

O poder da comunicação: Como as palavras motivam e impulsionam equipas

 *Beatriz Silva Damas*

beatriz.damas2004@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-8509-1054>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

A comunicação é uma ferramenta vital para as equipas, e vai muito além de uma simples transmissão de informações. As palavras motivam, tendo a capacidade de incitar e mudar completamente a dinâmica empresarial. Líderes com a capacidade de usar ferramentas positivas como, dar feedback aos seus colaboradores para reafirmar a autoconfiança nas suas skills e funções e enaltecer as suas conquistas, tendem a ter uma equipa mais motivada e com a moral mais elevada. Utilizando estratégias como: o uso de uma linguagem positiva, ouvir de forma consciente e o uso contínuo de feedback conseguimos garantir uma potencialização do impacto da comunicação. Ter reuniões bem organizadas é outra forma de garantir que todos os membros sejam capazes de dar um parecer e que as decisões sejam comunicadas. Neste artigo, foram analisadas diversas abordagens sobre a importância da comunicação nas equipas, com base em revistas científicas e trabalhos académicos.

Palavras-chave: Comunicação, Colaboradores, Motivação, Sucesso, Liderança, Equipas.

Abstract

Communication is a vital tool for teams and goes far beyond the simple transmission of information. Words motivate, having the power to incite and completely change the business dynamic. Leaders who can use positive tools such as providing feedback to their employees to reaffirm self-confidence in their skills and roles, and to highlight their achievements, tend to have a more motivated team with higher morale. By using strategies such as positive language, mindful listening, and continuous feedback, the impact of communication is significantly enhanced. Well-organized meetings are another way to ensure that all members can voice their opinions and that decisions are effectively conveyed. This article analyzes various approaches to the importance of communication in teams, drawing on scientific journals and academic studies.

Keywords: Communication, Employees, Motivation, Success, Leadership, Teams.

Introdução

A comunicação representa um papel bastante importante na dinâmica de qualquer organização e, também, no esforço das equipas de trabalho. Sendo assim, a comunicação organizacional mostra-se ser bastante complexa, pois envolve interações humanas, priorizando a partilha de ideias e emoções, a construção de confiança e objetivos mútuos. A maneira como se faz esta comunicação influencia diretamente a motivação dos colaboradores e, por consequência, a sua produtividade e satisfação, tornando-se um instrumento estratégico para o sucesso.

No mundo do trabalho, onde cada vez há uma maior presença digital, os líderes encaram o desafio de manter as equipas bem informadas e envolvidas. Nesse sentido, abordam práticas eficientes para efetuar essa comunicação desde o fornecimento e recolha de feedback contínuo, à escuta ativa e, ainda, ao diálogo emocional. Sendo bem gerida, a comunicação tem o poder de potenciar o desempenho de cada um.

Este artigo aborda o impacto da comunicação em contextos organizacionais, onde é destacado o papel da liderança, a resolução de conflitos e a promoção da inovação. Será analisado de que forma a comunicação pode ser de grande importância para a motivação dos colaboradores e, por consequente, para o sucesso das empresas.

A importância da comunicação no desempenho das equipas

O segredo para o sucesso de uma equipa é, inegavelmente, manter uma comunicação eficaz e eficiente, por isso, é obrigação de cada um zelar para que isso aconteça. Para além de facilitar a troca de informação, também é bastante relevante na construção de relações, na solução de conflitos e na criação de uma cultura organizacional benéfica. Se os líderes souberem usar corretamente as palavras, carregam o poder de motivar a equipa e aumentar o desempenho dos seus colaboradores.

Nos dias de hoje, os mercados estão sobrelotados, em consequência de ambientes competitivos e ambiciosos. Existe à disposição dos consumidores diversos produtos e serviços, de diferentes marcas e diferentes formas. O que valoriza as organizações face aos concorrentes é a sua eficácia na comunicação interna e externa, assim como a sua humanização.

