introverted personality and the communication processes in your workplace. It uses as help academic and bibliographic references to conduce the research applied with the use of an virtual form, with questions that search for the perspective of the workers and the actions they took during the work, accord with the type of personality here studied by the *Jungian* concepts, as they identify themselves. So, the research has potential to influence the organizational management, because it evaluate the comportamental reality of an group of persons whose personality acts like a filter to the take of decisions, to then clarify the conditions that makes the organizational enviroment comfortable for they routine. Once the results doesn't reflect an absolute true, but are enough truthful to give a new perspective to the organizations to see their collaborators and and the living with different kinds of personality during the work time So the result expected at the end is to verify that if an person respect your nature and, learn how to use your interpersonal abilities and time of learning, the professional progress has an development more comfortable.

Keywords: Consciousness, Personality and Interdependence.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Habilidades Interpessoais.....	20
Figura 2 – Cálculo de amostragem.....	29
Figura 3 – Qual gênero você se identifica?	31
Figura 4 – Qual sua idade?	31
Figura 5 – Em qual curso da Fatec Indaiatuba você está matriculado?.....	32
Figura 6 – Atualmente você se encontra empregado?.....	32
Figura 7 – Você se reconhece como uma pessoa com a personalidade voltada à:.....	33
Figura 8 – Com qual canal comunicativo você se sente mais confortável para troca de informações entre companheiros de trabalho?	34
Figura 9 – Você possui dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior?	34
Figura 10 – Se “Sim”, por favor poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo? (I)	35
Figura 11 – Se “Sim”, por favor poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo? (II).....	36
Figura 12 – Quando é necessário repassar uma informação:	36
Figura 13 – Em quais destes momentos você comunica com maior facilidade no ambiente de trabalho?	37
Figura 14 – Enquanto Receptor em uma conversação você:.....	38
Figura 15 – Quando você não compreende a mensagem que lhe é transmitida:.....	38
Figura 16 – Quando surge uma demanda onde você deve comunicar algo que não domina completamente:.....	39
Figura 17 – Você se considera eficaz em comunicar?.....	40
Figura 18 – No seu ambiente de trabalho você se sente ouvido e/ou compreendido quando está comunicando algo?.....	40
Figura 19 – Ao preparar sua mensagem, você considera mais importante:	41
Figura 20 – Diante das questões apresentadas se algo lhe sugeriu alguma ideia ou comentário fique à vontade para registrar sua perspectiva.....	41
Figura 21 – Introdução ao Questionário	51

Figura 22 – Características das Personalidades	52
Figura 23 – Questões 1 e 2	53
Figura 24 – Questões 3 a 5	54
Figura 25 – Questões 6 e 7	54
Figura 26 – Questões 8 a 10	55
Figura 27 – Questões 11 e 12	55
Figura 28 – Questões 13 e 14	56
Figura 28 – Questões 15 e 16	56
Figura 29 – Questões 17 e 18	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação de matrículas por curso	28
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO I.....	14
1.Fundamentação Teórica: Compreendendo os Conceitos-Chave.....	14
1.1 Comunicação Organizacional.....	14
1.1.2 Comunicação Organizacional Interna.....	16
1.2 Habilidades interpessoais.....	19
1.1.2 Habilidade empática.....	20
1.3 Tipos de personalidades.....	22
1.3.1 Introversão.....	24
1.3.2 Extroversão.....	25
CAPÍTULO II.....	26
2.Percurso Metodológico: A Estrutura da Pesquisa.....	26
2.1 Caracterização da pesquisa.....	26
2.1.1 Quanto aos objetivos.....	26
2.1.2 Quanto ao delineamento.....	27
2.2 Caracterização do lugar e da amostra de pesquisa.....	27
2.3 Procedimentos para coleta e análise de dados.....	27
2.3.1 Ambiente de coleta de dados.....	27
2.3.2 Técnicas para coleta de dados.....	27
2.3.3 Natureza da análise de dados.....	29
CAPÍTULO III.....	30
3.Análise e Discussão de Dados: A Relação Entre a Teoria e os Resultados.....	30
3.1 Análise dos resultados.....	30
3.2 Convergência dos dados obtidos.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS.....	46

APÊNDICE	51
----------------	----

INTRODUÇÃO

Compreendendo que a configuração atual do mercado de trabalho está constantemente em busca de profissionais que se destaquem tanto em quesitos técnicos quanto comportamentais em paralelo à necessidade de saber relacionar-se com companheiros de trabalho, parceiros comerciais e clientes, o tema aqui trabalhado permeia uma singela fração do intrincado campo que surge das relações humanas, buscando tentar entender a influência que um aspecto em especial da natureza humana, a personalidade, produz no processo comunicativo dentro do ambiente de trabalho.

Em um primeiro momento é possível que a escolha do tema desta pesquisa possa levantar alguns pontos enigmáticos, quando defrontado com a relação da proposta do curso de Gestão Empresarial, mas sua definição está devidamente justificada dentro do eixo comunicacional, pela constante necessidade de cuidar da saúde das relações interpessoais.

Pois quando pensamos no cotidiano do ambiente empresarial é sabido que a efetividade na execução da rotina planejada é reflexo de uma complexa rede de esforços individuais e coletivos, assim faz sentido pensar que o cenário ideal visa a existência de um processo de gerenciamento do capital emocional desenvolvido pelos níveis tático e executivo, como um dos sustentáculos para a boa manutenção da produtividade do nível operacional, e como consequência do ambiente organizacional como um todo. Obviamente o desenvolvimento de um programa como este trará consigo gastos (em termos de finanças e tempo) que serão pesados e avaliados, conforme a expectativa de retorno que proverá, assim sendo, uma empresa que não encontra a oportunidade em inserir tal processo acaba por estar sujeita com maior efeito (não necessariamente negativo) ao desenrolar das relações interpessoais e intersetoriais, responsáveis pela rotina.

Assim a justificativa da pesquisa realizada se dá pela curiosidade em entender como os profissionais com a personalidade voltada a introversão de Indaiatuba desenvolvem suas estratégias comunicativas no ambiente de trabalho e como consequência quais efeitos isto pode produzir em seu cotidiano, para assim compreender como esta condição da natureza humana pode influir no desenvolvimento profissional.

Destarte, a importância deste trabalho está no valor proposto em esclarecer para a cidade de Indaiatuba, a devida relevância que cada sujeito pode refletir no ambiente que está inserido, quando o desenvolvimento comunicativo entre os profissionais ocorre de maneira clara e fluída,

mesmo com as mais diferentes capacidades de expressão que os seres possuem, indicando também àqueles responsáveis pela gestão destes indivíduos um caminho menos tortuoso para a explicitação daquilo que é esperado.

Assim sendo, o trabalho se torna viável pois se embasa em teoria organizacional, psicológica e social aliada à uma pesquisa de campo, com alunos da cidade de Indaiatuba para promover dados que se aproximem da realidade.

Considerando sua própria vivência o autor sonda a importância da comunicação eficiente e suas repercussões no ambiente organizacional, seja no sentido horizontal como vertical, partindo assim do ponto de vista de um elemento auto reconhecido como introvertido o presente trabalho visa responder a seguinte questão: A introversão é necessariamente um percalço para o desenvolvimento profissional de um indivíduo?

Em vista da importância que a boa comunicação reflete na autoestima dos profissionais, dada a hierarquia de motivações humanas, o sustento de relações positivas que expressem reciprocidade permite ao indivíduo a carga de tranquilidade necessária para conduzir suas tarefas.

Desse modo, esta pesquisa não possui a pretensão de evidenciar uma verdade absoluta sobre o comportamento humano, mas almeja apresentar uma perspectiva otimista para o progresso ocupacional, embasado pela comunicabilidade. Assim explicitado fica fácil entender que o objetivo aqui definido parte do interesse em verificar a relação dos profissionais de Indaiatuba com os processos de comunicação no ambiente organizacional. Portanto, a hipótese sobre o resultado esperado ao final desta pesquisa é demonstrar que se um indivíduo respeita sua natureza, compreendendo como utilizar suas habilidades interpessoais e tempo de aprendizagem, o desenvolvimento profissional possui uma progressão mais satisfatória.

Assim sendo, a coleta de dados se dará através de uma Pesquisa de Campo de caráter Exploratório, distribuída no formato de um formulário virtual. Para tanto, a análise das respostas obtidas se dará pela configuração Quali-quantitativa, buscando mensurar a possibilidade de tendências no comportamento dos profissionais, através dos gráficos gerados a partir do formulário virtual é de suma importância para validar os dados obtidos, que estarão devidamente pautados sob uma análise interpretativa do aspecto social deste trabalho.

Desta maneira a pesquisa aqui desenvolvida apresenta três capítulos, o Capítulo I, trata a respeito de três conceitos-chave fundamentais para compreender o tema, contextualizando o arranjo da comunicação organizacional interna contemporânea, o tipo de personalidade introvertido e a necessidade de habilidades interpessoais, para a boa convivência no ambiente de trabalho, na sequência o Capítulo II detalha como se estrutura a pesquisa realizada para

promover uma coleta de dados adequada ao que o trabalho se propõe. por sua vez, o Capítulo III corresponde ao percurso de aplicação da pesquisa, bem como a análise dos dados obtidos.

Após todo o desenvolvimento do tema trabalhado as Considerações Finais encerram a pesquisa, promovendo uma visão geral sobre o cerne da pesquisa, e associando o percurso de seu desenvolvimento com a análise final dos dados obtidos.

CAPÍTULO I

1.Fundamentação Teórica: Compreendendo os conceitos

1.1 Comunicação Organizacional

Sendo a comunicação indispensável para o convívio humano esse capítulo aborda tal conceito inserido dentro do ambiente corporativo. Neste contexto compreendida como um dos pilares para a condução de qualquer atividade mercadológica

Compreendendo que uma empresa também pode ser definida como organização, ela assim é composta por um conjunto de pessoas que trabalham em prol da Missão proposta pelo alto escalão como forma de direcionar os esforços em busca de capital, que cumprem tarefas distribuídas conforme suas competências técnicas e devidamente cabíveis ao cargo que cada um ocupa, esta organização social também é dividida hierarquicamente a fim de organizar tal distribuição de tarefas e justificar a remuneração de cada colaborador, como regra básica para definir a harmonia desta sociedade. (PICCININI *et al.*, 2011)

Assim entende-se que o núcleo de relações das empresas necessita em um primeiro nível a formalidade adequada para funcionamento dos processos comunicacionais. Assim posto, é fácil dizer que as implicações do relacionamento humano, que pode possuir diferentes motivações, tais como interesses pessoais, valores, preferências, conflitos e sentimentos como exemplo, irão facilmente se chocar com a realidade hierárquica retratada e moldar o dia a dia da organização como uma força intangível, mas que afeta todos os envolvidos, dissolvendo assim a formalidade em diferentes níveis até a informalidade.

