

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM GESTÃO DE  
RECURSOS HUMANOS

DAVYD MEYSON PEREIRA DA SILVA  
EVERTON FELIPE LIMA DE ALBUQUERQUE VASCONCELOS  
REBECA MUNIZ DA SILVA FRANCO DE MELO

**O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA AS  
ORGANIZAÇÕES**

RECIFE

2021

DAVYD MEYSON PEREIRA DA SILVA  
EVERTON FELIPE LIMA DE ALBUQUERQUE VASCONCELOS  
REBECA MUNIZ DA SILVA FRANCO DE MELO

## **O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Disciplina TCC II do Curso Tecnológico em Gestão de Recursos Humanos do Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como parte dos requisitos para conclusão do curso.

Orientador: Prof. Espec. Emanuel Lima Xavier

RECIFE

2021

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

S586i Silva, Davyd Meyson Pereira da  
O impacto da comunicação interna para as organizações. / Davyd  
Meyson Pereira da Silva, Everton Felipe Lima de Albuquerque  
Vasconcelos, Rebeca Muniz da Silva Franco de Melo. - Recife: O Autor,  
2021.

20 p.

Orientador(a): Esp. Emanuel Lima Xavier.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário  
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Recursos Humanos, 2021.

Inclui Referências.

1. Comunicação. 2. Comunicação empresarial. 3. Barreiras. I.  
Vasconcelos, Everton Felipe Lima de Albuquerque. II. Melo, Rebeca  
Muniz da Silva Franco de. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV.  
Título.

CDU: 658.3

*Dedicamos esse trabalho a nossos familiares,  
amigos e educadores.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus primeiramente, por ter me dado forças e saúde para chegar até aqui, agradeço a mim mesmo por nunca desistir dos meus sonhos e sempre ir com foco no meu objetivo, e sou grato também a todos do corpo docente da instituição, agradeço a toda minha família por sempre me apoiar e estar comigo.

Davyd Meyson Pereira da Silva

Em primeiro lugar, a Deus, por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho. E às pessoas com quem convivi ao longo desse curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

Everton Felipe Lima de Albuquerque Vasconcelos

Primeiramente quero expressar minha gratidão a Deus, pelo privilégio de cursar a tão sonhada graduação, ele é a minha força e o motivo da minha existência. Também quero agradecer aos meus familiares e amigos, pelo apoio de sempre. Agradeço em especial ao meu esposo, por toda força e companheirismo. Gratidão por todo corpo docente desse curso, vocês foram essenciais na minha jornada acadêmica e profissional.

Rebeca Muniz da Silva Franco de Melo

*“Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo.  
Todos nós sabemos alguma coisa. Todos  
nós ignoramos alguma coisa. Por isso  
aprendemos sempre.”  
(Paulo Freire)*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....</b>	<b>9</b>
<b>3 RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Percepção.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 Elementos da comunicação.....</b>	<b>12</b>
3.2.1 <i>Emissor.....</i>	13
3.2.2 <i>Receptor.....</i>	13
3.2.3 <i>Conteúdo.....</i>	14
3.2.4 <i>Ambiente ou contexto.....</i>	14
3.2.5 <i>Canal ou meio de comunicação.....</i>	14
3.2.6 <i>Código.....</i>	14
<b>3.3 Tipos de comunicação.....</b>	<b>14</b>
<b>3.4 Os meios de comunicação.....</b>	<b>14</b>
<b>3.5 Comunicação interna.....</b>	<b>15</b>
<b>3.6 Comunicação externa.....</b>	<b>16</b>
<b>3.7 Barreiras da comunicação.....</b>	<b>17</b>
<b>3.8 Como melhorar a comunicação dentro do ambiente organizacional.....</b>	<b>18</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>19</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>21</b>