Na maioria dos casos, as empresas que mantêm melhores relações com seus colaboradores, são aquelas que conseguiram garantir uma melhor reputação perante os seus clientes. Por essa razão, torna-se de extrema importância uma comunicação proativa nas organizações, a par de ações de integração com os seus colaboradores.

Recentemente, o tema da humanização das empresas tem sido bastante debatido. É a partir destas ações que os colaboradores se sentem ouvidos e realizados. Mas mais do que ações, as empresas devem despertar nos colaboradores o desejo de chegar mais longe, tanto no campo pessoal quanto no campo profissional. Para isto, as empresas devem olhar para os seus colaboradores como uma necessidade no funcionamento da empresa, onde cada colaborador acrescenta um fator importante e diferenciador. À medida que os colaboradores se sentem importantes para o desempenho e crescimento das empresas, irão ter a vontade de participar mais no sucesso das mesmas.

Neste sentido, para incentivar continuamente os colaboradores das organizações, a comunicação interna é um dos fatores mais importantes. É nesta área que são desenvolvidas várias ações com o objetivo de despertar um elo emocional entre a empresa, e as pessoas que a constituem.

O estudo de Kaneko (2023) investiga como diferentes canais de comunicação influenciam a eficácia das equipas no local de trabalho. Utilizando a Teoria da Riqueza da Mídia e a Teoria da Sincronicidade da Mídia, o autor conclui que uma combinação de comunicação síncrona (rica) e assíncrona (pobre) melhora a coordenação e o desempenho da equipa. A comunicação síncrona, que inclui reuniões presenciais e chamadas de vídeo, permite uma troca de informações mais rica e imediata, enquanto a comunicação assíncrona, como e-mails e mensagens, oferece flexibilidade e tempo para reflexão.

Esta combinação de canais de comunicação é muito importante para a eficácia da equipa. A comunicação “rica” permite que os membros da equipa expressem as suas ideias e sentimentos de forma mais clara, enquanto a comunicação “pobre” pode ser útil para a documentação e a reflexão. O fator determinante está em encontrar o equilíbrio certo entre esses dois tipos de comunicação, de modo a maximizar a produtividade da equipa.

Integração e Satisfação no Trabalho

A integração da equipa é outro aspeto crítico que será influenciado pela comunicação. O estudo de Norful et al. (2022) sobre a forma como diferentes modos de comunicação afetam a coesão da equipa, o burnout e a insatisfação no trabalho levam a crer que a presença da comunicação reduz significativamente o burnout e a insatisfação no trabalho em comparação com meios tecnológicos.

A interação cara a cara cria oportunidades para criar um relacionamento mais pessoal entre os membros da equipa, o que resulta num senso de comunidade e apoio. Por outro lado, os meios tecnológicos também podem levar a um sentimento de isolamento e solidão, o que acontece especialmente no caso no trabalho remoto. Por outras palavras, a comunicação presencial também deve ser promovida.

Quão importante é a comunicação na motivação?

Segundo Ali (2021), uma boa comunicação interna garante que as mensagens, diretrizes e visões dos líderes cheguem aos colaboradores de forma autêntica, concisa e comprehensível. Nesse sentido, a comunicação constitui um pilar para o funcionamento eficiente das equipas dentro das organizações.

O papel da comunicação na motivação é crucial porque é através da comunicação que os objetivos, expectativas e feedback são comunicados abertamente. Quando os líderes confiam ao público as suas intenções, oferecem feedback aos seus funcionários e reconhecem os seus desempenhos, os colaboradores estão mais centrados, o que cria um ambiente seguro e comportamentos produtivos e de melhoria.

Feedback e Reconhecimento

Um dos fatores mais importantes da comunicação motivacional é o feedback. O feedback construtivo é muito importante para o crescimento e desenvolvimento dos membros das empresas. Este deve ser específico, focado em comportamentos e resultados, e ser dado num clima de apoio. Quando os colaboradores recebem feedback claro e útil e o reconhecimento do seu esforço, eles tendem a sentir-se mais confiantes nas suas capacidades, valorizados e ainda mais motivados para contribuir para os objetivos da equipa.

