

PSICOLOGIA POSITIVA E A COMUNICAÇÃO PARA A PERFORMANCE EMPRESARIAL

POSITIVE PSYCHOLOGY AND COMMUNICATION FOR BUSINESS PERFORMANCE

Jessika Sonia Machado¹

RESUMO: Esse artigo tem o propósito de analisar a contribuição da Psicologia Positiva e da Comunicação para a Performance Empresarial. O que nos direcionou a esse tema foi o questionamento sobre qual a contribuição da Psicologia Positiva e da Comunicação para a Performance Empresarial? Para tanto, foi necessário busca na teoria um aporte sólido a partir da definição de psicologia positiva e suas articulações; a relação entre PNL e comunicação; e a comunicação positiva e performance empresarial. Como resultado é possível observar um melhor entendimento dos fatores envolvidos com o surgimento tanto de emoções positivas quanto de negativas, onde permite uma maior compreensão da condição humana diante das adversidades. Também foi possível aferir que a PNL facilita a comunicação dentro do ambiente empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Psicologia Positiva. Comunicação. PNL. Performance Empresarial.

ABSTRACT: This article aims to analyze the contribution of Positive Psychology and Communication to Business Performance. What led us to this theme was the question about what is the contribution of Positive Psychology and Communication to Business Performance? Therefore, it was necessary to seek in theory a solid contribution from the definition of positive psychology and its articulations; the relationship between NLP and communication; and positive communication and business performance. As a result, it is possible to observe a better understanding of the factors involved with the emergence of both positive and negative emotions, which allows a greater understanding of the human condition in the face of adversity. It was also possible to verify that NLP facilitates communication within the business environment.

KEYWORDS: Positive Psychology. Communication. NLP. Business Performance.

1. INTRODUÇÃO

A Psicologia Positiva é uma teoria que busca estudar os aspectos positivos do ser humano com o objetivo de tornar a vida das pessoas mais gratificante e prevenir doenças bem como promover a saúde. De acordo com seu principal autor, Martin Seligman, a experiência dos principais aspectos dessa teoria pode levar ao estado de bem-estar que todos buscam alcançar.

Aprender os fundamentos da Psicologia Positiva, bem como as suas oportunidades de aplicação, adquirir estratégias e ferramentas que permitam que

¹ Especialista em Psicologia Organizacional e Coaching do ICEP/SC.

sujeitos e organizações prosperem e aplicar os conceitos-chave da Psicologia Positiva à nossa própria vida pessoal e profissional, pode ser um dos caminhos para lidar com os tempos de incerteza que vivemos.

Uma boa comunicação interna nas organizações é fundamental para conseguirmos implementar este modelo e obtermos bons resultados e o bem-estar dos colaboradores. Aumentamos ainda o valor fazendo a conjugação destes conceitos com os processos de comunicação nas organizações. Daí, a importância da conjugação entre a Psicologia Positiva e a Comunicação nas organizações, que são tão importantes para o reforço do propósito e da vida de cada empresa e que agora mais se sente em tempos de incerteza.

De encontro a isso, a Programação Neurolinguística (PNL) e Comunicação são inseparáveis, uma vez que, Programação Neurolinguística são técnicas e ferramentas usadas para assumir o controle da sua mente, aumentar sua inteligência emocional e desenvolver percepções e comportamentos necessários para atingir seu potencial.

2. DEFINIÇÃO DE PSICOLOGIA POSITIVA E SUAS ARTICULAÇÕES

A psicologia positiva é um movimento recente dentro da ciência psicológica que visa a fazer com que os psicólogos contemporâneos adotem "uma visão mais aberta e apreciativa dos potenciais, das motivações e das capacidades humanas" (SHELDON & KING, 2001, p. 216), enfatizando mais a busca pela felicidade humana que o estudo das doenças mentais.

De acordo com Martin Seligman (2002), um dos criadores do conceito da Psicologia Positiva, até a 2ª Guerra Mundial, a psicologia se baseava em três preceitos centrais: tornar a vida das pessoas mais realizada, identificar nelas seus talentos e desenvolvê-los e, curar as doenças da mente. Contudo, com o fim do conflito, seu foco se distanciou drasticamente deste caminho e mudou completamente para o tratamento, quase que exclusivo, das doenças mentais, deixando de lado os aspectos positivos da consciência humana.

