

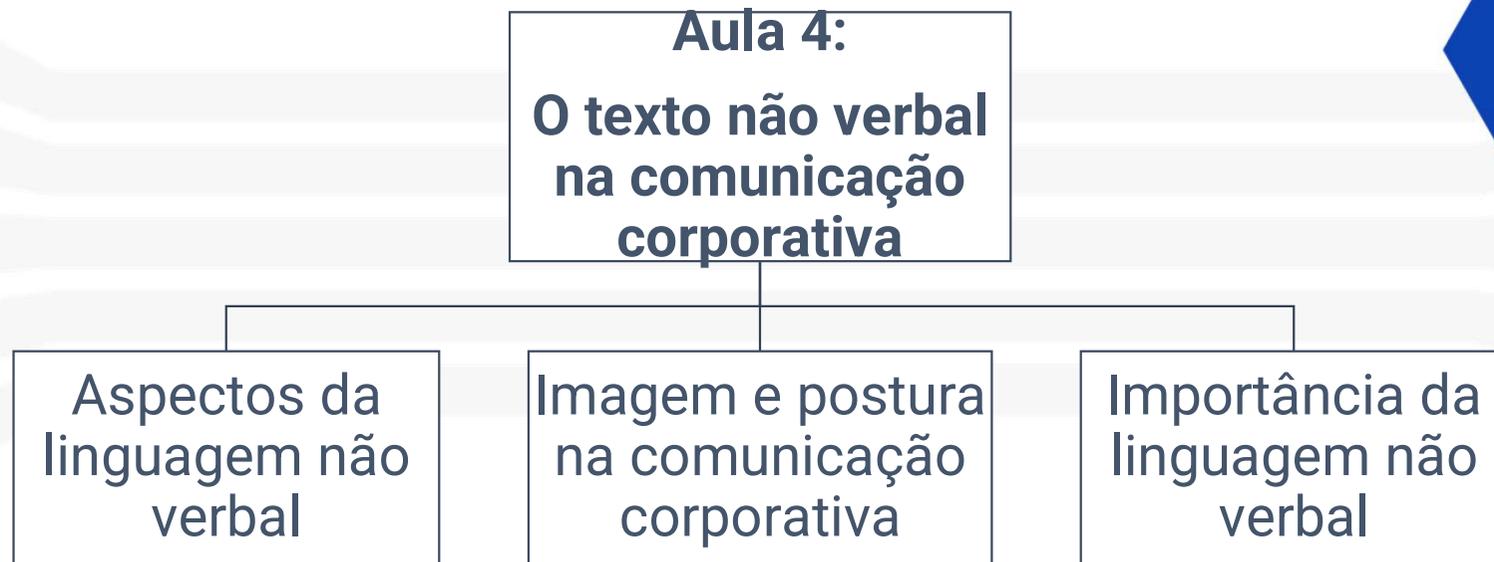


Comunicação e educação corporativa

Profa. Dra. Wéllem Semczuk



Unidade 3: O texto na comunicação corporativa

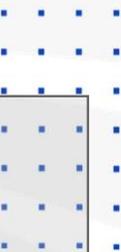


Aspectos da linguagem não verbal

Não envolvem palavras faladas ou escritas, mas incluem gestos, expressões faciais, postura corporal, tom de voz, contato visual e até mesmo o uso do espaço físico durante uma interação. [...]

Entender e interpretar corretamente a **linguagem não verbal** é importante para a comunicação, pois permite uma compreensão mais completa das mensagens transmitidas e recebidas.

- Para fins de análise e compreensão da linguagem não verbal, principalmente, direcionada aos aspectos que envolvem a comunicação corporativa, vamos conhecer os estudos e teorias de dois autores, **Edward Twitchell Hall** e **Paul Ekman**.



Proxêmica - Edward Twitchell Hall

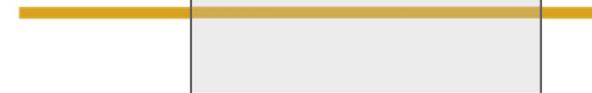
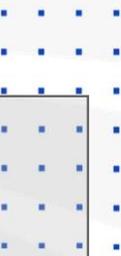
A proxêmica investiga o significado social do espaço, ou seja, explora como as pessoas consciente ou inconscientemente estruturam seu próprio espaço.

- Há três dimensões para análise:

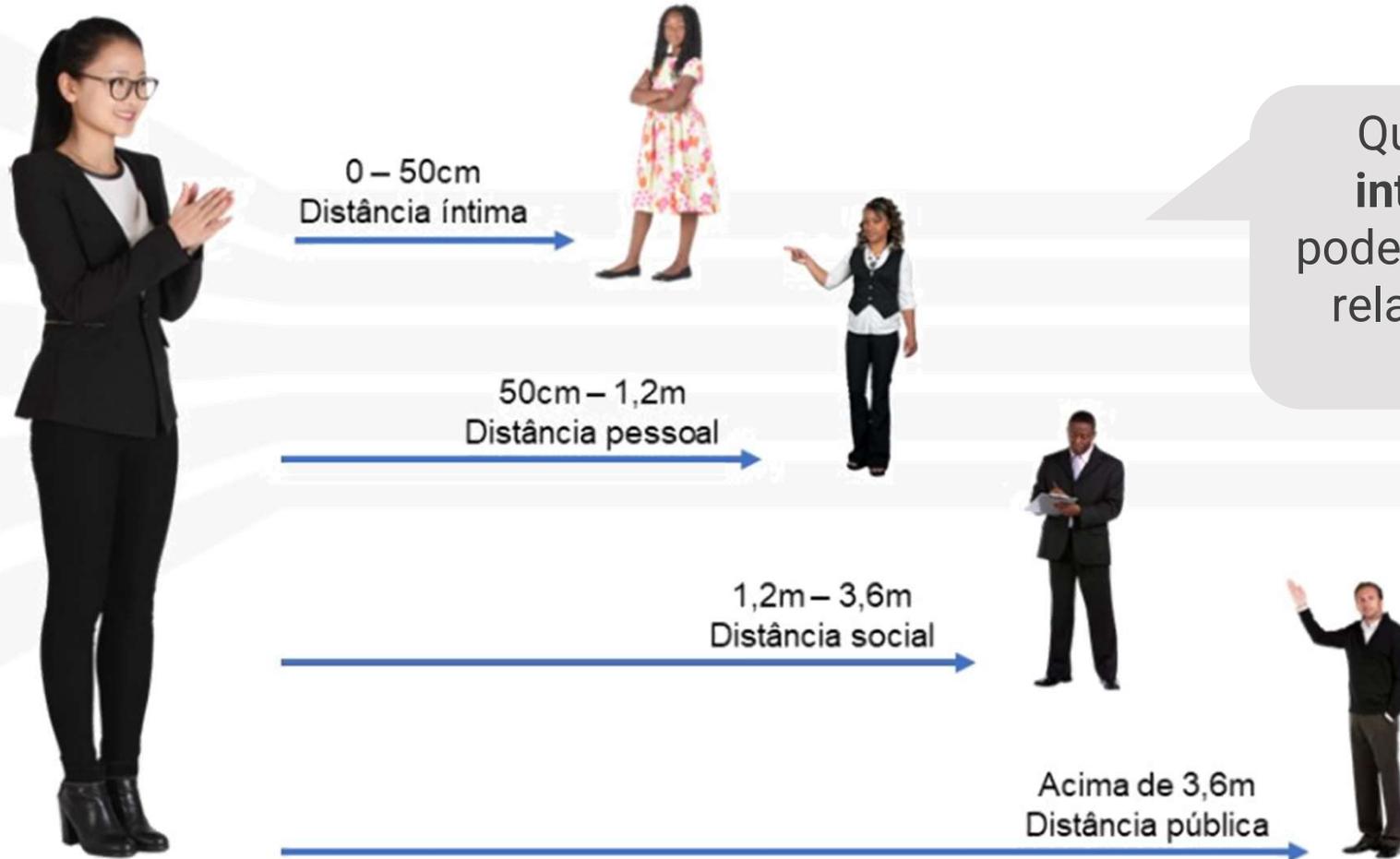
Espaço de características
estáticas (paredes)

Espaço de características
semiestáticas (móveis)

Espaço informal
(ao redor do corpo)



Proxêmica - Edward Twitchell Hall



Quatro **distâncias interpersonais** que podem indicar o tipo de relação existente ou desejada.

Expressões faciais e emoções universais - Paul Ekman

Em seus estudos, identificou **seis expressões faciais** básicas, sendo raiva, medo, tristeza, nojo, alegria e surpresa, que são universalmente reconhecidas.

Mas afinal, qual a relevância desses estudos para a prática profissional?

No universo da comunicação corporativa, ao compreender como as expressões faciais refletem emoções básicas como raiva, medo, tristeza, nojo, alegria e surpresa, as organizações podem **melhorar a comunicação interpessoal e a eficácia da equipe.**

Os líderes e gestores podem aprender a **reconhecer as expressões faciais dos funcionários** durante reuniões ou interações no local de trabalho, o que pode ajudá-los a avaliar o engajamento, o bem-estar emocional e as preocupações dos colaboradores.

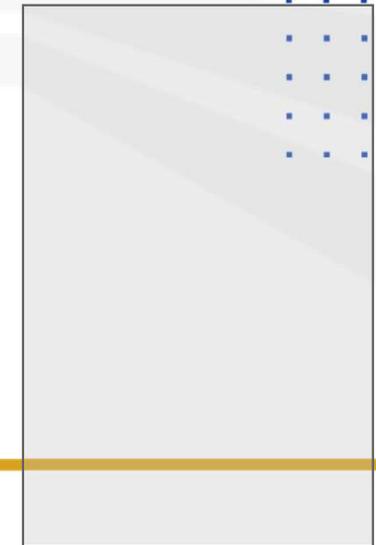
Imagem e postura na comunicação corporativa

Imagem

Refere-se à percepção que os outros têm de um indivíduo ou de uma organização com base em sua aparência, comportamento, reputação e presença geral.

Refere-se à forma como uma pessoa se posiciona fisicamente e se comporta durante interações sociais, reuniões de trabalho, apresentações ou outras situações profissionais.

Postura

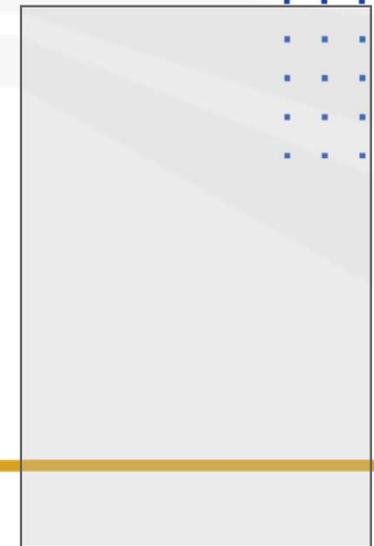


Importância da linguagem não verbal na comunicação corporativa



Fonte: Pexels.

No contexto corporativo, gestos, expressões faciais, postura corporal e até mesmo o tom de voz têm um impacto significativo nas interações entre colegas, clientes e superiores hierárquicos.



Recapitulando