Diferentes eventos de ordem social em todo o mundo moldaram (com diferentes intensidades) a maneira com que a atividade laboral é configurada e compreendida pela comunidade, em síntese podem ser citadas: a Reforma Protestante, as Revoluções Industriais e em especial, aqui no Brasil a Consolidação das Leis Trabalhistas implementada pelo presidente Getúlio Vargas. (PICCININI *et al.*, 2011)

Tal evolução neste âmbito mostra que o ambiente organizacional demanda uma estrutura comunicacional efetiva, como abordado anteriormente através da formalidade, a fim de sustentar por tempo indefinido a operação da empresa.

Sabendo disso, agora é possível compreender como se estrutura a Comunicação Organizacional.

A Comunicação Organizacional por sua vez ocorre a princípio em dois ambientes: o **Interno** que compreende o trânsito de informações entre os colaboradores, independentemente do nível hierárquico e **Externo**, que resumidamente cuida da preservação e divulgação da imagem da empresa para parceiros comerciais e clientes. (SCHIMTZ, 2020)

Independentemente do ambiente que ela ocorra os elementos utilizados para passar uma informação devem ser coesos com a realidade abordada, uma vez que a clareza é fundamental para transmitir com confiabilidade e objetividade, otimizando assim o tempo dos envolvidos.

Para tanto, os elementos que compõem uma comunicação compreensível são (VANOYE, 2003 *apud* CECIERJ, s.d.):

1. **Emissor:** Quem transmite a informação.
2. **Receptor:** Quem recebe a informação.
3. **Mensagem:** A própria informação, produzida pela combinação de signos compreensíveis por ambos os envolvidos.
4. **Contexto:** O tema que a mensagem se refere.
5. **Codificação:** Os signos organizados utilizados para compor a mensagem.
6. **Decodificação:** Interpretação do receptor.
7. **Canal:** O meio físico pelo qual a mensagem é transmitida, seja virtual ou analógico.

Um ponto em especial que a comunicação pode abordar é justamente a Negociação, necessária para que os envolvidos entrem em consenso quando costumeiramente o assunto demanda reciprocidade, assim saber falar e ouvir de modo eficaz permite o bom entendimento para as partes. Assim quando mal configurada pode trazer detrimento aos interesses envolvidos e prejuízo aos objetivos almejados. (LEMPEREUR; COLSON, 2009)

Nesta condição é possível imaginar no ambiente organizacional a necessidade de negociar a condução das atividades com companheiros de trabalho, e quando realizada de modo profícuo o aproveitamento da energia e tempo das equipes envolvidas é poupado e a melhora do senso de espírito de equipe como consequência secundária é elevado.

Portanto é possível entender que a negociação, vertente da comunicação, neste sentido requer um desenvolvimento estratégico para que o assunto seja abordado de maneira proveitosa.

Logo, diante da vastidão abrangida pelo conceito de “Estratégia” neste contexto ela pode ser entendida como um meio de aplicar competências e recursos para alcançar metas definidas previamente, provendo assim um caráter sólido à Comunicação Organizacional. (BUENO, 2009)

Pode-se observar então que quando os aspectos apresentados até o momento são considerados a elaboração do discurso passa a ser mais confortável e tende a dispendir menos energia aos envolvidos nos processos que requerem troca de informações.

1.1.2 Comunicação Organizacional Interna

Portanto em resumo, sabendo que a comunicação ocorre todos os dias, com diferentes codificações, em diferentes níveis hierárquicos, em qualquer lugar, por diversos canais, entre inúmeras pessoas e organizações, fazendo uso de elementos verbais e não-verbais, em uma ambivalência de fornecer e receber informações. No entanto, um ato tão simples e recorrente no dia a dia ainda pode ser capaz de gerar uma troca de informações inadequada para os elementos envolvidos, apenas pelo fato de uma palavra possuir uma significação, ou emprego inadequado diante da percepção do receptor e/ou locutor. (PINHO, 2006)

Portanto dada a profusa carga de temas provenientes da Comunicação, apresentada aqui efemeramente, este projeto ater-se-á ao processo comunicativo dentro das organizações e como ele influencia a rotina.

Primeiramente é importante ter em mente que a comunicação é uma ferramenta, portanto pode ser aprendida, desenvolvida e refinada por qualquer indivíduo, obviamente, também pode ser designada conforme o propósito de um ou mais elementos envolvidos no processo, a fim de obter vantagens pessoais, ou o bem organizacional, para ilustrar de maneira simples. (PINHO, 2006)

Haja vista que o corpo organizacional deve ater-se às direções da comunicação e como elas ocorrem, a comunicação horizontal se faz quando realizada entre os colaboradores que ocupam a mesma posição (não necessariamente o mesmo cargo), seja no nível operacional, tático, ou estratégico, em contrapartida a comunicação vertical, existe quando necessário contato com alguém de um nível diferente, podendo ocorrer de maneira descendente ou ascendente (ilustrando que os níveis estão dispostos na pirâmide hierárquica), para ambas direções, a discussão de informações pertinentes à organização quando ocorrem de modo formal fomentam a boa manutenção das relações e promovem o devido registro e respaldo para os envolvidos. (PINHO, 2006)

No entanto, é imprescindível lembrar que a comunicação é realizada entre humanos, e é exatamente neste ponto que o estudo sobre as personalidades abordado anteriormente passa a criar influência sobre o processo comunicativo organizacional interno, dado o efeito que as configurações de formalidade e informalidade podem confundir-se entre si. (MONTEIRO; KUHLMANN; ANGNES, 2021)

Portanto, à primeira vista a informalidade pode sugerir um processo comunicativo falho, desgastante e improdutivo, apesar de estar sujeita à tal, no entanto esta pode ser considerada uma perspectiva superficial e limitadora, pois quando bem aproveitada por um gestor que tenha capacidade de promover integração entre sua equipe, possui potencial de aproveitar, ou até mesmo gerar em seu ambiente um *gatekeeper*, termo cunhado por Allen (1984) apud Macedo (1999), cujo significado representa um colaborador capaz de agir como facilitador dentro dos processos, que seja capaz obter informações externas à organização, e ainda assim de grande valia, seja pelo estudo especializado ou círculos sociais, repassando-as e promovendo o rompimento de fronteiras, gerando engajamento entre as redes internas da empresa, fornecendo um forte potencial de agir como catalisador, otimizando atividades e reduzindo o tempo despendido ao final de um período. (MACEDO, 1999)

Atualmente é indiscutível a facilidade com que é possível obter alguma informação, sobre qualquer assunto, mesmo que rasa, em virtude da existência e disseminação da internet ao redor do planeta, isto posto, a conjuntura contemporânea das redes de comunicação organizacional interna se estruturaram no intuito de absorver este recurso às suas necessidades, a utilização do *WhatsApp*®, aplicativo responsável por troca de mensagens e arquivos de mídia, utilizado tanto para a vida cotidiana como a rotina organizacional, demonstra que é capaz de integrar os colaboradores de um setor, ou toda a empresa, em um ambiente virtual, simples, mas capaz de providenciar informações essenciais instantaneamente. (SAVIO et al., 2021)

Neste sentido, a inserção da tecnologia vem para amparar a veracidade das informações disseminadas em nome da organização. Posto que todas as empresas estão sujeitas à famosa Rádio Peão, que está além do controle da alta administração, visto que não age necessariamente como um elemento contrário às suas intenções, apesar de ter potencial para facilitar a deturpação e manipulação de certas informações dirigidas ao corpo organizacional, ou de propagar boatos infundados, prejudicando o andamento de um ou mais setores. (MELO, 2006)

Ou seja, a complexa rede interna em que transitam as informações está sim suscetível à diversas variabilidades que pode influenciá-las negativa ou positivamente, dessa maneira o entendimento sobre como comunicar de maneira apropriada permite que cada profissional, seja

introvertido ou extrovertido, entenda com maior clareza como funcionam os processos internos de sua organização. (COSTA, 2015)

1.2 Habilidades interpessoais

Diante do exposto, a Comunicação no ambiente de trabalho requer interação entre os colaboradores, assim sendo, a construção da mensagem requer, além de uma estruturação e desenvolvimento adequados, desenvoltura tanto do receptor quanto emissor em compreender a melhor maneira de entender e respeitar o outro.

A interessoalidade trata justamente do relacionamento entre duas pessoas ou mais. Assim o progresso de tais habilidades se mostra através do comportamento consciente adotado pelos colaboradores em função de gerar um cenário favorável aos envolvidos. (POLAQUINI *et al.*, *s.d.*)

Outra perspectiva sobre tais habilidades mostra que a análise crítica sobre situações da vida cotidiana promove a reflexão e compreensão das esferas sociais que o indivíduo está inserido para que assim comportamento possa ser adequado conforme as situações requeiram. (OLIVEIRA; BATISTA, 2020)

Assim, sabendo que nesta condição o espectro abstrato de habilidades que podem corresponder a esta necessidade varia de maneira incontrolável, esta pesquisa irá se ater a uma definição e pontuação elementar deste assunto, para que o objetivo aqui almejado não seja destoado.

A figura 1 elenca 10 habilidades que são compreendidas como pilares das habilidades sociais, como maneira de orientar a proposta estabelecida. Vale destacar que apesar da listagem esta pesquisa manterá em foco apenas a Empatia para evitar quaisquer inserções de informações que destoem do seu objetivo.

Figura 1 – Habilidades Interpessoais

Fonte: DEL PRETTE e DEL PRETTE, 2017 *apud* OLIVEIRA; BATISTA, 2020.

Observando esta listagem é possível assimilar os conceitos apresentados até agora com a necessidade de aplicá-los na vida cotidiana, uma vez que elas requerem como estopim a predisposição em atuar como alguém interessado não apenas na lucratividade no fim do período, mas sim na boa vivência da coletividade enquanto comunidade que opera em prol dos mesmos interesses.

Conseqüentemente, quando aplicadas no contexto profissional os resultados esperados compreendem maior satisfação com as atividades desenvolvidas, maior criatividade na resolução de desafios, diminuição de conflitos interpessoais, expressão honesta de opinião sem receio de julgamentos sociais e lidar com sentimentos, próprios e de terceiros com maior compreensão e respeito. (OLIVEIRA; BATISTA, 2020.)

1.1.2 Habilidade empática

Diante da discussão acerca das habilidades apresentadas até então, esta seção é dedicada em especial à empatia, dada a relevância e intimidade que ela apresenta ao tema e à preservação das boas relações, independentemente de quando aplicada no meio organizacional ou não.