# O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES

Dayvd Meyson Pereira da Silva

Everton Felipe Lima de Albuquerque Vasconcelos

Rebeca Muniz da Silva Franco de Melo

Prof. Orientador Emanuel Xavier Lima

**Resumo:** Este estudo tem como objetivo mostrar a importância da comunicação dentro da organização. Este assunto, muitas vezes não é considerado muito importante pelos superiores das organizações, por isso realizou-se este estudo para detectar os aspectos importantes que a comunicação empresarial apresenta e o que ela pode trazer de melhor quando bem definida e trabalhada. Por se tratar de uma ferramenta muito importante, a comunicação empresarial auxilia os gestores na tomada de decisões certas e a manter uma boa relação entre os gestores e colaboradores podendo assim gerar um ambiente de trabalho agradável, um bom espírito de trabalho em equipe e um diálogo mais aberto. Neste estudo abordou-se o conceito de comunicação, como acontece o processo de comunicação, as barreiras que podem interferir na transmissão da mensagem, tipos de comunicação, elementos da comunicação e os meios de comunicação. Por tanto, para a elaboração deste trabalho, realizou-se uma pesquisa bibliográfica com base em diversos autores que tratam do tema.

**Palavras-chave:** Comunicação. Comunicação Empresarial. Barreiras

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação empresarial possui um papel muito importante dentro das organizações, ela é responsável pelo desempenho e o funcionamento interno da empresa, determinando o sucesso ou fracasso em suas ações no mercado de trabalho. Dentro da esfera da comunicação empresarial existem diversos ramos de atuação entre eles a comunicação interna, que busca o progresso e o crescimento daqueles que colaboram com a instituição, abrangendo todos os funcionários.

Para que uma organização tenha o objetivo alcançado é necessário estabelecer uma comunicação boa e segura dentro e fora da mesma, pois é através dela que tudo irá fluir de forma benéfica para o seu desenvolvimento, visando que



seus funcionários também precisam evoluir juntamente com a cultura, missão e valores da organização em questão.

Foi necessário a criação de novos sistemas de comunicação para aprimorá-la de forma ampla e clara. O feedback interno vem sendo um grande aliado para a melhora do profissional, nele encontramos diversas formas que possibilitam meios de mudança para construir um âmbito organizacional harmônico, a maneira em que são avaliados promovem novas perspectivas.

A pesquisa em questão busca encontrar novas formas de monitorar e aprimorar o sistema de comunicação dentro e fora do âmbito empresarial. Seu maior objetivo é melhorar a relação entre os funcionários, gestores e clientes. O método aqui apresentado tem o objetivo de transformar e facilitar a convivência utilizando a comunicação como aliada se for usada corretamente.

A comunicação interliga tudo e todas as coisas dentro e fora do âmbito empresarial, uma falha comunicacional irá afetar diretamente os colaboradores refletindo ao público alvo podendo causar um transtorno ou insatisfação na entrega de produtos e serviços oferecidos pela organização.

Ao compreender melhor o que se passa com seus funcionários e quais são seus medos e desafios, a gestão poderá estudar novos meios de comunicação para auxiliar e motivar os seus colaboradores de forma benéfica e positiva. Seja uma mudança de cargo, rotina, bonificação ou premiação, visando que o principal objetivo é aumentar sua produção e promover seu bem-estar.

## **2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

O artigo que será elaborado a partir deste projeto será bibliográfico. Segundo Gil (2009), a Pesquisa Bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia pública em relação ao tema de estudo desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, tese, material cartográfico etc. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo que foi escrito, dito ou formado sobre determinado assunto.

Desta forma iremos analisar todas as literaturas disponíveis que abordem o tema, serão abordados conceitos relevantes pertinentes ao tema da comunicação empresarial interna, como sua definição, seus aspectos mais relevantes, sua relação com a cultura de uma instituição, tudo isso inclui deixar evidente que a comunicação interna atualmente se constitui em uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento das organizações.

### **3 RESULTADOS**

O conceito de comunicação está sujeito a algumas complicações adicionais quando se trata de comunicação humana. Cada pessoa tem seu próprio sistema cognitivo, valores e suas motivações, constituindo um padrão de referência que torna bastante pessoal e singular sua interpretação. Esse padrão pessoal de referência age como um filtro codificador, de modo a condicionar a aceitação e o processamento de qualquer informação. Esse filtro seleciona e rejeita toda informação não ajustada (dissonante) a esse sistema ou que possa ameaçá-lo.