Assim, a comunicação transparente sobre o papel de cada colaborador dentro da empresa abordando as expectativas e os objetivos, permite a compreensão da importância das suas contribuições. Isto melhora, não só a motivação, mas, o senso de responsabilidade e de compromisso com os resultados que se pretende ver obtidos.

O feedback, para além de melhorar o desempenho individual, quando dado de forma aberta e respeitosa, também pode melhorar as relações dentro da equipa. Esta comunicação transparente acaba por criar um ambiente de confiança dentro da organização, o que acaba por culminar num espaço onde os colaboradores se sentem confortáveis para partilhar as suas opiniões e expressar as suas preocupações.

Para maximizar os benefícios do feedback na construção de uma empresa de sucesso, as organizações devem implementar um ciclo de feedback eficaz. Isso pode incluir reuniões regulares destinadas a dar feedback; o feedback 360, incentivando todos os colaboradores a partilharem e receberem esta avaliação por parte dos colegas e, por fim, o reconhecimento e a celebração de pequenas vitórias.

“As people learn to use feedback, they can set goals to avoid negative results and establish positive cycles of reinforcement for performance improvement.” London, M. (2003). Job feedback: Giving, seeking, and using feedback for performance improvement

A Comunicação na Liderança

A liderança tem um papel fundamental na maneira como a comunicação é percebida, traduzida e feita numa organização. Um líder que comunica com clareza, com compaixão e interesse, tende a construir uma equipa unida, motivada e com foco nos objetivos comuns.

A comunicação da liderança é, portanto, uma das bases do envolvimento organizacional. De acordo com Rizvi e Popli (2021), o estilo de comunicação do líder reflete e afeta diretamente o nível de envolvimento dos colaboradores. Quando os líderes criam uma cultura de diálogo aberto, transparência e empatia, há espaço para que se desenvolvam relações de confiança e maior autonomia no trabalho.

Além disso, os líderes que reconhecem o esforço das suas equipas e que oferecem feedback contínuo e construtivo ajudam a criar um ambiente positivo e participativo. A comunicação, portanto, não serve apenas para dar instruções e alcançar um desempenho melhor, mas assume um patamar relacional que vincula o líder aos seus colaboradores.

O envolvimento dos colaboradores está diretamente ligado à percepção que eles têm do seu valor na organização. Para se sentirem envolvidos, é extremamente necessário que compreendam a missão e os objetivos da empresa, e que saibam claramente de que maneira o seu trabalho contribui para o sucesso global. Essa clareza deve ser garantida pela liderança, que deve reforçá-la continuamente por uma comunicação estratégica.

Deste modo, a comunicação deve ser feita em dois sentidos. Para além de dar ordens, os líderes devem criar os canais de conversa que possibilitam aos colaboradores partilhar as suas ideias e preocupações. Isso, para além de melhorar a comunicação interna, também cria uma vontade de fazer mais e melhor.

Por fim, é importante destacar que num ambiente organizacional que se está a tornar cada vez mais digital, os líderes enfrentam ainda o desafio de manter a proximidade com suas equipas. A liderança à distância requer competências comunicacionais ainda mais aprofundadas: o equilíbrio entre manter uma presença uniforme e acessível através do digital e preservar a qualidade da interação humana. Resumindo, a comunicação eficaz é um dos principais instrumentos da liderança atual, contribuindo bastante para o envolvimento das equipas, motivação dos colaboradores e sucesso das organizações.

Comunicar para Resolver Conflitos

Os conflitos são inevitáveis num espaço organizacional, principalmente quando as pessoas têm diferentes formas de ser e estilos de trabalho. É crucial saber como tratar estes conflitos porque pode influenciar de forma significativa a moral e a motivação da equipa.

Uma boa comunicação é a chave para a resolução de conflitos. Se os trabalhadores se sentirem à vontade para expressar as suas inquietações, é mais provável que se chegue a um consenso de forma construtiva. Esta comunicação aberta permite a todas as partes que falem sobre as suas diferenças e procurem soluções para chegarem a um entendimento mútuo. Isto, não só resolve o problema em si, mas fortalece as relações na equipa.