Ainda segundo Seligman, nos anos seguintes à batalha, tanto nos Estados

Unidos como na Europa, o foco da psicologia se tornou o tratamento psicológico dos acontecimentos traumáticos decorrentes da experiência da guerra. Nesta época, era difícil falar numa abordagem positiva quando milhões de pessoas tinham perdido suas vidas, casas ou famílias nos confrontos e ataques militares. Tratá-las passou a ser o objetivo central, o que de forma prática, ajudou milhares de sujeitos a lidarem melhor com seus traumas e a terem, na medida do possível, maior qualidade de vida nos anos seguintes.

Como nada é em vão, neste período também foram desenvolvidos importantes estudos e tratamentos psicológicos que ajudaram a identificar novos tipos de transtornos e criar novas formas de intervenções e terapias, utilizadas até os dias atuais. E ainda que nesta época não houvesse muito espaço para a Psicologia Positiva, como tudo acontece no seu devido tempo, foram também estas pesquisas que permitiram, mais tarde, a criação da ciência da felicidade.

Martin Seligman passou anos desenvolvendo uma teoria de bem-estar que ele chamou de modelo PERMA. O modelo compreende 5 elementos, que criam a base de uma vida florescente:

- Emoções positivas
- Engajamento
- Relacionamentos
- Significado
- Realizações

Em geral, o maior benefício potencial da psicologia positiva é o poder de mudar a perspectiva de uma pessoa.

Esse é o foco de muitas técnicas, exercícios e até mesmo programas inteiros baseados em psicologia positiva. Uma mudança relativamente pequena na perspectiva de uma pessoa pode levar a mudanças surpreendentes no bem-estar e na qualidade de vida. Injetar um pouco mais de otimismo e gratidão em sua vida é uma ação simples que pode lhe dar uma visão radicalmente mais positiva de vida.

2.1 PNL E COMUNICAÇÃO

A PNL entende que todas as nossas atitudes estão diretamente relacionadas aos nossos cinco sentidos e às sensações. Tudo que nós fazemos, seja consciente ou inconscientemente, é com base nesses sentidos. Dessa forma, nosso corpo e mente estão sempre trabalhando para decodificar o mundo ao nosso redor e tomar uma atitude. Essa é a parte Neuro, mas, além disso, nós usamos a Linguagem para organizar todos esses comportamentos e pensamentos.

Não se entende linguagem como verbal, mas comunicação como um todo. Um exemplo simples prático: você está em casa cozinhando pra receber uns amigos e coloca a mão na panela quente. Antes mesmo de você perceber, o tato já transmitiu um sinal para o cérebro e, por meio das informações programadas na mente, você solta a mão rapidamente. Podendo deixar até a panela cair no chão. E, a partir disso, o cérebro cria um padrão e guarda sensações sobre essa experiência.

Contudo, a Programação Neurolinguística pode melhorar a comunicação de duas formas. A primeira delas é sabendo transmitir a informação para que as pessoas sejam influenciadas pelo que você está dizendo. Um exemplo bem básico é despertar a sensação de urgência.

Sempre que temos um prazo para fazer algo, nosso cérebro tenta resolver a situação no menor tempo possível. Por isso que muitas promoções são “só amanhã” e que muitos corretores falam sobre outros possíveis compradores interessados no mesmo apartamento.

Isso gera um gatilho na sua mente que, se demorar muito para resolver a solução, pode sair perdendo a oportunidade. Conhecendo como despertar esses gatilhos mentais, a comunicação já será eficiente, mas ainda tem outro ponto. Sabendo como o cérebro organiza as informações, pode-se entender todos os sinais da linguagem de outras pessoas.

O modelo de comunicação da PNL é a teoria sobre como você compreende o mundo a sua volta e como você gera seus comportamentos a partir dessa compreensão.

Nós experimentamos o mundo e seus eventos por meio dos nossos cinco sentidos:

- **Visual** – Visão
- **Auditivo** – Som
- **Cinestésica** – Toque
- **Olfativo** – Cheiro
- **Gustativa** – Sabores

Esses 5 sentidos fazem parte do Modelo de Comunicação da PNL. Em termos comuns, o modelo de comunicação da PNL é sobre como você compreende o seu mundo e os comportamentos que você manifesta como resultado. Nesse artigo, enfocaremos primeiro, como você compreende o seu mundo (isto é, como filtra a informação pela deleção, distorção e generalização). Depois como une as suas representações internas – um produto dos seus filtros – com o seu comportamento.

Lembrando, nossa mente filtra as informações de três maneiras:

- Eliminações
- Distorções
- Generalizações

O que elimina, distorce e generaliza depende das suas crenças, linguagem, decisões, valores, memórias, meta programas. O que acontece com toda essa outra informação? Ela é filtrada da sua percepção consciente pela deleção, pela distorção ou pela generalização. Vamos olhar alguns exemplos para aumentar a sua compreensão de como isso funciona.

Suponhamos que você tenha a crença de que "não consigo fazer nada certo". Como você reagiria se alguém se aproximasse de você e dissesse: "Você fez um ótimo trabalho preparando aquele relatório?" Dependendo das circunstâncias, você pode rejeitar, diminuir ou deformar o feedback positivo recebido. Internamente, você pode pensar que ele não olhou detalhadamente, e quando o fizer, irá descobrir algo errado e mudar de opinião. Suponha que todos os dias lhe digam que fez um ótimo trabalho – você realmente escuta? Provavelmente não! E então uma pessoa chama sua atenção para uns erros de ortografia que você fez na página 18. Isso repercute em você? Pode apostar que sim! Isso comprova a sua crença sobre você. Na perspectiva do 'filtro', você deletou e distorceu o *feedback*

positivo e focou no negativo. Quais são as crenças que você tem sobre você, sobre os outros, sobre o mundo, que o limitam, acerca de quem você pode ser e do que você pode realizar?

As palavras são interessantes. Elas são uma forma de código para representar a sua interpretação de algo. Se você quiser fazer uma brincadeira, junte um grupo de amigos e peça que cada um, de modo independente, escreva cinco palavras que para eles signifiquem 'relacionamento'. Ninguém aparece com as mesmas cinco palavras suas e, como um grupo, vocês podem nem ter alguma palavra em comum.

A palavra 'relacionamento' é um código para o que relacionamento significa para você, e eu imagino que a sua esposa tenha um significado completamente diferente para essa palavra. Porém, nós entramos em longas, e algumas vezes, acaloradas discussões com os nossos amados sobre o 'nosso relacionamento', sem nunca realmente discutir o que significa 'relacionamento' para cada um. Se esse é um assunto de interesse para você, na próxima vez você pode querer se perguntar: "O que para você não está funcionando no nosso relacionamento (ou está sustentando o relacionamento) (e também o que está dando certo para você?)" Isso fará surgir algo em que os dois possam realmente trabalhar juntos.

Você toma decisões (isto é, generaliza) de modo que você não tenha que reaprender coisas todos os dias. Se você quer abrir uma porta, você aprendeu, há muito tempo atrás, (fez generalização) você pega na maçaneta, gira e empurra ou puxa e ela se abre – você não tem que passar toda vez, por todo o processo de reaprender como abrir uma porta. As generalizações são úteis e elas também podem nos meter em dificuldades.

Um dos benefícios da PNL é descobrir esses filtros que coloquei em prática e como eles afetam o que eu vejo, ouço, sinto; como eu reajo aos outros e o que eu crio na minha vida. Assim que eu tomo consciência dos filtros que não me servem, eu posso escolher, conscientemente ou com a ajuda da PNL, técnicas para modificá-los ou removê-los.

A seguir, será esclarecido o efeito que os seus filtros têm no seu comportamento e a realidade que você criou.

Você se lembra de ter tomado café hoje de manhã? Como você se lembra disso? Você vê uma imagem na sua mente, ou há cheiros e sabores? Existem sons – talvez você possa ouvir um rádio na sua mente? Para recordar um evento, a sua mente usa figuras, sons, sensações, gostos, cheiros e palavras. Essas percepções do seu ‘mundo externo’ são chamadas de representações internas e são função dos seus filtros (isto é, crenças e valores). As suas percepções são aquilo que você considera ser ‘real’ ou, em outras palavras, a sua realidade.

