

Diversidade cultural em pauta: análise das estratégias e instrumentos de comunicação interna desenvolvidos por empresas que contratam imigrantes em Curitiba/PR

Cultural diversity under discussion: analysis of strategies and instruments of internal communication developed by companies that employ immigrants in Curitiba/PR

Miller Faustino do Vale

mvale@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

Wellington Teixeira Lisboa

wtlisboa@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo refletir sobre o papel das organizações na promoção do diálogo intercultural no ambiente de trabalho, com foco particular nas estratégias comunicacionais de empresas que contratam imigrantes como funcionários. Para tanto, como resultado parcial desta investigação, propomos primeiramente um debate teórico sobre o tema da diversidade cultural nas organizações e, neste âmbito, sobre as práticas comunicacionais dinamizadas nesses espaços de relações multiculturais. Sendo as diversidades socioculturais um aspecto inerente as organizações, é essencial refletir a incidência das estratégias e instrumentos de comunicação interna aos relacionamentos interpessoais dos imigrantes no ambiente das empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação organizacional. Diversidade nas organizações. Imigrantes.

ABSTRACT

The purpose of this research is to reflect on the role of organizations in the promotion of intercultural dialogue in the workplace, with a focus on the communication strategies of companies that employ immigrants. Therefore, as a partial result of this research, we propose first a theoretical discussion about the cultural diversity in organizations and about the communication practices in these spaces of multicultural relations.

KEYWORDS: Organizational Communication. Diversity in organizations. Immigrants.

Recebido: 31 Ago 2018

Aprovado: 04 Out 2018

Direito autorial:

Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.





INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta os resultados teóricos parciais de uma investigação a respeito das estratégias e instrumentos de comunicação interna desenvolvidos por empresas que contratam imigrantes em Curitiba. Para tal, propõe uma discussão teórica em torno de conceitos como composição e dimensões das organizações, cultura organizacional, comunicação nos contextos organizacionais, com foco nas interações humanas na sua ambiência interna. Além disso, promove uma incursão sobre a ideia de diversidade nas organizações, apresentando perspectivas teóricas do campo da Administração.

Historicamente, o Brasil recebeu várias correntes migratórias de portugueses, italianos, alemães, japoneses entre outros povos. Atualmente, segundo dados do Relatório Anual 2017, divulgado pelo Observatório das Migrações Internacionais (OBMigra), os estrangeiros em maior número no mercado formal brasileiro são haitianos, com 25,7 mil trabalhadores no mercado formal, seguidos de portugueses (8,8 mil), paraguaios (7,7 mil), argentinos (7,1 mil), bolivianos (5,9 mil) e uruguaios (3,9 mil).

Ainda de acordo com o relatório, os maiores empregadores formais de imigrantes estão na região Sul, nos Estados de Santa Catarina (14 mil contratações), Paraná (13 mil) e Rio Grande do Sul (11 mil). Conforme levantamento realizado pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes), com base nos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho, o número de estrangeiros em Curitiba quase triplicou nos últimos dez anos. Só na capital, foram 1.059 trabalhadores estrangeiros no mercado de trabalho formal nas últimas décadas, contra 3.464 entre 2007 e 2016.

A imigração tem aumentado ao redor do mundo, em razão de graves crises sociais e guerras, entre outros motivos. Os imigrantes saem de seus países em busca de trabalho e melhores condições de vida, ao chegarem no Brasil, precisam superar barreiras como as diferenças linguísticas além de se adaptar às características do mercado de trabalho. Uma vez que a comunicação exerce papel substancial na luta pela garantia de direitos, no reconhecimento das identidades culturais e na afirmação do valor da diversidade cultural, cabe ao campo da comunicação organizacional acompanhar e estimular as manifestações socioculturais nos contextos de construção das realidades organizacionais.

MÉTODOS

A pesquisa bibliográfica trouxe o aporte para o conhecimento sobre o tema pesquisado, sob o enfoque da comunicação organizacional e suas áreas correlatas. Nessa primeira fase, foram discutidos assuntos e conceitos como composição das organizações, comunicação e cultura organizacional e diversidade nas organizações.