O impacto da comunicação na cultura organizacional

“Promover um ambiente de trabalho positivo e inclusivo pode impulsionar a inovação, permitindo que as organizações se adaptem às mudanças do mercado e mantenham uma vantagem competitiva. Lidar com deficiências na inteligência emocional é fundamental para transformar culturas corporativas tóxicas.” Taghikilanidamavandi, L. (2024)

A cultura organizacional é extremamente influenciada pela maneira como a comunicação se processa na empresa. A inclusão sustenta-se na comunicação. Logo, empresas que estimulam a troca de perspetivas conseguem manter um ambiente em que todos os seus colaboradores sentem-se apreciados e respeitados. Isso é particularmente importante em equipas diversificadas, onde o facto de existir diferentes visões enriquece a tomada de decisões. Além de aumentar a moral de todos, esta inclusão dos colaboradores faz com que estes se sintam encorajados a colaborar e a inovar.

A maneira como se realiza a comunicação numa empresa expressa os seus valores organizacionais. As empresas que prezam a transparência, a honestidade e o respeito, têm a capacidade de interagir mais claramente, o que ajuda tanto na moral dos colaboradores como na reputação da empresa. Noutra perspetiva, uma organização que possua uma pobre comunicação tende a criar discordâncias, desconfiança e desmotivação. Portanto, é necessário que a comunicação promova a participação de todos, seguindo os valores da organização.

A comunicação como motor da inovação

Uma comunicação eficaz não só motiva e aumenta a produtividade de uma organização, mas também estimula a inovação. Num mundo em constante transformação, a capacidade de adaptação e de novas criações é necessária para a competitividade. Num ambiente em que os colaboradores se sentem à vontade para dar ideias, mesmo sendo algo fora da caixa, as oportunidades para modernizar aparecem. A verdadeira diversidade de ideias, somada à uma comunicação honesta, contribuem para uma maior possibilidade de desenvolver novos conceitos e novas abordagens.

A interdepartamentalização também é essencial na inovação, pois possibilita um maior brainstorming. À medida que várias áreas se unem, melhores resultados acabam por ser obtidos. Por exemplo, num contexto interativo entre o departamento de marketing e o departamento de produção, mais ideias podem levar a soluções mais adequadas para as necessidades do mercado.

O Futuro da Comunicação nas Organizações

À medida que o mundo organizacional cresce, mais propriamente, a crescente evolução do trabalho remoto e híbrido, vão aparecendo novos obstáculos e possibilidades na comunicação. Nesse sentido, a tecnologia apresenta um papel crucial, sendo que é a principal culpada por esta interação digital. Ainda assim, não podemos negar o grande valor que tem o contacto e interação humana, pois esta é fundamental para que as relações se mantenham consistentes e a dinâmica do grupo seja apropriada.

Além disso, a comunicação emocional está cada vez mais a assumir um papel importante nas organizações. É essencial, de forma a obter um ambiente de trabalho acolhedor e prestável, reconhecer e validar as emoções dos colegas, o que acaba por criar mudanças positivas, motivação e satisfação no trabalho.

Na era digital

Hoje em dia, a tecnologia é um instrumento com grande importância na comunicação. Os novos meios digitais vieram garantir uma troca de informações mais rápida e eficiente. As ferramentas de trabalho, como o trabalho remoto, emails, aplicações, softwares para gerenciar os funcionários, facilitam a comunicação da equipa, estejam eles onde estiverem. Contudo, é preciso que as organizações não se tornem dependentes exclusivamente da tecnologia. A interação humana continua a ser vital para a construção de relações e união dentro da organização.

Futuramente, prevê-se uma maior integração da inteligência artificial e realidade virtual na comunicação empresarial, o que tornará os processos mais eficientes e personalizados. Ainda assim, é importante manter-se uma linha tênue entre a inovação tecnológica e a valorização social, e assim priorizar a colaboração e humanidade.

