

A afetividade como elemento de influência nas relações criativas nas Organizações

Comunicação organizacional; afetos; relações de trabalho, relações sociais e relações criativas.

Objetivo e Metodologia

Analisar os afetos, através da comunicação, como elementos das relações criativas no contexto das organizações privadas e comunitárias. Pesquisa exploratória e qualitativa, com técnicas de pesquisa bibliográfica, documental, entrevista semiestruturada e associação de palavras. Até o momento estas técnicas foram aplicadas em duas organizações da região do Vale dos Sinos, uma delas privada e a outra comunitária.

Neste trabalho é considerado o afeto como a energia das ações dos indivíduos e sua ausência poderia dificultar o desenvolvimento da criatividade (LA TAILLE, p.65, 1995).

No ambiente organizacional ocorrem dinâmicas que se influenciam constantemente. Essas dinâmicas podem ser entendidas como as dinâmicas dos afetos, nas quais um corpo é afetado por outros corpos (SPINOZA, 2009).

Considerar a afetividade nas organizações é ir além dos processos racionais e lineares. É também enxergar as organizações como palcos para o desenvolvimento de desejos, frustrações, realizações, humanizações e cooptações, que podem ser influenciados pela cultura organizacional. Com esta consideração, os afetos positivos (SPINOZA, 2009) ou cooperativos (PIAGET, 1977) dos indivíduos organizacionais devem ser bem utilizados através dos processos de comunicação e somar-se as relações de trabalho e relações sociais para a constituição das relações criativas.

Resultados parciais

ASBEM – organização comunitária

Foi possível visualizar que os membros atuam com responsabilidade e em conjunto, pois há consciência de que as ações afetam o futuro dos jovens. O resultado preliminar é a **percepção de que o trabalho dos membros e as trocas culturais da organização fortalecem as relações afetivas, que geram resultados nas dimensões comportamentais (ações) dos jovens e seus membros.** Também foi possível visualizar que há uma assimilação dos valores organizações, um dos artefatos organizacionais (FREITAS, 1991), e estes surgem nas falas de maneira indireta.

Brivia – organização privada

Percebe-se que há uma **distorção entre o que é entendido que seja entregue pela organização e o que os seus membros entendem** que seja entregue. Com isso, esse desentendimento poderia ter originado, até o momento desta análise, um **sentimento de frustração (afeto que poderia ser entendido como negativo)** entre os **membros da organização, pois os mesmos não possuem ideia clara do que está sendo produzido.** Assim, os afetos cooperativos acabam por não se tornarem tão presentes entre os membros da Brivia.

Como resultados finais, estima-se ampliar a exploração da afetividade através das relações criativas nas organizações para efetivar, ainda mais, os processos de comunicação com seus públicos.

Referências

- CAMARGO, Mariângela Franco [et al]. **Gestão do terceiro setor no Brasil.** São Paulo: Futura, 2001.
ENRIQUEZ, Eugène. **A organização em análise.** Petrópolis, RJ: Vozes 1997.
MORIN, Edgar. **O método II: a vida da vida.** Porto Alegre: Sulina, 2002.
SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança** – São Paulo: Atlas, 2009.
SPINOZA, Benedictu. **Ética.** Autentica Editora 2009.
PIAGET, Jean. **Inteligência e afetividade: seu relacionamento durante o desenvolvimento da criança,** 1998.
VYGOTSKY, L. S. **Obras escogidas: v.2.** Madri: Visor, 1993.