O profissional consciente da interdependência entre si e os demais colaboradores da organização em que integram percebe claramente que o bom desenrolar do processo organizacional ocorre espontaneamente quando há uma dedicação pessoal para conservar o convívio com seus companheiros, para isso, dentre as habilidades sociais do ser aqui destaca-se o esmero que a empatia pode refletir, no âmbito cognitivo e emocional, transformando positivamente a concepção dos envolvidos. (COELHO, 2018)

Nesse sentido, o indivíduo empata se evidencia por seis hábitos diferentes, descritos por Krznaric (2015), são eles, (1) o esforço consciente em se colocar no lugar do outro, (2) administrar a própria estrutura mental para externar a empatia que reside na natureza humana, (3) ter disposição para explorar novas culturas e/ou perspectivas de vida, (4) produzir uma conversação despida de julgamentos estando disponível para ouvir a outra parte, (5) recolher-se para absorver o conhecimento disponível em livros, filmes ou mesmo na internet, (6) promover hábitos empáticos às pessoas ao seu redor.

Assim como o autor explica, a empatia não deve ser confundida com sentimentos de compaixão ou piedade, ela na verdade atua como um filtro que possibilita o entendimento sobre as diferenças, emocionais e racionais, mantendo sempre a distinção do “outro” e do “eu” entre as pessoas, propiciando assim um relacionamento aprazível.

Essa síntese de hábitos apresentados manifesta o levantamento de tendências presentes no comportamento introvertido, sem necessariamente excluir o extrovertido, descritas por Jung (1971), que analisa intuitivamente a emoção que motiva as ações tomadas por cada pessoa, para guiar o comportamento em momentos de socialização, o introvertido assim se depara com um conflito interno, onde apesar de conseguir compreender, ao menos em parte o outro, tem na contramão dificuldade em exteriorizar uma ação de cunho empata, justamente por manter sua visão voltada para o interior.

Assim sendo, no tocante ao contexto cognitivo a empatia age como uma bússola que orienta a tomada de decisões, quanto ao aspecto emocional, pode se confundir com outras sensações, que geram angústia e motivação em auxiliar o outro, mas mesmo assim é capaz de promover ações de apoio a outras pessoas, de maneira multidimensional e consoante com outros sentimentos. (SAMPAIO; CAMINO; ROAZZI, 2009)

Portanto, é possível destacar que a manutenção desta habilidade propicia o desenvolvimento de relações e situações em que se vale a pena viver, as atividades por si só nem sempre se sustentam, mas a atribuição da empatia ao cotidiano colore e dá sentido, quando a motivação não encontra um norte para continuar a influenciar as ações do ser, ou seja estar presente na vida do “outro” derruba os muros que a introspecção aspira erguer fortuitamente

nas relações interpessoais, promovendo assim uma sensação efetiva de higidez no aspecto psicossocial.

1.3 Tipos de personalidades

Para iniciar este tópico é interessante, antes de frisar propriamente nas condições das personalidades, entender o princípio da alteridade que trata sobre as particularidades intrínsecas à vida em sociedade, e que a percepção da existência do “eu” se dá justamente pela existência do “outro”, criando uma relação de interdependência tão natural que muitas vezes não salta aos olhos pelos problemas relacionais que podem vir a surgir com o tempo, assim sua abordagem reside no desenvolvimento e estruturação das relações entre os diferentes indivíduos, que geralmente por necessidades pessoais ou imposições ambientais se veem diante da necessidade de traçarem a princípio um percurso comunicativo a fim de conquistar um objetivo, seja ou não em comum, conforme Freitas (2016) disserta sobre a alteridade em Platão [4-- a. C.].

É significativo esclarecer que a entre as diferentes fases da vida que um ser humano passa ao longo do tempo a maioridade é o período em que deve-se manter em mente nesta pesquisa, pois as manifestações da personalidade mesmo que semelhantes se manifestam de maneiras distintas entre, crianças, adolescentes e adultos, portanto compreender a estrutura do desenvolvimento de um indivíduo adulto possibilita uma entrada mais confortável no que tange o desenvolvimento da personalidade, que está estritamente conectada com as evoluções psicossociais e fisiológicas Levinson's *et al. apud* (1978) Gross (1987).

Portanto o autor citado divide essa estrutura em três períodos: “Início da idade adulta”, “Idade adulta intermediária” e “Idade adulta avançada”, como indicado de maneira simplificada na imagem a seguir.

A primeira fase: Período de compreensão quanto às responsabilidades, sejam sociais ou laborais, em paralelo com o entendimento sobre si próprio e como aplicar os valores pessoais à vida cotidiana, no intento de conduzir a vida de uma maneira que seja possível ajustar a pessoa com o ambiente que o cerca. Desta maneira pode-se dizer que o motor principal da motivação e tomada de decisões parte justamente dos princípios que foram enraizados no ser durante a infância e adolescência.

A segunda fase: Estágio que conecta a fase anterior com a posterior. Biologicamente tende-se apresentar uma diminuição de ritmo das funções vitais, mas sem prejudicar a manutenção da vida. Em paralelo as responsabilidades citadas anteriormente já estão consolidadas, mas agora surge uma nova, o cuidado com as próximas gerações, como instruí-

los sem prejudicar as personalidades (valores, crenças, cultura e princípios) de ambos os lados, que ainda estão envolvidos em um contínuo processo de amadurecimento.

A terceira fase: Compreende a senescência do ser, não necessariamente um fim amargo, mas a etapa final, uma tendência de dissolução gradual dos aspectos fisiológicos, que majoritariamente irão ditar como a dinâmica psicossocial do ser se estruturará. Apresentando uma contrapartida da influência principal sobre atitudes, como naturalmente estão compreendidas no início da fase adulta.

Isto posto, se faz crível o entendimento da dinâmica existente entre o conceito de personalidade e as variáveis que influenciam a maneira como uma pessoa a exprime, seja voluntária ou involuntariamente.

Diante desta condição imposta à vida humana é interessante observar a existência de semelhanças, mesmo nos mais diferentes grupos e organizações humanas, em especial o comportamento introvertido, objeto principal do estudo aqui elaborado.

Assim sendo, a personalidade é facilmente compreendida como um traço que pertence aos seres e os distingue de seus semelhantes, sendo também um dos principais elementos que demonstram como os outros formam sua imagem na sociedade, mesmo que apenas uma teoria empírica e implícita, acaba por ser de grande influência sobre como o ciclo social de um indivíduo será composto, entrepondo-se também com a avaliação da conduta e aparência, que complementam o desenvolvimento da avaliação de outrem, como sustentam Scott, Osgood e Petersom (1979) *apud* Schilling (1985) e Gross (1987).

Como adição, a compreensão entre a intrínseca relação no conjunto personalidade e comportamento reside no que Frank (1948) citado por Schilling (1985) disserta, como o vínculo entre a percepção de mundo que o ser possui em relação à sua própria significação, dado sua capacidade cognitiva e emotiva.

Tendo em mãos a compreensão sobre a qualidade geral do conceito de personalidade, esta pesquisa baseia seu desenvolvimento em dois tipos de personalidades tratados pelo psicólogo cujo trabalho ainda é referência para os cursos de ensino superior no eixo da psicologia, Carl G. Jung, que apregoou os termos Introvertidos e Extrovertidos, os quais apesar de contrários, não se excluem mutuamente, mas podem perfeitamente habitar em sintonia, dadas em diferentes proporções, que expressam diretamente, como apresenta o autor, as disposições da consciência: pensar, sentir, intuir e perceber. (JUNG, 1971)

E é justamente esta simples contraposição de personalidades que se expressam em diferentes níveis em cada indivíduo que promove a subjetividade inerente à vida em sociedade, neste caso em particular, com os companheiros de trabalho e como as relações se desdobram

em possíveis amizades, ou em casos infortúnios, a inimizade, que pode fatalmente prejudicar os processos da empresa, bem como o desempenho dos colaboradores.

1.3.1 Introversão

Primeiramente é importante deixar claro que apesar de ser facilmente confundida com timidez a pessoa introvertida não é necessariamente tímida, pois essa condição surge da fobia social, diferente da personalidade que possui uma origem mais dinâmica como foi possível observar nos parágrafos anteriores.

Ao longo dos anos diferentes autores estudam as idiossincrasias da personalidade humana, no caso da introversão para abrir esta reflexão Gross (1987) expõe a ótica Jungiana de maneira sucinta, onde o sujeito introvertido, dirige sua energia mental com maior intensidade às matérias de ordem intrapessoal, como a reflexão, sentimentos e pensamentos (de natureza ampla). Claro, afirmar que uma pessoa é ou não puramente introvertida não reflete a verdade, pois um indivíduo pode possuir maior afinidade com um tipo, mas pode flutuar também entre diferentes traços característicos das personalidades, dadas diferentes intensidades. (JUNG, 1971)

Portanto a inclinação do pensamento introvertido orienta-se principalmente pela intuição que não se influencia por interferências externas, mas as analisa, respeita e compara com o que está presente no interior do ser, para então refletir uma ação que seja capaz de corresponder às expectativas manifestas e latentes. (JUNG, 1971)

Justificando assim o comportamento do indivíduo introvertido, que a princípio possa ser interpretado erroneamente como uma reação de desinteresse ou retração, pois ele se encontra apenas em um estado de estudo da situação apresentada, buscando solucionar o problema apresentado de acordo com sua natureza, equilibrando o mundo interior com o exterior.

O tipo introvertido ainda pode ser compreendido de maneiras diferentes, diante da perspectiva introvertida ou extrovertida, como explica Jung (1971), pois enquanto o introvertido tenta produzir a ação e entendimento a partir da subjetividade, o extrovertido compreende que o hábito mental íntimo é proveniente da conjuntura externa, portanto é possível constatar que há um conflito natural, mas involuntário, quanto ao estabelecimento da comunicação entre eles, no entanto tal conflito tem também o potencial de resultar em sentenças positivas para ambos os envolvidos.

Para ampliar conceitos básicos que distinguem a Introversão da Extroversão é interessante citar aqui o trabalho de Katharine Cook Briggs e sua filha, Isabel Briggs Myers

que basearam suas pesquisas na obra de Carl G. Jung, conhecido popularmente como MBTI (Myers-Briggs Types Indicator), capaz de distinguir entre 16 diferentes tipos de personalidades, considerando 4 aspectos que se exprimem com maior força em um indivíduo dentro de um espectro de 8 características opostas, sendo elas: Extroversão (E) e Introversão (I), Sensação (S) e Intuição (N), Pensamento (T) e Sentimento (F) e por último, Julgamento (J) e Percepção (P). (Myers-Briggs, 1998 91 et al. apud Couto et al., 2016)

A relevância desta tipificação reside no fato de servir de arrimo para diversas ocasiões em que se faz necessário ter uma ideia geral acerca do comportamento dos indivíduos. Também é importante repetir que se deve manter fortemente em mente que os resultados obtidos através dessa tipificação não são uma verdade irrestrita, mas sim um meio para o que o ser possa compreender a si mesmo com um pouco mais de facilidade, pois a personalidade em si não é fixa, como é possível observar anteriormente, mas sim um conjunto de características que a definem e transitam entre si em diferentes intensidades.