Segundo Charles Cooley (1902, apud Matos, 2009), pioneiro da teoria da comunicação, definiu-a como mecanismo através do qual existem e se desenvolvem as relações humanas.

Há uma condição perspectiva (seleção perspectiva) que atua como mecanismo de defesa, bloqueando informações não desejadas ou não relevantes. Essa defesa pode prejudicar tanto o envio com a percepção de informação, ou até mesmo obliterar a retroação da informação. São as lentes por meio das quais as pessoas veem seu mundo exterior e o interpretam da sua maneira, assim, existe fortes relações entre cognição, percepção e motivação. A ideia comunicada está intimamente relacionada com as percepções e motivações tanto da fonte (emissor), como do destinatário dentro de determinado contexto situacional que resulta na percepção social.

#### **3.1 Percepção**

Toda pessoa tem seu sistema conceptual próprio, isto é, seu padrão de referência que age como filtro codificador, condicionando a aceitação e o processamento de qualquer informação. Esse filtro seleciona e rejeita toda informação não ajustada a esse sistema ou que possa ameaçá-lo. Há uma codificação perceptiva (seleção perceptiva) que atua como defesa, bloqueando informações não desejada ou não irrelevantes.

Assim, cada pessoa desenvolve seu próprio conjunto de conceitos para interpretar o ambiente externo e interno e para organizar suas múltiplas experiências de vida cotidiana.

Os padrões pessoais de referência são importantes para o entendimento do processo de comunicação humana. Existe uma relação entre cognição, percepção, motivação e comunicação. Aquilo que duas pessoas se comunicam é definido pela percepção de si mesmas e de outras pessoas na situação, graças a seus diferentes sistemas cognitivos e sua motivação naquele momento. A ideia ou mensagem comunicada é intimamente relacionada com as percepções e motivações de tanto do emissor como do destinatário, dentro do contexto ambiental que os envolve.

Ela nem sempre é racional ou consciente: "percepção social é o meio pelo qual a pessoa forma impressões de uma outra na esperança de compreendê-la. A empatia ou sensibilidade social é o meio pelo qual a pessoa consegue desenvolver impressões acuradas a respeito dos outros". No fundo, a empatia é um processo de compreensão dos outros. Muitos autores utilizam sinônimos para abordar a empatia, como compreensão de pessoas, sensibilidade social ou acuracidade na percepção social.

Para Matos (2009) a comunicação é um recurso estratégico de gestão, que, quando bem aproveitado, pode garantir o funcionamento coeso, integrado e produtivo da empresa.

Por meio da comunicação, os seres humanos e os animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade.

Por outro lado, a comunicação empresarial é uma ferramenta estratégica de planejamento utilizada no âmbito de uma empresa com o objetivo de melhorar a sua imagem e os resultados obtidos. Esse conceito vem sofrendo alterações nos últimos anos, ocasionadas por mudanças nos públicos-alvo, na concorrência, que está cada vez mais acirrada, e também pelo surgimento de novas tecnologias.

“Na atualidade, a comunicação assume papel de vital importância no cenário mundial, ainda mais com a globalização surgida há algumas décadas, pois caminha par e passo com a informação” (CHIAVENATO, 2015, p. 145-146).

### **3.2 Elemento da comunicação**

Para que tenhamos uma ideia da importância da comunicação, imaginemos um colaborador que sai de casa para o trabalho e não se informou sobre o trânsito de seu caminho preferencial e segue adiante encontrando barreiras por conta de acidente ou outra ocorrência que o atrase na chegada a uma importante reunião. Só por esse fato já podemos ter uma ideia da importância da comunicação no cotidiano. Há quem tenha o hábito de se informar sobre trânsito, tempo e outros empecilhos diários, de forma a se precaver.

Os elementos da comunicação são componentes que estão presentes no processo comunicativo estabelecido entre emissor e receptor. É por meio da comunicação que pode se obter uma interação entre as pessoas.