O estudo, aqui apresentado como resultados parciais, foi estruturado da seguinte forma: inicialmente compreende uma discussão teórica sobre a comunicação nos contextos organizacionais, trazendo ao debate o próprio questionamento sobre como se configuram as realidades organizacionais na perspectiva das interações humanas. Em seguida, inter-relaciona-se o debate sobre comunicação, cultura organizacional e diversidade.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na atualidade, pode-se dizer que a presença das organizações nas estruturas sociais é determinante para o seu desenvolvimento econômico e cultural e, em consequência disso, os estudos organizacionais têm ganhado cada vez mais espaço na comunidade científica. A ubiquidade das organizações nas várias relações e situações do cotidiano das pessoas demarcam, como acentua Morgan (1996), as características das sociedades modernas e, por isso, é importante entender como funcionam as organizações, fundamentalmente, no que diz respeito às interações sociais que a envolvem.

Com o desenvolvimento dos estudos das dinâmicas organizacionais, novas teorias e perspectivas surgiram nesse campo do conhecimento e a produção das compreensões a respeito do funcionamento das organizações tem sido feita de maneira multidisciplinar. Os estudos das dinâmicas das organizações estão comumente relacionados a temas como poder, ideologia, gestão e cultura bem como consideram como objeto de exame os seus respectivos contextos de interação (MORGAN, 1996; CHANLAT, 1996). Entre os diferentes enfoques para o debate no campo dos estudos organizacionais está a abordagem das organizações enquanto sistemas, nos quais os indivíduos que a constituem não são percebidos apenas como meros recursos para a execução de tarefas, mas enquanto seres humanos dotados de subjetividade e que por meio da interação constituem esses sistemas sociais (LUHMANN, 2007 apud CURVELLO, 2009). As relações estabelecidas nos contextos organizacionais, naturalmente diversificados, ocorrem entre pessoas com diferentes visões de mundo, o que demanda que o funcionamento dos processos de comunicação nas organizações seja analisado a partir de perspectivas críticas e interpretativas, entre outras.

Considerando que o ambiente organizacional pode ser compreendido como um conjunto de vários elementos, a composição de uma organização pode ser percebida levando em conta suas diferentes dimensões, entre elas estão a dimensão estratégia, que é o espaço que a organização pretende ocupar no segmento no qual ela compete; a tecnologia ou o conhecimento usado pela organização para que a estratégia seja cumprida; a estrutura organizacional, que diz respeito a como a organização aloca seus recursos; e os indivíduos, que compõe uma dimensão essencial, a cultura, por serem as pessoas corresponsáveis pela produção da cultura da organização.

O antropólogo Clifford Geertz (2008, p.4), ao adotar uma abordagem semiótica da cultura, afirma que “o homem é um animal amarrado em teias de significados que ele mesmo teceu”, sendo a cultura essas teias de significado e os resultados de suas interpretações. No contexto organizacional, é possível pressupor que todos os sentidos atribuídos pelos indivíduos em situações de interação – ação comunicacional (construção de significados) - sejam tensionados por seus elementos culturais.

Os elementos da cultura organizacional representam os hábitos, crenças, valores e as atitudes que estão presentes em cada um dos seus integrantes, estes que, diariamente, constroem a identidade da organização por meio da interação entre as pessoas. Por isso, as manifestações culturais no contexto organizacional precisam receber sua devida atenção para que se possa identificar seus pontos positivos e negativos.

Nos últimos anos, a discussão sobre as diferenças culturais vem ganhando maior proporção de modo que cada vez mais as organizações têm demonstrado



interesse pelas questões relacionadas à questão da diversidade no ambiente de trabalho.

Posto que as pessoas expressam de maneiras diferentes o seu modo de ser, pensar, sentir e agir e que essas manifestações caracterizam a identidade dos indivíduos e suas diferenças culturais, para a discussão em torno da diversidade cultural no ambiente de trabalho mostra-se relevante a apresentação deste conceito. Para Cox (1993, apud PEREIRA, 1998, p. 29), “diversidade diz respeito à representação em um sistema social de pessoas com afiliações a grupos diferentes em termos de significado cultural”.

Os estudos desenvolvidos no campo da administração a respeito desse tema defendem que as políticas de gestão da diversidade nas organizações contribuem para a diminuição das desigualdades sociais e da exclusão de grupos socialmente discriminados. Conforme afirma Fleury (2000, p. 23), “Há diversos aspectos a serem considerados ao se pensar no que significa diversidade: sexo, idade, grau de instrução, grupo étnico, religião, origem, raça e língua”.