Da mesma forma, a evolução da tecnologia continuará a alterar a maneira como as empresas funcionam, melhorando a eficiência, a conexão e a resiliência perante os novos desafios no mercado de trabalho.

Esta era digital garante às empresas uma certa agilidade para reagir à medida que as mudanças no mercado acontecem, garantindo inovação nas suas operações e uma maior satisfação dos colaboradores, assim como dos clientes.

Para que esta melhoria aconteça, as empresas devem investir em tecnologia, mas, principalmente, em desenvolver as competências interpessoais dos seus colaboradores. Assim, conseguimos atingir uma harmonia entre o desenvolvimento tecnológico e a componente humana que, no fundo, trabalham juntos para obter melhores resultados.

A comunicação emocional

A comunicação emocional é um dos pontos mais importantes e decisivos para o fortalecimento das relações interpessoais, no ambiente de trabalho e na vida pessoal.

É imprescindível dar valor às emoções e validar os sentimentos dos outros, de forma a ser promovido um ambiente empático. Além disso, a comunicação emocional é capaz de reduzir e resolver conflitos, o que pode culminar em melhores resultados na saúde mental dos colaboradores, o que se reflete numa maior eficácia de todos.

Esta empatia é essencial quando se pretende construir um ambiente de trabalho seguro e produtivo, onde todos se sentem ouvidos e valorizados, o que lhes dá mais liberdade e confiança para trocarem ideias. Desta forma, este tipo de comunicação está diretamente ligado à motivação dos colaboradores, porque, ao sentirem-se reconhecidos e validados, tendem a estar motivados e a ser mais produtivos.

O facto de estarem instruídos em inteligência emocional agiliza o desenvolvimento das habilidades dos colaboradores para gerirem as próprias emoções e reações com sensibilidade e equilíbrio. Isso melhora a comunicação e cria relações saudáveis dentro da equipa.

Discussão

A análise dos conteúdos do artigo permite reconhecer a centralidade da comunicação como suporte organizacional das dinâmicas empresariais. Não se trata da mera transmissão da

informação, mas da capacidade de criar laços humanos, de aumentar o sentimento de pertença e de promover a motivação dos trabalhadores.

Pelo recurso a diversos estudos e à contextualização prática, o artigo destaca a importância de práticas como o feedback construtivo, a escuta ativa e a humanização nas relações profissionais. A teoria em questão torna-se especialmente pertinente quando confrontada com realidades em que falha a comunicação interna. Existem situações nas organizações onde, pela falta de acompanhamento e diálogo da parte da entidade empregadora, surgem contextos de desmotivação evidentes.

No caso do desempenho de funções como, por exemplo, de promotor de marcas, a falta de feedback, o não perguntar se está tudo bem aos trabalhadores e a desvalorização da comunicação, comprometem a motivação e o compromisso dos colaboradores, o que acaba por gerar um ambiente pouco satisfatório.

Feita uma reflexão sobre estes pontos, é possível evidenciar que a falta de comunicação estruturada, prejudica o desempenho e, além disso, compromete as relações interpessoais e a cultura organizacional. Os estudos citados, tais como os de Kaneko (2023) e Norful et al. (2022), vêm apoiar esta visão, que evidencia que a eficácia e a satisfação no trabalho aumentam de forma significativa, quando se tem uma combinação equilibrada entre as diferentes formas de comunicação e se promove a interação cara a cara.

Relativamente à informação neste artigo, seria interessante abordar mais aprofundadamente quais são os entraves que limitam a integração destas estratégias, tais como: a resistência à mudança, a falta de conhecimento sobre comunicação ou o foco excessivo e exclusivo nos resultados.

Em suma, a discussão demonstra que a comunicação, bem orientada, transforma o ambiente do trabalho, apoando a motivação, o bem-estar e a inovação. A instalação de uma cultura comunicacional clara, empática e continuada, deve assim ser uma prioridade estratégica de qualquer organização que queira crescer de forma sustentável e valorizando realmente o seu capital humano.