Se você e eu tomamos café juntos, as nossas representações internas ou a percepção do café da manhã serão, muito provavelmente, semelhantes e diferentes em algum ponto – dependendo do que é importante para cada um de nós (nossos filtros). Café da manhã não é muito controverso. Mas e as nossas opiniões sobre a guerra do Iraque? Em função das nossas diferentes experiências, nós podemos perceber isso de um modo muito diferente com reações significativamente diferentes (comportamentos).

Você já não foi ao cinema com um amigo, sentaram um ao lado do outro, viram exatamente o mesmo filme e um achou que foi o melhor filme que já viu e o outro achou o filme horrível? Como isso pode acontecer? É muito simples. Você e seu amigo filtraram a informação de modo diferente (diferentes crenças, valores, decisões, etc.). Em outras palavras, vocês perceberam o filme de modo diferente e, por essa razão, se comportaram de modo diferente em reação a ele.

Por sinal, quem colocou os seus filtros em prática? Você! – baseado no que aconteceu na sua família enquanto você crescia, nos ensinamentos da sua igreja (ou na ausência de uma religião), nas crenças e nos valores do local onde você viveu, nas decisões que você tomou sobre o mundo (isto é, um local seguro ou perigoso), etc. Se os seus filtros não estão criando os resultados que você deseja, você é a única pessoa que pode mudá-los. O primeiro passo é perceber conscientemente os filtros que você tem e que tipo de realidade (resultados) eles estão criando para você.

Você gostaria de ver o efeito que as representações internas têm sobre o seu comportamento? Você pode lembrar de um evento realmente alegre da sua vida? Feche seus olhos e consiga uma imagem desse evento na sua mente, traga algum som, sensações, gostos e cheiros. Experimente completamente o evento na

sua mente. Assim que tiver feito isso, repare se existe alguma mudança na sua fisiologia. Talvez como resultado dessas memórias (representações internas), você ficou com um sorriso no rosto, ou sentou-se mais ereto, ou talvez respirou mais fundo. Tenho certeza de que a sua fisiologia mudou de alguma maneira. Eu não pedi que você mudasse a sua fisiologia, pedi? O que isso demonstra é que as imagens, os sons, etc. (representações internas) que você faz na sua mente, influenciam a sua fisiologia e, em consequência, a sua escolha de palavras, o tom de voz que você usa e os comportamentos que você manifesta.

Agora sente-se mais ereto, coloque um sorriso no rosto e respire profundamente. Enquanto faz isto, sinta-se triste. Eu posso apostar que você não consegue se sentir triste sem mudar a sua fisiologia (isto é, respiração curta, ombros curvados, etc.). Isso ilustra que a sua fisiologia influencia as suas representações internas (sentindo-se triste ou alegre). Na próxima vez que estiver se sentindo triste ou deprimido, o que você pode fazer? – Participe de alguma atividade física (isto é, caminhada acelerada, exercícios).

Outro exemplo: suponha que você acredite que seu chefe ou alguém na sua família é "uma mula". Você está a caminho de ver seu chefe e na sua mente, você pensa "Que asno!" Não somente você pensa assim, como você tem representações internas (imagens, sons e sensações) de eventos anteriores que comprovam isso – a sua realidade. Com o que a sua fisiologia estará parecida quando você entrar na sala dele, qual o seu tom de voz ou as palavras que vai usar? Dado o seu comportamento, você acha que ele irá apoiar a sua ideia ou fazer aquilo que você sugeriu? Eu duvido, e o que mais ele fez? Provou uma vez mais que, de fato, é "uma mula"!

Suponha que um dos seus colegas de trabalho ache que o chefe de vocês é excelente! Que tipo de representações internas você acha que ele faz na mente dele sobre o chefe de vocês? E sobre a fisiologia dele, o tom de voz ou as palavras que ele usa? E os resultados que ele consegue com o chefe? Por causa das percepções diferentes de vocês, cada um criou resultados diferentes e, por isso, realidades diferentes!