Cada vez mais, a ideia de “gestão da diversidade” tem sido estimulada pelas empresas e os motivos vão desde a responsabilidade social até a tentativa de tornar o ambiente organizacional mais inovador pela soma de perfis, orientações e formações sociais diferentes. Segundo Cox (1994, p. 11), a administração da diversidade cultural significa planejar e executar sistemas e práticas organizacionais de gestão de pessoas de modo a maximizar as vantagens potenciais da diversidade e minimizar as suas desvantagens.

A cultura de uma organização é construída socialmente por todos os seus membros, na sua diversidade de interesses e características. E confere a identidade à organização, reflete o modo de pensar dos seus integrantes, não sendo construída apenas pelos gestores, mas por todas as pessoas que participam das realidades cotidianas da organização (SHEIN, 2009). Cada elemento da cultura dos membros que integram uma organização interfere na composição da cultura organizacional e esses elementos são frutos das vivências dos indivíduos que as compõem.

Uma vez compreendido que a cultura da sociedade exerce influência sobre as práticas organizacionais e que a cultura organizacional tem na comunicação seu principal processo de construção e ressignificação, cabe ao campo da comunicação organizacional refletir sobre práticas de comunicação realizadas por empresas que tenham por finalidade fomentar inclusão social e econômica de imigrantes no mercado de trabalho.

CONSIDERAÇÕES

As organizações, tanto as de caráter privado assim como também as públicas e as do terceiro setor, são realidades sociais constituídas na interação entre os sujeitos, ou seja, se constroem a partir de processos de comunicação entre indivíduos, culturas e grupos. Assim sendo, os estudos das formas como as organizações atuam e se desenvolvem têm dado cada vez mais espaço para a temática das dinâmicas comunicacionais no ambiente de trabalho.

Uma vez que as organizações se constituem, entre outros aspectos, por sujeitos em interação, essa composição organizacional ocorre em um processo de construção conjunta de realidades entre interlocutores, a partir de discursos e das suas condições de enunciação (OLIVEIRA, PAULA, MARCHIORI, 2012). Sendo as diversidades de gêneros, orientações sexuais, raças, idades, religiões, etnias,



entre outros marcadores de identidade (BRAH, 2006), próprias da realidade social, é habitual que elas, as diferenças entre os sujeitos, estejam nos contextos organizacionais.

Percebe-se então, que a comunicação humana nos ambientes organizacionais se dá entre sujeitos dotados de valores, crenças, opiniões, interesses e identidades múltiplas, paradoxais e até mesmo contraditórias. Isso quer dizer que as formas de interação não são aleatórias, mas influenciadas pelos contextos sociais e institucionais, que incidem sobre o posicionamento, o desempenho e as expectativas dos interlocutores (LIMA, 2011). Nesse sentido, ao tratar da comunicação nas organizações, deve-se considerar, primeiramente, as relações das pessoas nos contextos organizacionais e os inúmeros fatores que intervêm nessas interações.



REFERÊNCIAS

BRAH, Avtar. Difference, Diversity, Differentiation. In: **Cartographies of Diaspora: Contesting Identities**. Longon/New York, Routledge, 1996, capítulo 5, p.95-127.

COX, T. Jr. **Cultural diversity in organizations: theory, research and practice**. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 1994.

CURVELLO, João José Azevedo. **Os estudos de Comunicação Organizacional e as novas abordagens sistêmicas**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais....Curitiba, 2009, p. 1-13. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2746-1.pdf>> Acesso em: 18 jun 2018.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a Diversidade Cultural: Experiências de Empresas Brasileiras. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 40, nº3 p.18-25, jul./Set. 2000.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1ed. 13reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LIMA, Fábía. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana T. Nogueira (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão; Rio de Janeiro: Editora Senac, 2011.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

OBSERVATÓRIO DAS MIGRAÇÕES INTERNACIONAIS (OBMigra). **Relatório Anual 2017** – A inserção dos imigrantes no mercado de trabalho brasileiro. Disponível em: <<http://obmigra.mte.gov.br/index.php/relatorio-anual>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

OLIVEIRA, Ivone Lourdes; PAULA, Maria Aparecida; MARCHIORI, Marlene. Um giro na concepção de estratégias comunicacionais: dimensão relacional. Encontro do Fórum Iberoamericano de Estratégias de Comunicação. **Anais...** República

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos dedicados à Fundação Araucária, pela concessão da bolsa de pesquisa em nível de iniciação científica, em parceria com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná.