

Cultura e Comunicação: Dois processos a atender nas Instituições do Ensino Superior angolanas.

Autora: MsC. Grisel Cano Pino

griselcputl@gmail.com

Co-autor: Lic. Joaquim Khadhya Lubuato

khadhylubuato@gmail.com

Resumo:

O insuficiente desenvolvimento de uma cultura organizacional, coerente e intencionada, constitui um problema comum na realidade social das organizações modernas da qual as universidades não estão isentas; devido a múltiplas causas que atentam contra a criação de um legítimo sentido de pertença, afeitam a motivação para trabalhar e incidem negativamente no cumprimento da missão social. Se deseja-se que as universidades angolanas tenham um processo de melhoria contínua no fortalecimento de sua cultura organizacional, é preciso traçar estratégias de comunicação institucionais que impulsionem seu desenvolvimento. Este artigo tenta demonstrar a relação que existe entre a consolidação da cultura organizacional, e a efectividade na comunicação para impulsionar o cumprimento da missão social das universidades. Do ponto de vista conceptual a cultura organizacional se revela como qualidade a partir de seus pressupostos constituintes (comportamentos, valores e crenças). Se se conseguem harmonizar estes pressupostos e se potencializam com intenção estratégias de comunicação adequadas que podem aperfeçoar as relações entre os sujeitos integrados e em consequência melhorar os resultados de todos os processos organizacionais.

Palavras-Chaves:

Cultura Organizacional, Comunicação Institucional, missão social.

Abstract:

The insufficient development of a culture organizational, coherent and deliberate, constitutes a common problem in the social reality of the modern organizations of the which the universities are not exempt; due to multiple causes that attempt against the creation of a legitimate sense of it belongs,

affecting the motivation to work and they happen negatively in the execution of the social mission. One are wanted that the Angolan universities have a process of continuous improvement in the invigoration of his organizational culture, it is necessary to draw institutional communication strategies that impel her development. This article tries to demonstrate the relationship that exists among the consolidation of the organizational culture, and the effectiveness in the communication to impel the execution of the social mission of the universities. Of the point of view conceptual the organizational culture is revealed as quality starting from their constituent (behaviors, values and faiths) presuppositions. If she gets to harmonize these presupposed and they are potentiated with intention appropriate communication strategies that can to perfect the relationships among the integrated subjects and in consequence to improve the results of all of the organizational processes.

Key words:

Organizational culture, Institutional Communication, social mission.

Introdução:

A situação actual de incerteza, instabilidade, conflitos e confusão que caracteriza à humanidade, faz com que cada povo consolide sua história; a mesma sobre os alicerces de suas tradições e costumes, e desta maneira, reafirme sua cultura como caminho decisivo de garantir seu futuro.

É indubitável que existem alternativas para formar e desenvolver uma cultura que em sua essência seja conseqüente com a própria realidade das organizações; entretanto, fazer transcender a cultura mediante o controlo consciente dos processos de comunicação é o nosso modo de ver a via mais efectiva.

Uma comunicação não intencionada para a construção da cultura seria navegar na mesma incerteza e insegurança que geram conflitos organizacionais, que se levantam como barreiras que limitam o cumprimento da missão social. Se se pretende que uma organização alcance níveis de efectividade no cumprimento de seus objectivos, terá que analisar-se a formação, desenvolvimento e consolidação de sua cultura em relação dialéctica com seus processos comunicacionais. Dentro deste cenário, as universidades

angolanas insistem em elevar a qualidade em seus processos fundamentais de maneira que desde seu âmbito de actuação possam responder às necessidades, exigências e expectativas da sociedade.

Para alcançar este objectivo, requer-se realizar mudanças que garantam um eficiente desempenho de todos os membros da comunidade universitária; assegurando o emprego máximo do extraordinário potencial que existe em todos os membros da organização, o qual requer um enfoque sistêmico e integral que aborde uma mudança cultural mediante a qual se gerem crenças, valores e comportamentos que façam coerente a cultura da instituição com seu próprio desenvolvimento estratégico e os requerimentos que impõe seu encargo social.

Desenvolvimento:

Se tenta-se orientar às universidades angolanas para um processo de aperfeiçoamento contínuo que lhes permita ganhar em qualidade a gestão dos processos universitários, é imprescindível conseguir uma adequada formação e desenvolvimento da cultura organizacional que deverá, em consequência, ser ajustada através do controlo consciente e planeamento dos processos comunicacionais.

Ao estudar o processo de formação e desenvolvimento da cultura organizacional, primeiro é necessário estabelecer determinadas precisões conceptuais da categoria cultura e a partir de alí, fazer-se uma incursão na complexidade sócio-cultural para considerar suas relações e elementos como integrantes da construção humana.

A cultura situa o homem como sujeito de um processo de construção e transformação de valores que constantemente se desenvolvem na interação em ao seu meio, que lhe permite projectar conscientemente o futuro. A cultura não se pode transmitir mediante o mecanismo reprodutivo da espécie humana, só é possível adquiri-la mediante um longo e contínuo processo social de construção de significados, fundamentados essencialmente no processo de aprendizagem e na educação. Daí que a cultura seja um facto especificamente humano.

A respeito, Turner (1973:21) expressou: “o homem quanto a espécie, diferencia-se de outros organismos por uma aptidão para construir uma cultura;

dentro da espécie os grupos de homens se distinguem uns de outros mais que nada pela posse e transmissão de culturas distintas. Desta maneira, os indivíduos novos recebem do grupo em que nascem uma organização da experiência, ou seja, uma mentalidade e um modo de vida; e ao serem membros do grupo se convertem em portadores dela”.

V. Mezhúiev (1980:46), em “La Cultura e a História” apresenta um enfoque importante da cultura como actividade do indivíduo como primeiro princípio e como segundo, a cultura como forma de auto-desenvolvimento humano. Quando a cultura é vista como actividade do indivíduo “(...) a cultura é apresentada não como um pouco criado, mas sim como ser criador, não como objecto passivo, fruto de circunstâncias externas e fora de seu poder, mas sim como sujeito que realiza as mudanças e transformações, como sujeito histórico”. Mostra que a cultura surge e se desenvolve precisamente na actividade humana, a praxe. Destaca o valor axiológico e em relação ao autodesenvolvimento expõe: “Precisamente como processo de auto-desenvolvimento, de auto-produção do homem; a história dos homens forma em relação à natureza uma realidade especial: o campo da cultura. Na cultura o homem está representado não somente como protagonista, mas também como um ser que se auto- desenvolve, como sujeito e ao mesmo tempo, como resultado da própria actividade. A verdadeira relação da cultura com a actividade humana, se faz compreensível quando a própria actividade se mostra como fonte, causa de formação, desenvolvimento e afirmação do homem” (Mezhúiev, 1980: 49).

“A cultura não é tudo nem quase tudo; é somente o que nos enobrece e nos abre o horizonte intelectual e sensitivo, o melhor da criação do homem, o que diariamente se expressa na experimentação e na mudança. A cultura como identidade não é matéria fóssil, é algo que se renova e se transforma em constante criatividade. O que ontem teve vigência hoje poderia não tê-la”. (Barnet, M., 1998:12).

Aos efeitos de assumir um critério que facilite entender a cultura como categoria principal e básica nesta investigação; faz-se patente a análise do conceito facultado por Eriberto Bauzá (2006): a cultura é uma qualidade do sistema social que se forma e desenvolve em seus elementos constitutivos, a partir do conjunto de características distintivas dela, seja de ordem espiritual,

material, afectivo e que exercem importantes e decisivas influências nos ritmos do desenvolvimento da sociedade e que, portanto, resulta da sistematização de hábitos, habilidades, costumes e conhecimentos, que têm sua expressão nas actuações de homens e mulheres em todas as esferas da vida, em sua conduta regular, coerente, estável e recorrente; e como auto-consciência de uma comunidade historicamente condicionada, o que integraria a diversidade das pessoas em suas interações dentro dos grupos, ao enfrentar-se aos diferentes entornos específicos que determinam seu sistema de normas, valores, crenças, expectativas e atitudes. (Bauzá, 2006:888)

Em tal caso, o conceito de cultura em seu sentido mais amplo possibilita fazer uma análise no âmbito de um organismo social complexo, em auto-desenvolvimento e a sociedade. Nela se inserem múltiplas organizações e instituições. Então será necessário aproximar-se destas para reflectir sobre o fenómeno cultural que desde elas tem lugar em seu processo de formação e desenvolvimento, o que coletará à conformação de uma cultura geral da que formam parte, da mesma maneira em que se nutrirão dela. Desde aí podemos nos referir à cultura organizacional como qualidade que se forma e desenvolve na interação interna entre os membros de uma organização e desta última com o meio.

A reconhecida investigadora Irene Trelles contribui a inserção da teoria da cultura organizacional através da imbricação do conjunto de crenças e valores em entidades e empresas; investiga como se conformam os processos colectivos de construção de significados, de orientação para a razão de ser de uma organização, e como os integrantes de uma empresa encontram o sentido desta, mediante a interpretação de símbolos que se constroem na comunicação com outros membros. (Trelles, I., 2001)

Considera-se que estas definições estão dirigidas a reforçar o significado da interação entre os membros da organização e o meio circundante, além do nexa da cultura organizacional com o resto dos processos internos e sua projecção estratégica.

De maneira geral, fazendo uma análise das definições abordadas, reforça-se a ideia quanto a identificar a importância dos valores e crenças compartilhadas e seu efeito sobre o comportamento organizacional, ainda quando alguns autores o fazem de uma visão geral para compreender o comportamento das

organizações, enquanto outros preferem aprofundar na liderança, os rôis e o poder dos directores como transmissores da cultura das organizações, embora na actualidade todos reconhecem o necessário da adaptação externa e integração interna para que um dado grupo aprenda a enfrentar-se com os seus problemas e a solução dos mesmos, o que formará parte da própria história e o desenvolvimento da organização.

Além disso assume-se uma nova definição de cultura organizacional, que em nosso entender é uma interpretação do conceito referido anteriormente, que pode se resumir, "como o conjunto de crenças e valores compartilhados pelos membros de uma organização ou por subgrupos dentro dela, que inspiram as linhas básicas do comportamento organizacional e que têm um papel significativo na interação entre os seus membros, ao poder ser aprendida, ao evoluir com novas experiências e à possibilidade de ser trocada se chegar a entendê-la dinâmica de seu processo de formação e desenvolvimento, dado do interno da organização e em sua interação com o entorno." (Bauzá, 2006:)

A formação e desenvolvimento da cultura organizacional nas instituições educativas superiores, adquire uma singularidade, e é precisamente nesse contexto que se facilita seu processo, dado que estas organizações com uma função formativa, os seus membros, essencialmente seus directores e pessoal docente, possuem conhecimentos e habilidades no processo de ensino-aprendizagem que permite uma melhor compreensão desta actividade; por outra parte, nas Instituições da Educação Superior se reforça este facto dada sua responsabilidade na preservação, desenvolvimento e difusão da cultura para a sociedade.

A cultura compreendida como um modo de vida de um povo, ela entronca-se nos mais diversos âmbitos da vida humana, tal como na esfera da verdade e da comunicação ou seja, a cultura da verdade e das comunicações, e Dom José Manuel Imbamba (2003:213) atesta que «a cultura da verdade, por conseguinte, deve empenhar também os meios de comunicação de massa, os quais, mais que nunca, são chamados a estarem ao serviço da verdade, em que a informação deve ser límpida, objectiva e isenta de qualquer tipo de preconceito». Como podemos notar, a cultura não é um conjunto de coisas rústicas, antigas e sem significância, a cultura é o que nós somos enquanto seres produtores de factos mediante a inteligibilidade. E para que qualquer

organização funcione, deve fundar-se na verdade e na comunicação eficiente sempre com pressupostos assimilados como culturais e não como moda, algo que deva fazer parte da vida de todos entes humanos.

Portanto, ainda quando com o processo de formação e desenvolvimento da cultura organizacional se obtenha compreensão a respeito dos pressupostos culturais que se manifestam em uma instituição, sua dinâmica pode dar-se como um processo natural e espontâneo na medida em que seus membros se integrem e por sua vez se adaptem ao meio; entretanto, faz-se necessário analisar este processo desde sua gestão. Para fazê-lo consequente na perspectiva do funcionamento da organização e de estabelecer considerações mais profundas sobre o desenvolvimento estratégico da mesma, seus factores permanentes ou suas lógicas de base que asseguram a permanência do grupo através do tempo e do espaço.

Segundo às escolas de pensamento no modelo de cultura organizacional apresentam-se duas tendências:

- A que concebe a cultura como elemento essencial na vida organizacional, com um enfoque de cultura como variável que influi no comportamento da organização, do mesmo modo que poderia influir o clima, os conflitos ou a liderança.
- A que identifica à cultura como essência da organização, a construtora de sentido, e que mais que uma variável ou atributo, oferece uma interpretação compartilhada da realidade que facilita a habilidade de organizar-se. A cultura desde esta óptica, promove o sentido da ordem e a lógica que simbolicamente constitui a organização. (Kreps, 1990)

Nesta investigação se assume a primeira tendência, o enfoque de cultura como variável, limitando o estudo à descrição ou busca do que, quer dizer, quais são as suas manifestações e de que forma contribuir ao fortalecimento da organização. A intenção marcada pelos autores é conhecer quais são os valores e os elementos potenciadores da cultura nas universidades e como a partir desse conhecimento, podemos obter um melhor desenvolvimento da organização.

Segundo Silverzweig e Allen, chamado por Leal (1991), argumentam que administrar uma cultura organizacional requer uma renovada aplicação de destrezas directivas e desenvolver um minucioso equilíbrio com o meio; porque

manipulam-se irreflexivamente o sistema cultural e, por sua vez, pode causar uma séria afectação à cultura da organização.

Os autores desta investigação coincidem com este critério já que o “intrusismo” profissional nestes casos pode desencadear crise nas relações tanto inter-pessoais como inter-institucionais; além de uma ruptura com os encargos sociais que tem a organização estabelecidos, ao afectar a imagem recebida pelo public alvo.

Em relação a temática em pauta, adiciona-se o ponto de vista de García e Pümpin (1988) em que é necessário contrastar a cultura organizacional com a projeção estratégica para fazer com que responda às exigências desta, de maneira que se mantenham e fomentem os factores dominantes da cultura organizacional e se garanta seu cuidado consciente.

Afirmamos então que cada cultura organizacional de cada universidade, é diferente e única, pois embora os que têm cargos básicos são semelhantes, cada organização experimentou diferentes sucessos desde sua criação e vai evoluindo por processos qualitativos de mudanças, de acordo com as condições que existam e a interação com o meio específico. Por outra parte, a cultura organizacional é conformada por outra série de elementos muito particulares: a missão social específica de acordo com os cursos que desenvolve, a tecnologia com que conta, os serviços que oferece, a personalidade de seus membros, líderes e directores.

As Universidades angolanas têm que assumir a inquietação própria da ciência e investigar suas próprias culturas, diagnosticar sua evolução e estabelecer estratégias institucionais para obter sua consolidação e desenvolvimento. Nos últimos tempos o conceito de pertinência social universitária se gerou como resposta às exigências da sociedade, motivadas pelas grandes mudanças de tipo social, econômico, cultural, político e tecnológico. Actualmente a Educação Superior angolana aumenta sua pertinência, garantindo profissionais com uma sólida formação teórico-prática, que respondam de maneira criativa aos problemas essenciais de sua profissão. Esta concepção de pertinência permite aprofundar nas funções da universidade em integração com seu meio, mantendo o rol de geradora de cultura e formadora do talento humano.

Conclusões:

1. Do ponto de vista concetual a cultura organizacional revela-se como qualidade a partir de seus pressupostos constituintes (comportamentos, valores e crenças), que têm um papel significativo na interação entre seus membros, que pode evoluir e ser trocada se chega a entender-se a dinâmica de seu processo de formação e desenvolvimento, do interior da organização e em sua interação com o meio.
2. Comprovou-se que a aparição e consolidação da comunicação institucional, se faz necessária para garantir a evolução da sociedade e o cumprimento da missão social de cada organização. Obtendo-se a conformação de uma verdadeira cultura organizacional e se desenvolva a actividade comunicativa como elemento de sobrevivência, para a consecução do êxito da instituição e para a contextualização à realidade presente e as perspectivas de futuro.
3. As universidades angolanas, como toda organização, têm a necessidade de planear estratégias de comunicação organizacional que lhes permitam potencializar suas fortalezas internas para a construção e consolidação de uma cultura intencionada que estimule o cumprimento da sua responsabilidade social mediante a participação activa de todos seus sujeitos integrados.

Bibliografía

ALVAREZ DURÁN, Y. Imagen Corporativo. Teoría y práctica desde un enfoque psicológico. Editorial de Ciencias Sociales. La Habana, 2000.

CASTELLS, M. La era de la información: economía, sociedad y cultura, vol. 2, Madrid, Alianza. 1997.

CHAVES, N. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional, Barcelona, Gustavo Gili. 2001.

COSTA, J. La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión, Barcelona, Paidós. 1999.

DIAMOND, MICHAEL A. Identidad organizacional del libro La vida inconsciente de las organizaciones: interpretando la identidad organizacional. 1993

GONZÁLEZ OÑATE, C. La continuidad televisiva en la era digital. Madrid, 2005.

IMBAMBA, José Manuel, Uma Nova Cultura Para Mulheres e Homens Novos: Um Projecto Filosófico Para Angola do 3º Milénio à Luz da Filosofia de Battista Mondin, Ed., Paulinas, Luanda, 2003

LEYVA BARCIELA, E. Identidad y cultura organizacional. Universidad de La Habana, 2006.

MARTÍNEZ SOLANA, Y. La comunicación institucional: análisis de sus problemas y soluciones, Madrid. Fragua. 2007.

PIEDRA RODÍGUEZ, M Y COL. Manual de Relaciones Públicas. 2002.

SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R. Teoría de la publicidad. Madrid. Tecnos. 1993.

TRELLES RODRÍGUEZ, I. Comunicación Organizacional. Selección de lecturas. Editorial Félix Varela. La Habana, 2001.

VILLAFANE, J. Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Ediciones Pirámide, S.A. Madrid, 1993.

VILLAFANE, J. La gestión profesional de la imagen corporativa, Madrid, Pirámide. 1999.