3. COMUNICAÇÃO POSITIVA E PERFORMANCE EMPRESARIAL

Uma comunicação eficaz no cenário organizacional pode ser entendida como aquela que transforma a atitude das pessoas. Se a comunicação apenas muda suas ideias, mas não provoca nenhuma mudança de comportamentos, então ela não atingiu seu resultado.

Assim, quando falamos em comunicação eficaz, estamos falando daquela que atinge com efetividade seu objetivo, que é transmitir uma mensagem com clareza, utilizando os mais diversos tipos de canais de comunicação para isso. Ou seja, basicamente é quando o emissor passa uma informação ao seu receptor e este entende a mensagem exatamente como ela foi transmitida, sem acrescentar nada a mais ou a menos à sua interpretação.

- Emissor: responsável por transmitir a mensagem, com todas as informações necessárias para que haja o entendimento assertivo e efetivo desta;
- Receptor: trata-se de quem recebe a mensagem e faz a sua interpretação;
- Linguagem: aqui estamos falando dos códigos de linguagem que são utilizados para que haja a transmissão correta das informações;
- Mensagem: por fim, a mensagem é basicamente o conjunto de informações que são transmitidas

A junção de todos estes elementos, faz com que a comunicação aconteça, de forma verdadeiramente eficaz, nos mais diversos contextos, principalmente no empresarial.

E por falar em mundo corporativo, é necessário lembrar que a boa comunicação neste ambiente é bastante dinâmica. Ela não é realizada apenas por meio de conversas, formais e informais, telefonemas e reuniões. Ela está presente desde a pausa do café até a emissão de documentos importantes. Além disso, há também a utilização de ferramentas de comunicação escrita – como e-mail, memorandos e circulares, por exemplo – que fazem parte do dia a dia de qualquer organização atualmente.

Por isso, saber escrever de forma clara e objetiva, assim como se

comunicar de forma geral, utilizando todos os meios, é fundamental para o desenvolvimento das demandas. Neste sentido, investir em uma comunicação eficaz não é somente investir em comunicações verbais, uma vez que esta envolve também as comunicações não verbais.

Lembre-se sempre que um bom profissional deve saber planejar e esquematizar suas ideias para transmiti-las de forma eficiente e serem entendidas com assertividade por aqueles que receberem estas mensagens.

Por que é importante investir em uma comunicação eficaz?

É importante que as empresas entendam o quão valioso é ter uma comunicação eficaz, que seja clara e direta entre todos aqueles que fazem parte dos negócios. É essa comunicação que garante o bom andamento dos processos, a execução das atividades e o alcance de resultados extraordinários.

Pode soar como exagero, querida pessoa, mas não é. Quando uma mensagem ou uma informação relevante para a equipe é mal transmitida ela, conseqüentemente, será mal compreendida. Essa falha na comunicação – que impactará o andamento das atividades de toda uma equipe – poderá afetar negativamente o ambiente de trabalho e trazer diversos outros prejuízos para os negócios.

Uma informação mal transmitida poderá impactar negativamente o atendimento aos clientes e fornecedores, por exemplo, além de interferir nas relações interpessoais de colegas de trabalho.

4. ANÁLISE DE POSSIBILIDADES

Diante disso, é essencial que você, seja empreendedor, empresário ou colaborador de uma empresa, perceba como é importante garantir que a comunicação dentro das organizações seja realmente eficaz, pois ela contribui de maneira positiva com o equilíbrio organizacional.

ASSERTIVIDADE NOS PROCESSOS

Todos sabem que um dos maiores *gaps* existentes nos mais diversos ambientes corporativos é a falha na comunicação. Isso acontece, pois, em grande parte dos casos, as pessoas que fazem parte da empresa e dos negócios, de uma forma geral, não têm a consciência de que é necessário transmitir informações com clareza e objetividade, para que assim, a execução dos processos organizacionais sejam os mais assertivos possíveis.

Assim, criar esta consciência e este hábito em todos, independentemente dos cargos ocupados, faz com que os processos tenham um bom andamento e as demandas sejam executadas com muito mais facilidade, tornando, assim, muito mais fácil, também, o alcance dos objetivos e resultados extraordinários.

ENGAJA E MOTIVA OS COLABORADORES

Quando existe uma comunicação eficaz nas empresas, os colaboradores que dela fazem parte sentem-se altamente satisfeitos. Isso acontece, pois eles enxergam que estão em um lugar onde existe transparência, objetividade e espírito de cooperação na forma de se comunicar.

A consequência disso é um ambiente em que as atividades são realizadas com muito mais fluidez, o que traz resultados positivos para todos. Além disso, quando observam que a comunicação é eficaz na empresa, ou seja, que o que cada um diz verdadeiramente importa e é levado em consideração, aumenta a sensação de pertencimento destes colaboradores, fazendo com haja um aumento significativo de seu engajamento e motivação.

DIMINUIÇÃO DE CONFLITOS

A partir do momento que uma empresa investe em comunicação eficaz, ela evita a incidência de conflitos entre seus colaboradores. O motivo disso se dá pelo fato de que todos têm a grande preocupação de transmitirem suas mensagens com

o maior número de informações possíveis, que facilitem a interpretação do colega que irá recebê-la e que, por ventura, executará determinada tarefa.

Com isso, ocorre uma diminuição considerável de discussões desnecessárias, que surgem por simples falhas que acontecem na comunicação, seja por parte do emissor, ou por parte do receptor, situações estas que, infelizmente, ainda são bastante corriqueiras nos mais diversos ambientes organizacionais.

Além disso, por tornar o ambiente organizacional o mais transparente possível, caso ocorram conflitos, estes logo são resolvidos entre todos os envolvidos, uma vez que, por meio da comunicação eficaz, estes tornaram-se maduros o suficiente, para, em uma conversa amigável, sentarem-se e resolverem suas diferenças, sem que ninguém saia ofendido ou prejudicado com isso.

MELHORA O CLIMA ORGANIZACIONAL

Como um dos benefícios trazidos pelo investimento em uma comunicação assertiva e eficaz nas empresas é a transparência, o clima organizacional melhora de forma considerável com isso.

Isso acontece, pois os gestores, principalmente, fazem questão de compartilhar todas as informações necessárias com seus colaboradores, o que tem como resultado uma equipe mais motivada e altamente valorizada, pois se sente parte dos processos, bem como a diminuição de fofocas e especulações, que geralmente são os motivos mais recorrentes dentro de uma empresa, que fazem com que o seu clima seja prejudicado, assim como o trabalho de todos.

AVALIE O CENÁRIO

No dia a dia das organizações é muito importante que os colaboradores e a empresa estejam alinhados quanto aos objetivos a serem alcançados, para que assim, todos caminhem juntos em direção aos resultados extraordinários. Sendo assim, é por meio da comunicação eficaz que a organização conseguirá criar uma

cultura corporativa, onde cada membro da equipe entende quais são os valores, crenças e regras de conduta da empresa.

Neste sentido, para iniciar o processo de desenvolvimento de uma comunicação assertiva e transparente em seus negócios, é primordial que o seu primeiro passo a ser dado seja reunir os gestores e líderes da sua empresa, para avaliarem se a comunicação existente contribui positivamente com a cultura corporativa e também com todos os processos que citei nos parágrafos anteriores deste texto. Caso a resposta não seja satisfatória, vejam o que pode ser feito, levando em consideração o cenário da organização em si, buscando e pesquisando ferramentas que lhes ajude a reverter esse quadro.

CONHEÇA O SEU RECEPTOR

Quando se diz que cada sujeito é único não é algo dito aleatoriamente. Cada pessoa tem a sua própria construção de significados, que é pautada por toda uma carga cultural adquirida durante toda a sua existência. Ou seja, as pessoas não agem igual, pois suas formas de pensar são embasadas em questões culturais e particulares.

Com isso, a forma de se expressar, a escolha das palavras, o tom da voz ou o meio utilizado na comunicação influencia tanto na maneira como o ouvinte interpretará a mensagem recebida quanto na forma que esta mensagem será transmitida.

Devido a isso, é importante entender quem é o seu receptor, para que assim você consiga se comunicar com ele, de uma maneira que seja mais fácil para que ele compreenda e também para que a sua mensagem seja recebida exatamente da forma como você transmitiu, sem interpretações dúbias no futuro.

INVISTA NA CULTURA DE FEEDBACKS

O processo de comunicação deve estar em evolução contínua, sendo aperfeiçoado todos os dias. Para isso, o feedback é uma ferramenta de suma

importância, pois ele dá a oportunidade de conversarmos com nossos receptores, no sentido de entender se a mensagem que transmitimos foi bem compreendida, se eles necessitam de mais informações, entre outros pontos, assim como eles também podem nos ajudar com sugestões, dizendo de que forma podemos melhorar estes processos dentro da empresa, para que se tornem verdadeiramente eficazes e contribuam com o trabalho de todos.

Dessa maneira, assegure-se do retorno da mensagem que foi transmitida, certifique-se se ela cumpriu com o objetivo e, de fato, gerou a atitude esperada. Caso isto não ocorra, o que você pode fazer é passar a informação novamente, porém, dessa vez, utilizando mecanismos que a deixem mais clara, usando outros meios e palavras, por exemplo.

O ideal aqui, na implementação da cultura de feedback, é que todos procurem entender quais são as dúvidas, a fim de esclarecê-las, e melhorar cada vez mais a comunicação existente entre cada um que faz parte da organização.

ATENTE-SE PARA O USO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Um das situações, que ainda observamos bastante nos mais diversos tipos de empresas, é o uso incorreto da língua portuguesa, seja de forma falada ou escrita. Por mais que tenhamos acesso à uma infinidade de informações, bem como facilidade para aprimorar nossos conhecimentos, muitos de nós ainda comete inúmeros pecados linguísticos, o que acaba por prejudicar consideravelmente a comunicação no ambiente organizacional.

Sendo assim, é essencial que antes de falarmos algo ou, principalmente, de escrevermos um e-mail ou ainda aquela mensagem no bate-papo do trabalho, independentemente das pessoas com as quais estejamos conversando, nós façamos o exercício de nos certificarmos se estamos nos comunicando corretamente, ou seja, se as palavras estão ortográfica e gramaticalmente certas, se cada uma delas está transmitido a mensagem com o sentido que queremos transmitir, entre outros cuidados, que farão com que a comunicação seja de fato eficaz e alcance o seu objetivo, que é passar informações, sem que hajam erros de

interpretação, tanto decorrentes de nossa parte, quanto do receptor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A psicologia positiva na performance empresarial é uma ferramenta muito importante hoje em dia em grande parte das organizações pois é um método que desenvolve habilidades como comunicação, treinamento, motivação e gerenciamento.

A PNL para quem está em busca de uma comunicação eficaz é de grande valia, porque ajuda a criar um clima positivo no qual é muito importante para o alcance de metas estabelecidas. A intenção é que após a inclusão de uma comunicação positiva as organizações sejam capazes de utilizar essas ferramentas e mais habilidades para que possam assumir maiores desafios ao longo de sua trajetória.

Por fim, é importante dizer que a pesquisa ajudou a conhecer os elementos da Psicologia Positiva de maneira subjetiva e individual, mas que a ciência e a prática desta teoria são muito amplas, e o objetivo maior e principal é alcançar o entendimento científico e efetivo de como ajudar organizações, instituições e comunidade em geral a prosperarem e desenvolverem suas forças e virtudes, de modo a atingir uma comunicação assertiva e positiva, gerando mais bem-estar.

REFERÊNCIAS

FISCHMAN, G. E. **Reflexões sobre imagens, cultura visual e pesquisa educativa**. In: CIAVATTA, M.; ALVES, N. A leitura de imagens na pesquisa social: história, comunicação e educação. São Paulo: Cortez, 2004..

KNIGHT, S. **A Programação Neurolinguística e o Sucesso nos Negócios**, Ediouro, 1998.

SELIGMAN, M. E. P. & Csikszentmihalyi, M. **Positive Psychology: An introduction**. American Psychologist Association. Jan. 55(1): 5-14, 2000.

SHELDON, K. M., & King, L. **Why positive psychology is necessary?** *American Psychologist*, 56, 216-217, 2001.

Recebido em 15 fevereiro de 2021

Aceito em 20 de junho de 2021