Portanto, a citação deste trabalho na presente pesquisa se faz útil para orientar parte da construção do questionário aplicado e explorado no Capítulo III.

1.3.2 Extroversão

Apesar de não ser o ponto focal da pesquisa realizada, é importante deixar claro quais as bases deste tipo para uma cognição proveitosa sobre os resultados obtidos ao final.

Uma prévia sobre tal comportamento já pôde ser percebida, mas a existência deste estágio surge para elucidar as disposições gerais da consciência extrovertida, que é predisposto a expressar um comportamento acolhedor, prestimoso, influente (geralmente através da oratória) e orientado de maneira objetiva, mantendo a elucidação subjetiva presente apenas na inconsciência. (JUNG, 1971)

Uma vez que é possível entender que tais disposições possibilitam uma desenvoltura no contexto comunicacional ligeiramente mais vantajosa a estas pessoas, dada a facilidade de agir objetivamente diante das situações que lhe são apresentadas, mas também deve estar claro que isto não pode ser confundido como uma regra intransigente, apenas uma condição que possui habilidades que se destacam, a princípio, quando comparada com a introversão.

Portanto, estando todos os conceitos teóricos devidamente definidos, é possível agora entender como eles se complementam e possibilitam uma estrutura concreta para o desenvolvimento das etapas apresentadas a seguir.

CAPÍTULO II

2. Percurso Metodológico: A estrutura da pesquisa

2.1 Caracterização da pesquisa

A pesquisa aqui desenvolvida busca entender como o profissional introvertido na cidade de Indaiatuba - SP se comunica com seus companheiros de trabalho para conduzir sua rotina. Para isso, o público-alvo é representado pelo corpo discente da Fatec – Dr. Archimedes Lammoglia, em especial os alunos de Gestão Empresarial e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, do 1º ao 6º semestre.

Esta escolha se dá pelo interesse em verificar a veracidade do que se apregoa no senso comum, generalizando que a presença e os interesses de pessoas introvertidas são voltados com maior intensidade à áreas que demandam menor contato com outras pessoas. O que aqui é representado pelos alunos de Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Paralelamente, a pesquisa também investiga qual a distribuição percentual de indivíduos extrovertidos e introvertidos no curso de Gestão Empresarial.

2.1.1 Quanto aos objetivos

Considerando a relação existente entre os conceitos de extroversão e introversão entende-se de maneira coerente e proveitosa que a configuração do seu objetivo no caráter Exploratório, uma vez que o questionário aplicado está composto por questões fechadas e abertas, possibilitando assim uma maior variabilidade de respostas, tendo em mente que toda sua estrutura está respaldada pelo Capítulo I, este modelo de pesquisa se faz adequado justamente para possibilitar a devida assistência ao caráter definido para a análise de dados, presente no subcapítulo 2.3.3. (GIL, 1999 citado por OLIVEIRA, 2011)

Uma vez que o intento desta pesquisa é compreender a relação entre o profissional e os processos de comunicação a aplicação desta pesquisa garante a possibilidade de explorar seus resultados com maior aproveitamento.

2.1.2 Quanto ao delineamento

A pesquisa será conduzida com o intuito de realizar o levantamento de informações pertinentes ao tema, este tipo de trabalho foi escolhido pois está amparado pelo desenvolvimento teórico para conduzir a análise de dados de maneira apropriada. (FORZA, 2022 apud DELALIBERA, *et al*, 2015)

2.2 Caracterização do lugar e da amostra de pesquisa

A pesquisa foi aplicada com alunos da Fatec Indaiatuba - SP, dentro do mês de abril de 2023, necessitando um total de 60 alunos para que possa ser validada, como apresentado na figura 2, dos quais preferencialmente cumpram alguma atividade laboral.

2.3 Procedimentos para coleta e análise de dados

A coleta e análise de dados foi feita via formulário, distribuído virtualmente para os representantes de cada classe, através do *whatsapp*, e repassado então para o público-alvo, utilizando como repositório o *software* Google Forms, no qual os gráficos gerados estão devidamente expostos no Capítulo III.

2.3.1 Ambiente de coleta de dados

Os dados foram coletados através de uma Pesquisa de Campo, pois capta as respostas diretamente do público-alvo, fornecendo informações que foram organizadas e interpretadas pelo pesquisador para verificação e entendimento apropriado do intento aqui expectado. (OLIVEIRA *et al*, 2020)

2.3.2 Técnicas para coleta de dados

As informações foram obtidas através de um questionário de questões fechadas, dada sua característica em prover dados democráticos, em relação ao presente tema, dentro de um ambiente controlado, assim o parâmetro de respostas será capaz de prover dados estatísticos

comparativos, dentro de distintas categorias, que serão capazes de atestar ou refutar a hipótese aqui desenvolvida. (HAIR et al., 2004 apud MOYSES; MOORI, 2007)

A pesquisa foi desenvolvida com a comunidade interna da Fatec Indaiatuba-SP, considerando um total de 1680 alunos matriculados na unidade, dado que a mesma oferece um total de 6 cursos, cuja duração é de 6 (seis) semestres, logo cada semestre (classe) não excede o limite de 40 matrículas, como exige o regulamento interno, no entanto a pesquisa irá abranger alunos dos cursos de Gestão de Empresarial e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, existindo assim um número não maior que 480 alunos nos cursos, conforme a tabela abaixo indica, o erro amostral considerado é de 10%, com base em possíveis desistências ao longo do curso, logo a pesquisa aqui desenvolvida será validada com um total de 60 respostas, valor definido com base em uma calculadora amostral virtual, assim sendo a base de cálculo inicial foi projetada conforme a disponibilidade de matrículas. (FATEC, 2022)

Tabela 1 – Relação de matrículas por curso.

Curso	Nº de semestres	Turno(s)	Máximo de matrículas por semestre	Alunos
Análise e Desenvolvimento de Sistemas	6	1	40	240
Comércio Exterior	6	1	40	240
Gestão Empresarial	6	2	40	480
Gestão de Serviços	6	1	40	240
Logística Aeroportuária	6	1	40	240
Rede de Computadores	6	1	40	240
Capacidade total de matrículas				1680

Fonte: Desenvolvida pelo autor.

Figura 2 – Cálculo de amostragem.

Calculadora Amostral

População
480

Erro amostral (%)
10

Nível de confiança (%)
90

Distribuição da População
Mais Heterogênea (50/50)

Calcular

Resultado 60

Fonte: TIC de Mestre.

A escolha do perfil dos estudantes foi definida pela diferença no pilar dos cursos, conforme indica a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), oferecendo assim uma amplitude aos resultados obtidos ao final desta pesquisa.

O gestor (CBO: 2521) se caracteriza por estar apto em trabalhar em distintos ramos de atividades, tais como, econômica, indústria, comércio e serviços atuando de modo a prover a boa condução dos processos do(s) setor(es) que é responsável, e o analista de desenvolvimento de sistemas (CBO: 2124) cuida das tecnologias inseridas na empresa, provendo a manutenção e inserção dos *softwares* e *hardwares* necessários para o dia a dia da organização. (BRASIL, 2022)

2.3.3 Natureza da análise de dados

A verificação dos dados é dada pelo método Quali-quantitativo, devido sua capacidade em proporcionar dados objetivos aos aspectos subjetivos da pesquisa, possibilitando a capacidade de adequarem-se à realidade aqui estudada, pois estão orientados diretamente nos resultados. (SERAPIONI, 2000)

Assim, neste cenário foi possível mensurar, clara e objetivamente, através dos gráficos fornecidos pela ferramenta, comportamentos e tendências que o profissional da cidade apresenta em sua rotina comunicacional

CAPÍTULO III

3. Análise e Discussão de Dados: A relação entre a teoria e os resultados

3.1 Análise dos resultados

A análise aqui desenvolvida se faz em duas estâncias, analisa individualmente os resultados obtidos para em seguida confortá-los e correlacioná-los promovendo assim um uso integral do caráter Quali-quantitativo definido para este capítulo.

Dentre os 480 alunos que compõem o público-alvo da pesquisa foram coletadas 61 respostas, garantindo assim a fidelidade esperada para a validação da pesquisa.

Para facilitar a análise do leitor se faz palpável explicar que todos os comentários analíticos desenvolvidos antecedem seus respectivos gráficos, para que o leitor possa interpretar e analisar a pesquisa apresentada com maior comodidade.

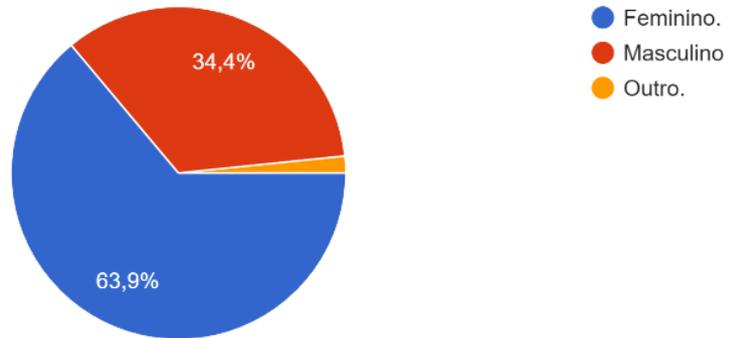
Ao iniciar o questionário o aluno se depara com o enunciado que explica rapidamente a proposta da pesquisa e para auxiliá-los a responderem o questionário apresentado, uma tabela baseada no trabalho de Jung faz uma condensação dos principais aspectos de cada personalidade e aponta-os separadamente, a fim de dar um norte àqueles que não possuem domínio quanto assunto abordado ou na possibilidade de não conseguirem enxergar dentro de que categoria se encontram, vide apêndice B.

Conforme é possível acompanhar nas figuras 3 a 7, dispostas na sequência, pode-se compreender resumidamente que o público que se disponibilizou a responder o questionário é majoritariamente feminino, está dentro de uma faixa etária de 18 a 29 anos, que atualmente desempenham alguma atividade laboral, possuem presença maior os discentes de Gestão Empresarial e se reconhecem com maior intensidade como indivíduos com a personalidade voltada a introversão.

Figura 3 – Qual gênero você se identifica?

Qual gênero você se identifica?

61 respostas

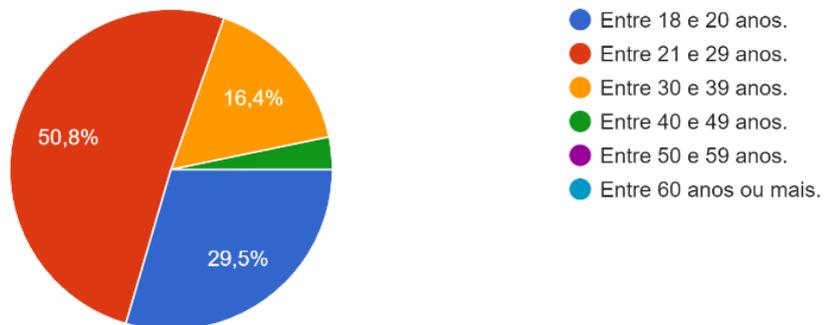


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 4 – Qual sua idade?

Qual sua idade?

61 respostas

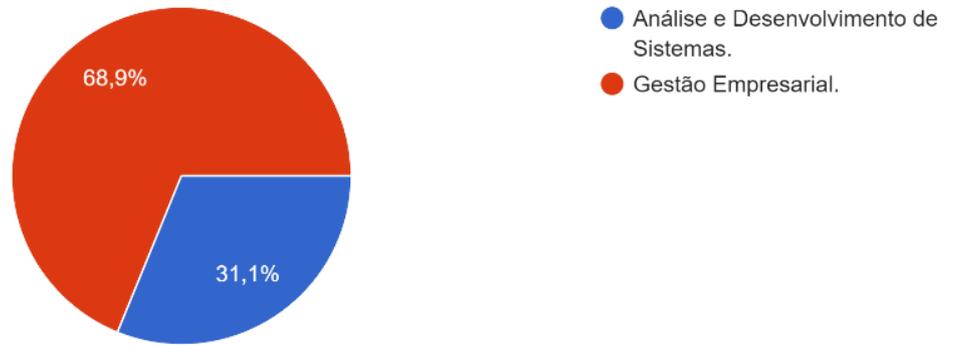


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 5 – Em qual curso da Fatec Indaiatuba você está matriculado?

Em qual curso da Fatec Indaiatuba você está matriculado?

61 respostas

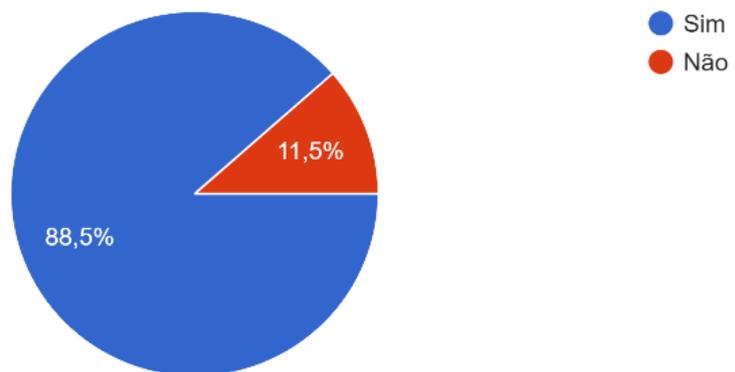


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 6 – Atualmente você se encontra empregado?

Atualmente você se encontra empregado?

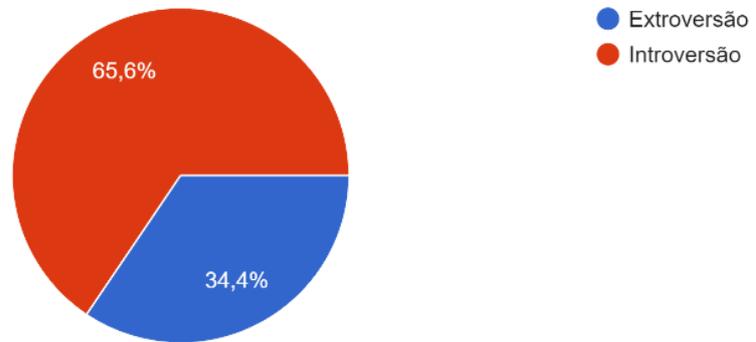
61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 7 – Você se reconhece como uma pessoa com a personalidade voltada à:

Você se reconhece como uma pessoa com a personalidade voltada à:
61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Ainda assim, quando questionados sobre quais canais de comunicação possuem maior familiaridade, os resultados se apresentam com grande variabilidade, assim sendo possível perceber que não lhes é desconfortável utilizar diferentes veículos de comunicação.

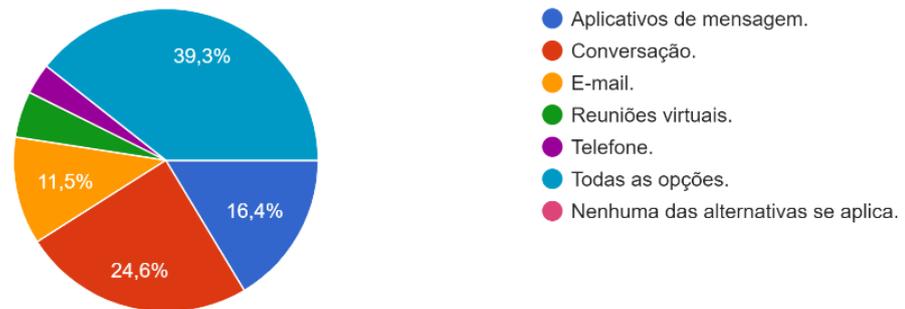
Apresentando também em consonância, um comportamento familiarizado com a necessidade comunicacional do eixo vertical presente em seu ambiente de trabalho.

Uma vez que foi possível compreender no Capítulo I o quão importante é a existência de uma comunicação eficiente, os resultados apontam que os profissionais compreendem tal importância e possuem habilidades suficientes para trocar informações com seus companheiros de trabalho, independentemente do nível hierárquico, uma vez que as necessidades da empresa estão acima de tal configuração interna e todos compreendem trabalhar em prol destas e não apenas de objetivos pessoais.

Figura 8 – Com qual canal comunicativo você se sente mais confortável para troca de informações entre companheiros de trabalho?

Com qual canal comunicativo você se sente mais confortável para troca de informações entre companheiros de trabalho?

61 respostas

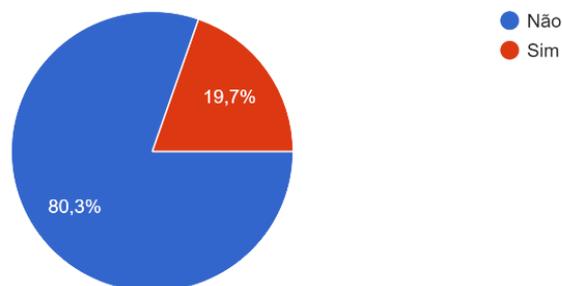


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 9 – Você possui dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior?

Você possui dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior? (Não é necessário considerar nenhum canal de comunicação...pecial, como exemplificado na questão anterior)

61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

No entanto, é interessante ressaltar algumas respostas registradas na oitava pergunta, que apesar de não possuir obrigatoriedade em ser respondida, abre espaço para que quem possui de fato algum tipo de dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior possa registrar o que lhes atrapalha. Ao observar as repostas é fácil identificar que o motor destes obstáculos reside na insegurança em dizer algo inapropriado aliado ao medo em interagir com alguém que possui um status reconhecido como superior na cultura organizacional.

Apesar do número de respostas apresentar uma parcela baixa de participação ela também registra pontos que podem ser facilmente confundidos com traços de introversão, mas não necessariamente são oriundos deste perfil de personalidade.

Uma vez que os sentimentos apresentados são perfeitamente comuns a qualquer ser humano, afinal preocupar-se com sua performance profissional não é uma particularidade à personalidade aqui estudada, mas podem ser compreendidos como consequência da rotina associada à vida pessoal, que se defrontam em diferentes níveis e geram anseios e necessidades diferentes aos profissionais que possuem seu jeito próprio de lidar com tais situações, logo a pesquisa reforça que a timidez e sentimentos correlatos não são necessariamente características existentes apenas na pessoa introvertida.

Figura 10 – Se “Sim”, por favor poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo? (I)

Se "Sim", por favor, poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo?

11 respostas

Principalmente medo. Por mais que nunca tenha acontecido nenhum problema, falar com alguém superior é sempre complicado para mim. Morro de vergonha.

vergonha, timidez e receio por estar falando com alguém profissionalmente superior

Receio de cometer erros

Não tenho acesso a e-mails por ser estagiário.

Não muito, o problema é que a pessoa tem poder sobre você, então você não pode falar qualquer coisa

Vergonha por achar/não saber como falar

Nervosismo, péssima dicção

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 11 – Se “Sim”, por favor poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo? (II)

Medo de dizer algo que não deveria ou não ser bem compreendido.

São pessoas que quase não tenho contato e por esse motivo sinto uma dificuldade por não saber como falar com essas pessoas

Pressão e/ou nervosismo. Muito comum as pessoas da empresa em que eu trabalho de ter essa dificuldade de comunicação, porque não somos ouvidos, apenas sobrecarregados.

Que minha mensagem seja mal interpretada e não consiga achar espaço para repetir

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

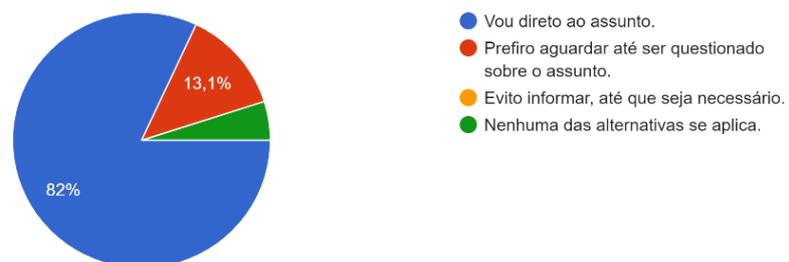
Mas em seguida demonstram que não possuem dificuldade em atuar como Emissores, e buscam abordar o assunto em questão de maneira objetiva, podendo assim ser interpretado como a objetividade em resolver as demandas apresentadas. Retomando aqui que apesar de a subjetividade estar presente com maior força no indivíduo introvertido, ela não prejudica a necessidade compreendida pelas obrigações comunicacionais inerentes ao cargo dos estudantes que aqui registraram suas perspectivas sobre o tema.