Essa comunicação pode ser verbal ou não verbal e tem seus seguintes elementos segundo (Castiglioni, 2014, p. 80):

- Emissor: é o responsável pela elaboração e codificação da mensagem a ser transmitida, atenção do receptor da mensagem pode variar, dependendo da experiência ou da autoridade atribuída ao emissor;
- Receptor ou destinatário: é o público a quem se destina a mensagem, é o agente responsável por receber, decodificar e interpretar a mensagem enviada pelo emissor;
- Conteúdo: trata-se da razão da comunicação e é constituída por um conjunto organizado de sinais ou signos pertencentes a um código linguístico ou não

- Ambiente ou contexto: é o local ou a situação em que o ato comunicativo ocorre, trata-se de um elemento extralinguístico e decisivo no comportamento dos participantes;
- Canal ou meio de comunicação: é o meio escolhido pelo emissor para a transmissão da mensagem e, conseqüentemente, pelo receptor para emitir a retroação. O meio de comunicação pode ser oral, escrito, visual ou corporal e serve de suporte físico para esse evento;
- Código: é o conjunto dos sinais ou dos sigilos utilizados, linguístico ou não, comuns ao emissor e ao receptor, assim como as regras de utilização desse conjunto.

### 3.3 Tipos de Comunicação

Existem dois tipos de comunicação que podem ser classificadas em: Comunicação Verbal e Comunicação não Verbal.

A Comunicação Verbal é a que se utiliza de palavras ou signos. Dorneles, citado por Angeloni (2010) informa que o homem começou a compreender e dominar o mundo em que vivia, e também a entender as pessoas ao redor, através da comunicação verbal, da simbólica e abstrata, que se faz por palavras que podem ser faladas ou escritas. Por meio da fala, os indivíduos de um mesmo grupo linguístico criam diferentes representações do mundo, interagem, comunicam-se, trocam experiências e buscam soluções para seus problemas (DORNELES, 2004).

Comunicação não verbal é a que se utiliza de gestos, expressão facial e é responsável por 2\3 do que transmitimos. Segundo Dorneles, citado por Angeloni (2010), este tipo de comunicação contradiz ou complementa o que dizemos, podendo até demonstrar o que sentimos. São sinais produzidos, gestos feitos, imagens que são criadas e percebidas. A expressão não verbal ocorre por meio das mãos, da boca, do rosto, da cabeça, ou seja, pela expressão do corpo. Essa expressão, às vezes é muito clara como as palavras são, mas transporta muitos significados.

Casado (2002) completa que tanto na vida pessoal como na organizacional, existem quatro formas de comunicação: verbal, não-verbal, simbólica e paralinguística:

- Verbal: através de fala ou da escrita, é a mais frequente e familiar. Na organização, a instrução é um exemplo de comunicação verbal-escrita.
- Não-verbal: diferentemente de fala e da escrita, esse modo é sutil e ambíguo. Pode ser representado pelo gesto ou pela postura corporal.
- Simbólica: o lugar onde se mora, o tipo de roupa que se usa, a decoração do escritório, todos são tipos de comunicação simbólica.
- Paralinguística: o tom da voz, o ritmo com que se fala e as "pausas cheias" são exemplos de comunicação paralinguística e conferem sentido especial à comunicação

As formas de comunicação estão presentes para ajudar na transmissão da mensagem, cabe ao setor responsável pela comunicação da organização escolher a melhor forma a ser utilizada de acordo com a situação, com a necessidade e a prioridade. A partir do próximo tópico será abordado o papel da comunicação dentro da organização.

### **3.4 Os Meios de Comunicação**

Muitas são as formas que a comunicação possui, podemos citar algumas como: falar, ouvir, escrever. Seu objetivo é transmitir uma mensagem a um receptor.

Angeloni (2010) apresenta alguns meios de comunicação disponíveis que podem ser classificados em: meios e tecnologias de comunicação orais, escritos audiovisuais, pictográficos e simbólicos.