Conclusão

O poder da comunicação no ambiente de trabalho é mais indispensável do que as pessoas pensam. As palavras têm a capacidade de motivar e levar as equipas a conseguir melhores resultados. As organizações podem promover um ambiente de trabalho mais colaborativo e produtivo através da aplicação de práticas eficazes de comunicação.

À medida que o tempo passa, as organizações deparam-se com mais desafios e oportunidades e, no meio disto tudo, a comunicação será sempre um fator decisivo para o sucesso. É essencial investir numa comunicação eficaz, de forma a cultivar um local de trabalho motivado e saudável.

No fundo, a comunicação é o pilar e o meio de conexão entre os membros de uma equipa, que torna possível o trabalho em grupo em direção a objetivos comuns e a maximização do seu potencial. Ou seja, dar poder às palavras ajuda as organizações a melhorar o seu desempenho e a gerar uma cultura organizacional que promove a inclusão, inovação e sucesso contínuo.

O futuro da comunicação nas organizações é promissor e as organizações que abraçarem essa evolução estarão mais bem posicionadas para prosperar num mundo de trabalho em constante mudança.

Declaração de uso de IA

Durante a elaboração deste artigo, o(a) autor(a) utilizou a ferramenta Chat GPT para reestruturação do texto. Todo o conteúdo gerado foi submetido a uma análise crítica, sendo revisto, validado e complementado pelo(a) autor(a), garantindo o seu rigor conceptual e a sua conformidade com princípios éticos e científicos.

Referências

- ALI, B. J., ANWAR, G., GARDI, B., OTHMAN, B. J., AZIZ, H. M., AHMED, S. A., ... & SABIR, B. Y. (2021). BUSINESS COMMUNICATION STRATEGIES: ANALYSIS OF INTERNAL COMMUNICATION PROCESSES. *JOURNAL OF HUMANITIES AND EDUCATION DEVELOPMENT (JHED)*, 3(2), 123–132.
- CARDILE, D., RUSSO, M., & MARIANI, M. (2023). COMMUNICATION TRAINING: SIGNIFICANCE AND EFFECTS OF A PSYCHOLOGICAL INTERVENTION ON AN AUDIT TEAM. *JOURNAL OF ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY*, 23(1), 55–68.
- DELAVALLADE, C. (2021). MOTIVATING TEAMS: PRIVATE FEEDBACK AND PUBLIC RECOGNITION AT WORK. *JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR & ORGANIZATION*, 188, 1–14. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.JEBO.2021.05.015](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.05.015)
- KANEKO, Y. (2023). TEAM COMMUNICATION IN THE WORKPLACE: INTERPLAY OF COMMUNICATION CHANNELS AND PERFORMANCE. *JOURNAL OF BUSINESS COMMUNICATION RESEARCH*, 45(3), 215–230.
- NORFUL, A. A., DE JONG, M. J., PITTMAN, M., & POGHOSYAN, L. (2022). REVISITING PROVIDER COMMUNICATION TO SUPPORT TEAM COHESIVENESS. *JOURNAL OF INTERPROFESSIONAL CARE*, 36(5), 635–642. [HTTPS://DOI.ORG/10.1080/13561820.2021.1979102](https://doi.org/10.1080/13561820.2021.1979102)
- RIZVI, I. A., & POPLI, S. (2021). REVISITING LEADERSHIP COMMUNICATION: A NEED FOR CONVERSATION. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ORGANIZATIONAL ANALYSIS*, 29(2), 451–465. [HTTPS://DOI.ORG/10.1108/IJOA-06-2020-2261](https://doi.org/10.1108/IJOA-06-2020-2261)
- TAGHIKILANIDAMAVANDI, L. (2024). BUILDING A CULTURE OF EXCELLENCE BY TRANSFORMING TOXIC CORPORATE ENVIRONMENTS. *JOURNAL OF CORPORATE TRANSFORMATION STUDIES*, 12(1), 88–102.