Logo, a capacidade de ser objetivo não é nula no tipo introvertido, mas após analisar as situações de seu ponto subjetivo ainda é possível promover uma ação objetiva o suficiente para cumprir com as necessidades que se apresentam.

Em seguida a segunda resposta com maior percentual, demonstra que outros profissionais possuem o mesmo entendimento do primeiro grupo, mas demonstra necessidade em refinar as habilidades interpessoais para produzir uma ação adequada à tal necessidade.

Figura 12 – Quando é necessário repassar uma informação:

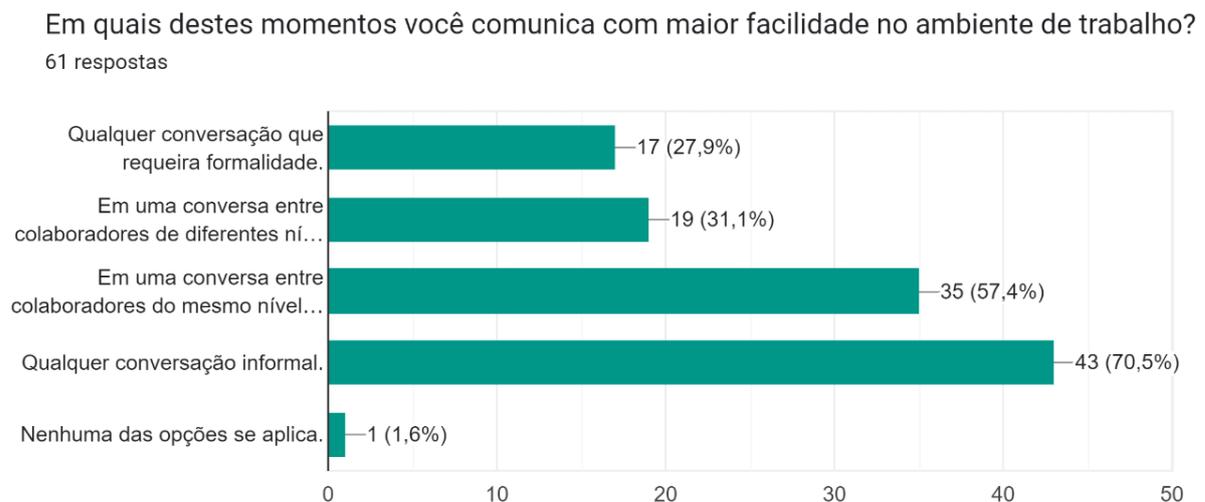
Quando é necessário repassar uma informação:
61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Em contrapartida, mesmo no ambiente de trabalho sentem maior conforto em interações que possuem caráter informal. Tendo em vista os valores apresentados, a informalidade é comparável à comodidade que apresentam em comunicar com companheiros de trabalho que ocupam a mesma posição na pirâmide hierárquica. E é válido assinalar que para apenas um indivíduo os cenários aqui listados não correspondem à sua realidade.

Figura 13 – Em quais destes momentos você comunica com maior facilidade no ambiente de trabalho?



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

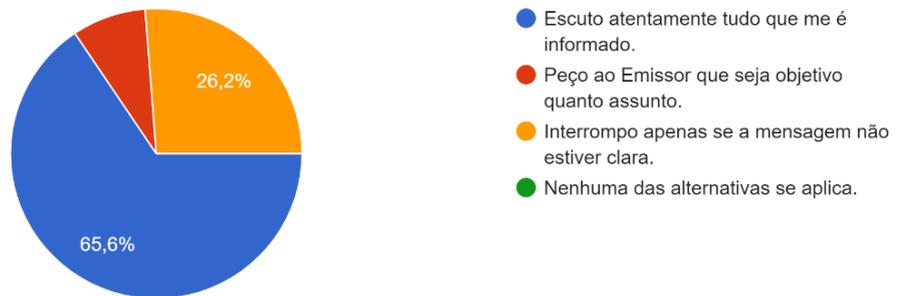
Quando questionados sobre atuarem como Receptores, dentre as quatro opções disponibilizadas, duas se destacam, ou escutam de fato o que lhes é transmitido ou se apresentam como indivíduos ativos na conversação, indicando que aquilo que lhes é repassado não está claro, a fim de retomar o assunto com intuito de não gerar nenhum prejuízo ao processo atrelado ao tema.

Logo este gráfico também ilustra parte da Estratégia, citada brevemente no Capítulo I, aplicada à troca de informações, pois as opções disponibilizadas influenciam diretamente a natureza da relação estabelecida entre os profissionais e portanto, como ela irá conduzir o processo comunicativo, gerando ao fim compreensão ou frustração à uma, ou ambas partes envolvidas.

Figura 14 – Enquanto Receptor em uma conversação você:

Enquanto Receptor em uma conversação você:

61 respostas



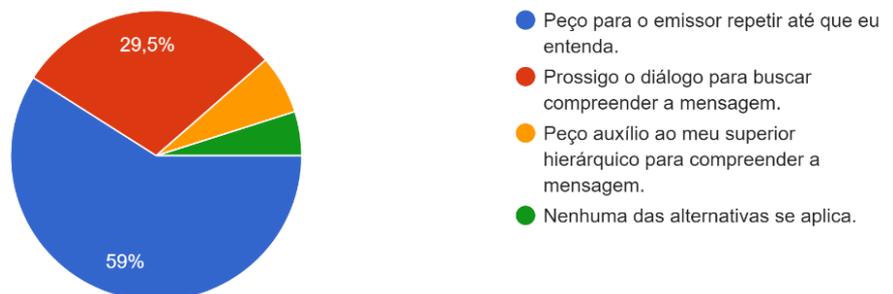
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Ainda no papel de receptor, a pergunta seguinte reforça esta constatação, onde 59% dos entrevistados, mantém uma participação ativa, questionando sobre quaisquer dúvidas que possam surgir ao longo da comunicação, exigindo assim para ambos os envolvidos a necessidade da habilidade empática em não gerar nenhum estresse durante esta troca de informação para que o assunto seja de fato solucionado, ou encaminhado à atividade que lhe é pertinente.

Figura 15 – Quando você não compreende a mensagem que lhe é transmitida:

Quando você não compreende a mensagem que lhe é transmitida:

61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Agora, analisando a desenvoltura dos profissionais quando devem abordar algum assunto que não lhes é familiar demandando assim a necessidade de desenvoltura e aplicação de habilidade interpessoais é exequível constatar que a maior parte dos entrevistados não possuem problema em buscar auxílio em outras fontes, principalmente em outros profissionais

que dominam o assunto com maior habilidade se tornando referência a estes que buscam auxílio sem demonstrar problemas quanto a falta de conhecimento, em prol da necessidade apresentada.

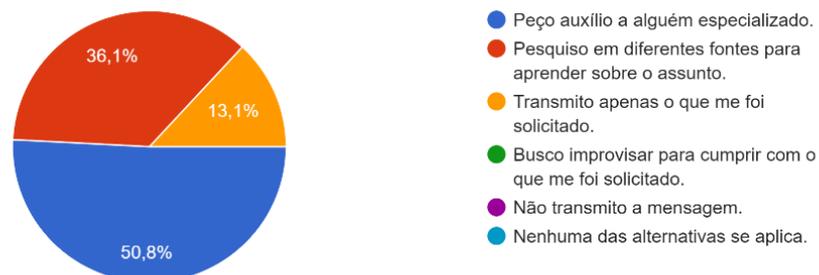
Ao apresentar uma necessidade de autoanálise as respostas apresentam com maior frequência uma concordância parcial quando questionados sobre a eficiência que possuem ao comunicar. Indicando assim que compreendem a realidade que estão inseridos, mas acreditam que há a possibilidade em desenvolver com maior refino as habilidades interpessoais que estão atreladas à comunicação.

Aqui reforça também a necessidade de desenvolver um processo de Negociação eficiente, à fim de percorrer um caminho lógico e que demande menor tempo e energia possíveis, para solucionar um problema. Afinal coletar dados suficientes de diferentes fontes sobre um assunto pouco compreendido demanda habilidade o suficiente para conseguir aprender o quanto antes, uma vez que a rotina da empresa entrar em estagnação por falta de conhecimento, técnico ou de qualquer natureza, dos colaboradores não reflete o cenário ideal.

Para reforçar essa constatação, a questão seguinte aborda quanto a compreensão que possuem sobre o entendimento alheio quando estão comunicando. Evidenciando assim, que apesar de ser cabível um melhor desempenho ao comunicar, quando observado dentro do relacionamento cotidiano são capazes de sentir e/ou perceber que aqueles que recebem suas informações conseguem compreender com facilidade o que lhes é informado.

Figura 16 – Quando surge uma demanda onde você deve comunicar algo que não domina completamente:

Quando surge uma demanda onde você deve comunicar algo que não domina completamente:
61 respostas

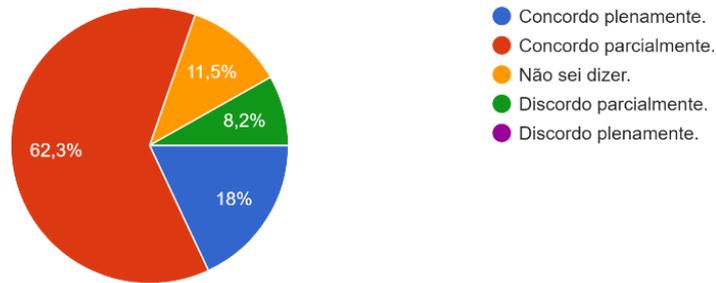


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 17 – Você se considera eficaz em comunicar?

Você se considera eficaz em comunicar?

61 respostas

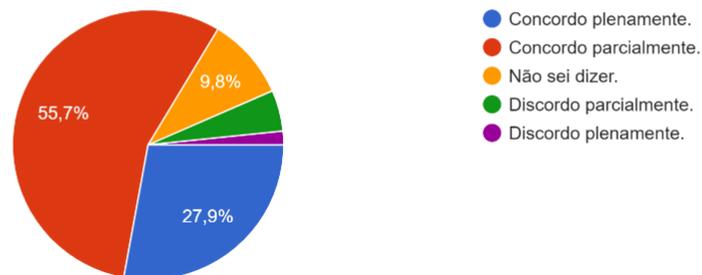


Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 18 – No seu ambiente de trabalho você se sente ouvido e/ou compreendido quando está comunicando algo?

No seu ambiente de trabalho você se sente ouvido e/ou compreendido quando está comunicando algo?