Os meios e tecnologias de comunicação orais são:

- Palestras;
- Seminários;
- Reuniões;
- Conversas Informais;
- Telefone

Os meios e tecnologias de comunicação escritos são:

- Envelopes de Pagamento;
- Cartas;

- Memorandos;
- Relatórios;
- Manuais;
- Quadro de Avisos;
- Caixas de Sugestões;
- Newsletter;
- Mala Direta;
- House Organs

E para finalizar, os meios e tecnologias de comunicação audiovisuais pictográficos e simbólicos são:

- Filmes;
- Circuitos Fechados de Televisão

Esses meios audiovisuais proporcionam que as possibilidades de comunicação se ampliem.

### **3.5 Comunicação interna**

É a ferramenta que vai permitir que a administração torne comuns as mensagens destinadas a motivar, estimular considerar, diferenciar promover, premiar e agrupar os integrantes de uma organização. A gestão e seu conjunto de valores, missão e visão de futuro proporcionam as condições para que a comunicação empresarial atue com eficácia (NASSAR, 200, p. 73-74).

Segundo Gomes (1997) a palavra Comunicação deriva do latim communis, que tem como significado: ação de tornar comum, participar, relacionar, entender-se e dialogar. A comunicação interna, é a função responsável pela comunicação entre todos os integrantes que fazem parte de uma organização. Trata-se do compartilhamento de informações relevantes dentro do ambiente corporativo. Essa comunicação pode ser realizada de forma vertical (entre superiores e subordinados e vice-versa) ou de forma horizontal (entre funcionários de um mesmo nível hierárquico). O principal objetivo dessa comunicação, é manter os colaboradores alinhados com os objetivos de sua empresa. O relacionamento com os profissionais

devem ser transparentes, empáticos e constantes, por isso, a comunicação interna dentro de uma organização, tem sua relevância.

Por meio da comunicação interna, os profissionais são estimulados a desenvolver relacionamentos interpessoais e o espírito de cooperação, as distâncias entre os departamentos são reduzidas, com isso, as pessoas podem interagir mais e trabalhar em sintonia. Porque entendemos que atualmente a comunicação interna é uma ferramenta estratégica de negócios e é essencial para o sucesso das organizações, um dos desafios a serem enfrentados para estabelecer a comunicação interna é justamente se adequar ao modelo da organização.

Uma comunicação interna bem sucedida destaca o valor da empresa e de seu produto, pois o público interno tem crédito ao falar de sua empresa para o público externo. O presente estudo torna-se relevante para a empresa em questão, já que se propõe a avaliar os processos de comunicação entre o setor administrativo e o setor de produção, mostrando a importância para o bom relacionamento entre os colaboradores, resultando em maior produtividade e automaticamente lucratividade, um dos maiores benefícios da comunicação interna é a possibilidade de alinhar a equipe de trabalho, fazendo com que todo o time olhe para a mesma direção e busquem os mesmos objetivos (TOMASI e BOSCO, 2009).

### **3.6 Comunicação Externa**

Atualmente muitas empresas possuem seu departamento de comunicação, a fim de junto do público (interno/externo) construa uma boa imagem para a empresa. Atualmente, as empresas despertaram para a comunicação externa, mas nem sempre foi assim. Antigamente, as organizações quase ainda compartilhavam com seus públicos-alvo.

Segundo Toquarto (2002), a comunicação externa é a comunicação responsável pelo posicionamento e pela imagem da organização na sociedade. Por isso, seu foco é a opinião pública. E como é passível de constantes mudanças, em face da dinâmica das circunstâncias, o acompanhamento das tendências de opinião pública constitui dever prioritário do comunicador.



Outro panorama de comunicação externa é apresentado por Faria, (1996:97) que diz que a comunicação externa é uma poderosa ferramenta para a empresa dialogar com a sociedade e dar satisfação aos seus atos e conhecer expectativas. É um instrumento fundamental para construção e solidificação da imagem empresarial ou institucional.

### **3.7 Barreiras da Comunicação**

Existem várias formas de se estudar e classificar barreiras que se apresentam comunicação das organizações. Vamos aqui nos obter as que julgamos mais importantes, uma delas são as pessoas, e a outra é o excesso e a sobrecarga de informações.

A comunicação "é uma habilidade, e como toda habilidade precisa e pode ser desenvolvida com a prática e com o aprimoramento contínuos, principalmente para vencer desafios" (CHAVES ET AL, 2006, p. 22).

No ambiente organizacional as pessoas podem facilitar ou dificultar as comunicações, tudo irá depender da personalidade de cada um, do estado de espírito, das emoções, dos valores e da forma como cada indivíduo se comporta no âmbito de determinados contextos. Vemos em muitos casos acontecer nas organizações tanto de médio quanto de grande porte, as pessoas que detêm informações importantes a serem transmitidas e o fazem por partes, aos poucos e de maneira a destacarem a sua importância no quadro organizacional. Mais uma vez assistimos o entrave ocasionado por essas pessoas na formulação, codificação e na transmissão da mensagem devido a sua forma de agir.

Também vemos atualmente a grande difusão da linguagem chamada corporativa, comum entre os graduados na empresa que criaram códigos. Por exemplo, para comunicarem que passaram e-mail ou comunicado, dizem que postaram informações, ou mesmo quando estão em uma reunião dizem quebrarão se alinhando com a equipe.

O excesso e a sobrecarga de informações é outra barreira bastante presente na atualidade, isso acontece das mais variadas formas, desde a proliferação de

papéis administrativos e institucionais, reuniões praticamente desnecessárias, até um número crescente de novos meios impressos, eletrônicos; tudo isso tem causado uma espécie de saturação para o receptor. A falta de seleção e de prioridades acaba confundindo o público em vez de propiciar uma comunicação eficaz, é praticamente impossível as pessoas observarem e assimilarem todas as mensagens com que são bombardeadas no seu ambiente social e nas organizações onde trabalham.

Vimos observando que, em uma organização, os empregados geralmente têm uma formação diferenciada e, conseqüentemente, diferentes padrões de linguagem. É importante ressaltar, que as palavras significam coisas diferentes para pessoas diferentes.

A comunicação cara a cara, franca e aberta com as pessoas tanto no ambiente de trabalho quanto nos relacionamentos interpessoais em geral, faz com que o emissor seja visto como uma pessoa viva, que respeita e compreende às necessidades e preocupação dos outros (CASTIGLIONI, 2014).

### **3.8 Como melhorar a comunicação dentro do ambiente organizacional**

A comunicação dentro da empresa é um fator essencial para uma organização funcionar com produtividade e integração. Com tudo, é necessário que os funcionários possam se comunicar de maneira eficiente com os colegas de trabalho. Tudo contribui para a elevação da satisfação da empresa com seus colaboradores e vice-versa. Não adianta uma organização ter uma cultura organizacional bem elaborada e estruturada se ela não é utilizada no dia a dia da empresa.

Existe uma forma bastante eficiente de incluir os colaboradores e melhorar a comunicação empresarial, que seria aplicar a cultura organizacional na prática, utilizando meios interativos fazendo com que os funcionários colaborem todos juntos.

Endomarketing ou marketing interno também são terminologias muito utilizadas para o simples ato de comunicar dentro de uma empresa. Na verdade,

este ato é simples quando o processo de comunicação interna é valorizado e inerente á cultura da organização (CLEMEM, 2005).

Muitas pessoas deixam de se engajar no seu ambiente de trabalho, pelo fato de não se sentir valorizado pela empresa. Se uma organização deseja melhorar a comunicação, é essencial estimar o seu funcionário, fazendo ele ver a necessidade de vestir a camisa e se sentir útil para o trabalho.

Mas, para alcançarmos essa meta, é considerado oferecer incentivos, bônus e premiações; fazer no mínimo uma vez a cada seis meses, uma pesquisa com os colaboradores, para saber o que eles estão pensando a respeito da empresa, fazendo com que eles exponham suas opiniões e sugestões de melhorias. Dessa forma, os funcionários se sentiram incluídos a empresa. Além de aumentar a produtividade de cada colaborador, melhora a comunicação interna e faz com que se sintam parte da empresa.