61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

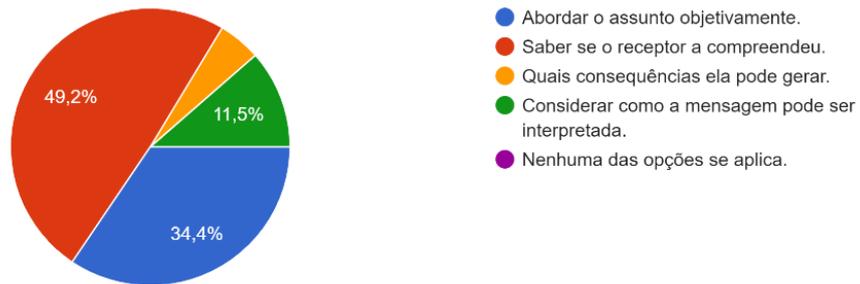
Finalizando, a última questão objetiva coloca novamente o aluno na posição de Emissor, avaliando sua prioridade ao elaborar uma mensagem. Aqui é possível constatar, que a prioridade é ter certeza que o receptor compreendeu o que lhe é anunciado, em seguida da necessidade substancial de ser objetivo ao ocupar este papel, e por último, ainda uma parcela a considera aponta a importância de elaborar uma mensagem que possa ser interpretado de maneira adequado, conforme o tema abordado requer.

Garantindo assim a possibilidade de retomar a necessidade de saber como comunicar, pois produzir uma mensagem sem prejudicar seu intuito e garantir que o Receptor a compreenda reúne aspectos tratados através da empatia e da efetividade do processo comunicacional, o que

em paralelo a tudo que foi dissertado agora constroem as habilidades interpessoais dos profissionais e principalmente, como eles as moldam para torna-las cada vez mais recorrentes em sua rotina de maneira natural.

Figura 19 – Ao preparar sua mensagem, você considera mais importante:

Ao preparar sua mensagem, você considera mais importante:
61 respostas



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Então para finalizar o questionário foi aberto mais um espaço para que os entrevistados possam comentar ou opinar a respeito da análise que lhes foi apresentada. Nesta parte em questão a participação foi baixa, particularmente por ser um tópico que não requeria obrigatoriedade, tendo em vista que isto poderia levar a um número de participações menor ou em desistências para finalizar o formulário.

Figura 20 – Diante das questões apresentadas se algo lhe sugeriu alguma ideia ou comentário fique à vontade para registrar sua perspectiva

Diante das questões apresentadas se algo lhe sugeriu alguma ideia ou comentário fique à vontade para registrar sua perspectiva.

3 respostas

Sempre que preciso me comunicar, gosto de pensar naquela máxima "existe um abismo entre o que eu disse e você entendeu". Acho isso essencial para pautar qualquer comunicação.

Nenhuma, porém interessante tema!

Seria legal levantar por quais motivos e/ou traumas algumas pessoas tornam-se introvertidas no ambiente de trabalho, nem sempre é a pessoa, mas sim a empresa ou como são tratadas quando dissertam algum assunto.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.2 Convergência dos dados obtidos

Dentro desta análise é também interessante observar posições minoritárias, afinal não é possível constatar que todas as mulheres que responderam ao questionário são obrigatoriamente introvertidas, enquanto aqueles que se identificam dentro do gênero masculino ou “outros” são obrigatoriamente extrovertidos.

Diante disto, mesmo estando apresentados estatisticamente em menor número é possível cruzar os dados e compreender que mesmo um indivíduo com a personalidade voltada a extroversão possa ainda ter alguma dificuldade em utilizar algum dos canais comunicativos apresentados ou ainda durante o processo de comunicação com um líder de setor.

Desta maneira, a riqueza de dados obtidos é capaz de levantar vários cenários diante da visualização integral das questões de múltipla escolha e as opiniões apresentadas nos trechos de dissertação.

Em particular, a última observação apontada ao final do questionário, a figura 20, fornece uma sugestão muito interessante ao tema.

Apesar do questionamento de o porquê de alguém tornar-se introvertido no ambiente de trabalho destoar da elaboração teórica desta pesquisa, ainda é possível compreender seu intuito, e está diretamente ligada as respostas anteriores. Portanto, é tangível visualizar através do fato dos discentes se identificarem com maior presença no espectro introvertido aliado a citada sobrecarga de tarefas e responsabilidades em paralelo a existência de um bloqueio (mesmo que em menor intensidade) quando se faz necessário comunicar com alguém hierarquicamente superior, promove uma situação que gera no profissional um distanciamento e consequente diminuição da participação na integralidade das tarefas da empresa, e potenciais oportunidades.

No entanto, é essencial compreender que tal constatação revela apenas uma face da realidade do profissional indaiatubano, em vista das respostas obtidas acerca das responsabilidades inerentes a estar presente na rotina comunicacional do ambiente de trabalho.

Portanto, de acordo com as respostas coletadas não é possível afirmar que a hipótese levantada para esta pesquisa seja de fato comprovada, mas é possível afirmar que os profissionais que participaram da pesquisa compreendem suas habilidades interpessoais e limitações a fim de saber pesar suas responsabilidades quando defrontadas com sua natureza.

E compreender isto foi possível através do entendimento de que a subjetividade do tema permite várias interpretações ao que foi explorado, mas aqui opta-se por aceitar que o número

de respostas não atesta integralmente a hipótese levantada, mas pontua elementos que sugerem uma perspectiva positiva ao que foi definido inicialmente.

São eles, o fato da Introversão não prejudicar a rotina do profissional no que tange o processo comunicacional; ao contrário do que diz o senso comum, profissionais que atuam no eixo da Tecnologia da Informação não possuem necessariamente uma defasagem no desenvolvimento das habilidades interpessoais e principalmente; as repostas disponibilizadas nos gráficos e trechos dissertativos expressam honestidade quanto a relação dos profissionais com o processo objeto desta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da construção da pesquisa aqui apresentada é possível dizer que apesar do caráter subjetivo ligado ao tema foi possível realizar uma coletada de dados consistente à fim de garantir que os interesses vinculados a ela fossem devidamente respeitados garantindo solidez ao trabalho desenvolvido.

Desta maneira, mediante as respostas obtidas, ao retomar a Questão Norteadora desta pesquisa é possível afirmar que a introversão não é um obstáculo ao desenvolvimento profissional dos indivíduos, dada a compreensibilidade apresentada em lidar com tal necessidade. Afinal como exposto é de suma importância que os processos de comunicação internos estejam devidamente ajustados às necessidades da empresa, e de acordo com a realidade apresentada, apesar de alguns infortúnios gerarem desconforto aos colaboradores, eles atuam de forma a garantir que os objetivos traçados sejam alcançados dentro da realidade pesquisada.

Particularmente, quando observado da perspectiva empática, a pesquisa se manteve imparcial a fim de não gerar nenhuma questão tendenciosa, que por ventura, desvirtuasse seu propósito, mas sendo essa uma habilidade interpessoal em paralelo às constatações do Capítulo III se faz compreensível que ela está presente em diferentes níveis na rotina dos discentes, tendo em vista que a maior parcela demonstra atenção quanto a compreensão do outro que é objeto de sua mensagem. Garantindo assim à pesquisa veracidade quanto à conexão existente entre os conceitos-chave e promovendo assim um olhar objetivo quanto a necessidade comprovada em elaborar uma comunicação dinâmica que envolva as pessoas.

Assim, o gestor que tenha interesse em ajustar suas orientações quanto ao ponto de vista introvertido do profissional que atua em Indaiatuba-SP, pode se amparar nesta pesquisa para desenvolver suas estratégias quando não se é possível obter diretamente um parecer de seus funcionários. Em vista da garantia estatística, comentários registrados e elaboração teórica que traçam uma realidade quanto as preferências e obstáculos no âmbito comunicacional que este perfil em particular apresenta.

É possível dizer que os resultados abrem espaços para novas pesquisas, tais como, avaliar em contraposição a importância que profissionais extrovertidos geram à empresa ou um

experimento quanto qual dinâmica pode ser mais apropriada quando os dois polos de personalidade apresentados por Jung, geram quando trabalham em conjunto.

Portanto, é possível entender que a pesquisa aqui exposta conseguiu cumprir com a proposta esperada e diante de resultados apresenta um tema que expõe um aspecto inerente às necessidades comunicacionais no ambiente de trabalho e demonstra a relevância que profissionais que possuem a personalidade voltada a introversão proporcionam à empresa.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Classificação Brasileira de Ocupações**. 2022. Disponível em: <<http://www.mteco.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 15 out. 2022.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

CECIERJ. Secretaria de Estado de Educação. **Elementos da Comunicação**. Rio de Janeiro: Governo do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://canal.cecierj.edu.br/012016/3a0d0abbcc0e08572824f22cc827a7da.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2023.

COELHO, Aline da Silva. **A empatia como instrumento de gestão**. Petrópolis, v. 3, n. 2, p. 20-40, nov. 2018. Disponível em: <https://www.fmpfase.edu.br/Intervozes/Content/pdf/Artigo/03_02/ARTIGOAempatia.pdf>. Acesso em: 16 set. 2022.

COSTA, Pedro Henrique Faria Carvalho da. Liderança: Dificuldades e Potencialidades de um líder introvertido nas organizações. **Pesquisa Eniac**, Guarulhos, v. 4, n. 1, p. 81-98, maio 2015. Disponível em: <https://ojs.eniac.com.br/index.php/EniacPesquisa/article/view/132/pdf_33>. Acesso em: 26 ago. 2022.

COUTO, Gleiber et al. Estrutura interna do Myers Briggs Type Indicator (MBTI): evidência de validade. **Avaliação Psicológica**. Catalão, p. 41-48. abr. 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/avp/v15n1/v15n1a06.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2023.

DELALIBERA, Pedro Henrique Athanasio; LIMA, Renato Silva; TURRIONI, Joao Batista. Pesquisa levantamento para análise do modelo de compras conjuntas adotado em arranjos produtivos locais de Minas Gerais. **Production**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 391-402, fev. 2015. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/prod/a/rXQrPb4QzZV7DYC3swJpzZy/?format=pdf&lang=pt>>.
Acesso em: 23 set. 2022.

FATEC (Indaiatuba). **Cursos**. Disponível em:
<<http://www.fatecid.com.br/site/index.php/cursos/>>. Acesso em: 07 out. 2022.

FREITAS, Mara. Alteridade, valor e argumentação: da Filosofia Clássica à Linguística Moderna. In: (DES)LIMIARES DA LINGUAGEM, 9., 2016, Porto Alegre. **IX Colóquio de Linguística, Literatura e Escrita Criativa**. Porto Alegre: Pucrs, 2016. p. 446-456. Disponível em:
<<https://editora.pucrs.br/anais/coloquio-de-linguistica-literatura-e-escrita-criativa/2016/assets/41.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2022.

GROSS, Richard. **Psychology: The Science of Mind and Behavior**. 8. ed. London: Hodder Education, 1987.

JUNG, Carl Gustav. **Tipos Psicológicos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1971. Tradução de: Alvaro Cabral.

KRZNARIC, Roman. **O poder da empatia: a arte de se colocar no lugar do outro para transformar o mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015. Tradução de: Maria Luiza X. de A. Borges.

LEMPEREUR, Alain Pekar; COLSON, Aurélien. **Método de Negociação**. São Paulo: Atlas, 2009. Tradução de: Yann Duzert.

MACEDO, Tonia Marta Barbosa. **Redes informais nas organizações: a co-gestão do conhecimento**. 1999. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/ci/a/v4fP68KpnTzXfkJV9xwwLRP/?lang=pt>>. Acesso em: 09 set. 2022.

MELO, Brenda Marques Madureira de. **Comunicação interna: uma ferramenta estratégica para o sucesso empresarial**. 2006. 63 f. TCC (Bacharel) - Curso de Comunicação Social, Brenda Marques Madureira de Mel, Juíz de Fora, 2006. Disponível em:
<<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/BMMdeMelo.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2022.

MONTEIRO, Caroline; KUHL, Marcos Roberto; ANGNES, Juliane Sachser. **O processo de comunicação organizacional interna: um estudo realizado em uma Associação Comercial e Empresarial do Paraná.** 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/#>>. Acesso em: 08 set. 2022.

MOYSES, Gerson Luís Russo; MOORI, Roberto Giro. COLETA DE DADOS PARA A PESQUISA ACADÊMICA: um estudo sobre a elaboração, a validação e a aplicação eletrônica de questionário. **XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, Foz do Iguaçu, v. 1, n. 1, p. 1-10, out. 2007. Disponível em: <https://abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR660483_9457.pdf>. Acesso em: 23 set. 2022.

OLIVEIRA, Elaine Gomes de *et al.* Perfil das mulheres submetidas à cesariana segundo Classificação de Robson: pesquisa de campo. **Online Brazilian Journal Of Nursing**. Rio de Janeiro, p. 1-11. jun. 2020. Disponível em: <https://www.objnursing.uff.br/index.php/nursing/article/view/6217/pdf_pt>. Acesso em: 25 out. 2022.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração.** Catalão: UFG, 2011. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf> . Acesso em: 15/04/2023.

OLIVEIRA, Juliana Maria Cardoso de. Batista, Josélia Fontenele. **Criando um programa de promoção de habilidades sociais profissionais para a educação profissional e tecnológica/** Juliana Maria Cardoso de Oliveira, Josélia Fontenele Batista - Porto Velho, Rondônia, 2020. Disponível em: <<https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/581884/2/1.CARTILHA.VF.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

PICCININI, Valmiria Carolina *et al.* (org.). **Sociologia e Administração: relações sociais nas organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2011.

PINHO, José Benedito. **Comunicação nas Organizações**. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2006.

POLAQUINI, Mariziane da Rosa et al. Indicadores de Habilidades Interpessoais - IHI como Ferramenta para Diagnosticar as Necessidades de Treinamento em uma Empresa de Comunicação. 13 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel - Fcsac, Cascavel, s.d. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/680_Indicadores%20de%20Habilidades%20Interpessoais%20como%20ferramenta%20para%20diagnosticar%20as%20necessidades%20de%20treinamento.pdf. Acesso em: 28 mar. 2023.

SAMPAIO, Leonardo Rodrigues; CAMINO, Cleonice Pereira dos Santos; ROAZZI, Antonio. Revisão de aspectos conceituais, teóricos e metodológicos da empatia. **Psicologia Ciência e Profissão**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 212-227, jan. 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pcp/a/NKFMxtzhhKtMbYHWnW63pPc/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 12 set. 2022.

SAVIO, Renata *et al.* Uso do WhatsApp® por gestores de serviços de saúde. **Acta Paul Enferm.** São Paulo; 2021. Disponível em: <https://acta-ape.org/wp-content/uploads/articles_xml/1982-0194-ape-34-eAPE001695/1982-0194-ape-34-eAPE001695.x56131.pdf>. Acesso em: 09 set. 2022.

SCHILLING, Elisabeth. **Uma análise da influência dos tipos de personalidade na diferenciação das capacidades ativo-criadora e passivo-reprodutiva**. 1985. 93f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Mestrado em Educação, Fortaleza (CE), 1985. Disponível em: <<https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/38256>>. Acesso em: 02 set. 2022

SCHIMTZ, Aldo (org.). **Manual de Comunicação Organizacional**. Florianópolis: Combook, 2020.

SERAPIONI, Mauro. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. **Ciência & Saúde Coletiva**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 187-192, out. 2000. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/csc/a/8MGqFCjhjvXKQsq37t6q7PK/?format=pdf&lang=pt>>.

Acesso em: 23 set. 2022.

TIC DE MESTRE. **Calculadora Amostral**. 2020. Disponível em: <https://www.ticdemestre.com.br/calculadora_amostral/>. Acesso em : 07 out. 2022.

TONETTO, *et al.* Perspectivas Metodológicas na Pesquisa Sobre o Comportamento do Consumidor. *Psicologia: Ciência e Profissão*, Brasília, v. 34, n. 1, p. 180-195, 2014. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/pcp/a/b4YYN9wycwMHNhdMn9dVXsv/?format=pdf&lang=pt>>.

Acesso em: 19 set. 2022.

WHATSAPP LLC. Sobre o WhatsApp. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/about>>.

Acesso em: 09 set. 2022.

APÊNDICES

Apêndice A – Introdução ao Questionário

Figura 21 – Introdução ao Questionário

Uma análise entre a relação do profissional indaiatubano com o processo de comunicação em seu ambiente de trabalho.

Este questionário foi elaborado por Eduardo José M. G. de Lima, aluno de Gestão Empresarial pela Fatec Indaiatuba - Dr. Archimedes Lammoglia .

O intuito aqui é entender como o profissional indaiatubano se relaciona com os processos de comunicação no seu ambiente de trabalho.

Portanto, gostaria de agradecer pela disposição em responder as questões aqui presentes. Fique a vontade para responder como lhe aprouver, pois toda participação é de grande valia para a conclusão do Trabalho de Graduação ao qual este questionário está vinculado.

Obs.: Caso você não se encontre empregado atualmente, por favor, considere suas experiências anteriores para responder este questionário.

Para lhe auxiliar, a tabela abaixo indica algumas características mais comuns à cada tipo de personalidade. Fique a vontade para usá-la como guia para responder as questões com mais segurança e conforto.

Descrição (opcional)

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Apêndice B – Extrovertidos & Introversos

Figura 22 – Características das Personalidades



Fonte: Desenvolvido pelo autor com base em Jung (1974).

Apêndice C – Questões do Formulário

Figura 23 – Questões 1 e 2

Qual gênero você se identifica? *

Feminino.

Masculino.

Outro.

Qual sua idade? *

Entre 18 e 20 anos.

Entre 21 e 29 anos.

Entre 30 e 39 anos.

Entre 40 e 49 anos.

Entre 50 e 59 anos.

Entre 60 anos ou mais.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 24 – Questões 3 a 5

Em qual curso da Fatec Indaiatuba você está matriculado? *

Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Gestão Empresarial.

Atualmente você se encontra empregado? *

Sim

Não

Você se reconhece como uma pessoa com a personalidade voltada à: *

Extroversão

Introversão

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 25 – Questões 6 e 7

Com qual canal comunicativo você se sente mais confortável para troca de informações entre companheiros de trabalho? *

Aplicativos de mensagem.

Conversação.

E-mail.

Reuniões virtuais.

Telefone.

Todas as opções.

Nenhuma das alternativas se aplica.

Você possui dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior? (Não é necessário considerar nenhum canal de comunicação em especial, como exemplificado na questão anterior) *

Não

Sim

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 26 – Questões 8 a 10

Você possui dificuldade em se comunicar com alguém hierarquicamente superior? (Não é necessário considerar nenhum canal de comunicação em especial, como exemplificado na questão anterior) *

Não

Sim

Se "Sim", por favor, poderia descrever brevemente o que provoca este obstáculo?

Texto de resposta curta

Quando é necessário repassar uma informação: *

Vou direto ao assunto.

Prefiro aguardar até ser questionado sobre o assunto.

Evito informar, até que seja necessário.

Nenhuma das alternativas se aplica.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 27 – Questões 11 e 12

Em quais destes momentos você comunica com maior facilidade no ambiente de trabalho? *

Qualquer conversação que requeira formalidade.

Em uma conversa entre colaboradores de diferentes níveis hierárquicos.

Em uma conversa entre colaboradores do mesmo nível hierárquico.

Qualquer conversação informal.

Nenhuma das opções se aplica.

Enquanto Receptor em uma conversação você: *

Escuto atentamente tudo que me é informado.

Peço ao Emissor que seja objetivo quanto assunto.

Interrompo apenas se a mensagem não estiver clara.

Nenhuma das alternativas se aplica.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 28 – Questões 13 e 14

Quando você não compreende a mensagem que lhe é transmitida: *

Peço para o emissor repetir até que eu entenda.

Prossigo o diálogo para buscar compreender a mensagem.

Peço auxílio ao meu superior hierárquico para compreender a mensagem.

Nenhuma das alternativas se aplica.

Quando surge uma demanda onde você deve comunicar algo que não domina completamente:

Peço auxílio a alguém especializado.

Pesquiso em diferentes fontes para aprender sobre o assunto.

Transmito apenas o que me foi solicitado.

Busco improvisar para cumprir com o que me foi solicitado.

Não transmito a mensagem.

Nenhuma das alternativas se aplica.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 28 – Questões 15 e 16

Você se considera eficaz em comunicar? *

Concordo plenamente.

Concordo parcialmente.

Não sei dizer.

Discordo parcialmente.

Discordo plenamente.

...

No seu ambiente de trabalho você se sente ouvido e/ou compreendido quando está comunicando algo? *

Concordo plenamente.

Concordo parcialmente.

Não sei dizer.

Discordo parcialmente.

Discordo plenamente.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Figura 29 – Questões 17 e 18

Ao preparar sua mensagem, você considera mais importante: *

- Abordar o assunto objetivamente.
- Saber se o receptor a compreendeu.
- Quais consequências ela pode gerar.
- Considerar como a mensagem pode ser interpretada.
- Nenhuma das opções se aplica.

Diante das questões apresentadas se algo lhe sugeriu alguma ideia ou comentário fique a à vontade para registrar sua perspectiva.

Texto de resposta longa

Título da imagem

Lembre-se: Sua personalidade não é um rótulo!

Fonte: Desenvolvido pelo autor.