Os motivos que mais irritam os colaboradores, independente do seu cargo, são reuniões extensas e improdutivas. Para mudar isso, é legal investir em reuniões mais modernas e informais, escolhendo um novo modelo para que os gestores conheçam melhor seus funcionários. Fazendo com que esses encontros possam aproximar mais as pessoas, que tenham mais participações e tenham autonomia as decisões da empresa.

Além disso, é interessante que as equipes façam essas trocas de ideias. Os superiores que arriscam nesse tipo de comunicação, conhecem melhor as pessoas que fazem parte da sua equipe, os seus relacionamentos são fortes e o trabalho acaba fluindo de forma positiva e leve. Líderes que gostam de ouvir os colaboradores ganham benefícios, pois, se existem qualquer motivo que leve a um problema dentro do ambiente de trabalho, eles vão saber contornar a situação da maneira mais inteligente e tranquila possível.

Com os avanços de tecnologia e globalização, gerando uma maior interação entre as pessoas, as organizações mudaram o seu jeito de trabalhar, deixando para trás o jeito antiquado e arcaico de atuar. Dessa forma, uma boa comunicação empresarial é de extrema importância para as organizações, trazendo como

resultado a melhoria do negócio, uma vez que proporciona a união e interação de todos os setores da empresa e conseqüentemente, o aumento da produtividade.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como foi mostrado, a comunicação é conhecida como um dos fatores mais importantes dentro de uma empresa, isso porque qualquer ação começa com comunicação. Informações mal interpretadas, poderão causar sérios prejuízos financeiros, desencontros de execução de tarefa assim como constrangimento pessoal e organizacional.

Segundo Chiavenato, a empresa deve deixar explícito a sua filosofia aos funcionários e solicitar deles sugestões e opiniões sobre assuntos do trabalho. A comunicação deve ser uma mão dupla: ida e volta.

Ao longo dos tempos, a comunicação foi ganhando novos meios, portanto, quando nos referimos a comunicação, certamente, não estamos nos limitando apenas a fala. E quando se trata de comunicação empresarial, temos uma variedade de meios para atingir um bom público interno e externo. Cada canal utilizado funciona de uma determinada maneira, para uma situação específica, cabe ao gestor utiliza-lo da melhor forma.

Para que a empresa alcance os objetivos de crescimento, todos os que colaboram, devem estar cientes do estado atual da empresa. Assim, é necessário que os mecanismos de comunicação estejam com informações claras e que todos saibam quais caminhos seguir para alcançar as metas.

A empresa que não cuida de sua comunicação corre o risco de perder colaboradores e clientes, fazendo com que tenha sua reputação prejudicada por muitos anos, causando problemas, atritos internos e grandes prejuízos financeiros.

## REFERÊNCIAS

- CASTIGLIONI, J. A. M. **Organização empresarial: conceitos, modelos, planejamento, técnicas de gestão e normas de qualidade.** Érica, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto, **Introdução à Teoria Geral da Administração,** Manole, 2015.
- TOMASI e BOSCO, **Comunicação Empresarial.** São Paulo. Atlas. 2009
- ANGELONI, Maria Terezinha. **Comunicação nas Organizações da Era do Conhecimento.** São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- CHAVES, Lúcio Edi; NETO, Fernando Henrique da Silveira; PECH, Gerson; **Gerenciamento da comunicação em projetos,** Editora FGV, 2013.
- CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de comunicação interna. Nós, as pessoas, fazemos a diferença: guia prático e reflexões,** Rio de Janeiro: Muad Editora, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações/ Idalberto Chiavenato.** Barueri, SP. Manole, 2014.
- MATOS, Gustavo Gomes. **Comunicação empresarial sem complicação : como facilitar a comunicação na empresa, pela via cultural e o diálogo Z.** Ed.rev.e ampl.- Barueri, São Paulo: Editora Manole Ltda, 2009
- TORQUATO, Gaudêncio. **Estratégias de comunicação nas empresas modernas.** São Paulo: Aberj, 1985.
- CASADO, Tânia. **As Pessoas na Organização.** São Paulo: Editora Gente, 2002.
- TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.