

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

ELAINE CRISTINA GOMES DA SILVA
LUCIENE VANESSA DE ALMEIDA
POLIANA BARBOSA DOS SANTOS

**A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO
RESULTADO DA EMPRESA**

RECIFE/2022

ELAINE CRISTINA GOMES DA SILVA
LUCIENE VANESSA DE ALMEIDA
POLIANA BARBOSA DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO RESULTADO DA EMPRESA

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em Recursos Humanos.

Professor Orientador: Me Professor Horison Lopes de Oliveira

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

S586i Silva, Elaine Cristina Gomes da
A influência da comunicação organizacional no resultado da empresa. /
Elaine Cristina Gomes da Silva, Luciene Vanessa de Almeida, Poliana
Barbosa dos Santos. - Recife: O Autor, 2022.

20 p.

Orientador(a): Me. Horison Lopes de Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Recursos Humanos, 2022.

Inclui Referências.

1. Comunicação. 2. Influência. 3. Consequência. 4. Organização. 5.
Benefícios. I. Almeida, Luciene Vanessa de. II. Santos, Poliana Barbosa
dos. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 658.3

Dedicamos este trabalho a Deus, nossos pais, professores e principalmente a nós mesmas pela coragem, determinação, disciplina e foco.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades. A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro em horizonte superior, eivado pela centrada confiança no mérito e ética aqui presentes. Ao meu orientador Horison, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos. A minha mãe Ubirajane e minha Avó Maria Gorette, e a toda minha família pelo amor, incentivo e apoio incondicional. E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

Elaine Cristina Gomes Da silva

Primeiramente a Deus, por me dar sabedoria e saúde para alcançar mais um objetivo. Ao meu pai por toda ajuda, apoio e por acreditar em meu potencial, e o mais importante a minha filha que está sempre comigo e compreendendo minha ausência neste período de construção do trabalho.

Luciene Vanessa de Almeida

Agradeço a Deus, por me proporcionar saúde, sabedoria e paciência na realização deste trabalho. A minha mãe e esposo por incentivar, encorajar e ter foco neste período.

Poliana Barbosa dos Santos.

“Cada dia que amanhece assemelha-se a uma página em branco, na qual gravamos os nossos pensamentos, ações e atitudes. Na essência, cada dia é a preparação de nosso próprio amanhã.” (Chico Xavier)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....	11
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO	11
3.1 Comunicação nas Organizações.....	11
3.2 Comunicação Empresarial Interna	12
<i>3.2.1 Os Pilares da Consciência Comunicativa.....</i>	<i>13</i>
3.3 Principais Barreiras/bloqueios de Comunicação nas Empresas.....	13
<i>3.3.1 Clima Organizacional/variáveis entre os resultados.....</i>	<i>14</i>
4 Impacto Da Formação De Líderes Nos Resultados Organizacionais....	16
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
REFERÊNCIAS.....	19

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NO RESULTADO DA EMPRESA

Elaine Cristina Gomes dos Santos

Luciene Vanessa de Almeida

Poliana Barbosa dos Santos

E-mail: polianabarbosasantos1991@gmail.com

Professor, Orientador, UNIBRA Horison Lopes de Oliveira

Resumo

A temática tratada tem por objetivo, esclarecer os principais processos da comunicação dentro das organizações, bem como, descrever as formas mais eficazes para a aplicação das mesmas aos projetos empresariais.

Quando falamos de comunicação sabemos que é uma forma de troca de informações entre duas ou mais pessoas e que precisamos esclarecer o quão é importante a sua aplicação correta, para que não gere conflitos, e logicamente mostre o caminho mais eficaz para que haja a adequação dos padrões ao modelo que a organização necessita.

Dia após dia, podemos observar a constante mudança em todos os meios que frequentamos, a reciclagem e a inovação nesses processos são de suma importância para acompanhar essas mudanças e trazer melhorias significativas, ou seja, a comunicação adequada e estratégica traz para as organizações benefícios que serão convertidos em resultados positivos e lucrativos, essa visão inovadora faz com que o conhecimento chegue em todas as hierarquias dentro da organização deixando fluir os bons resultados e deixando claro as práticas que devem ser abolidas para o avanço dos resultados e da estrutura organizacional.

Palavras-Chave: Comunicação, Influência, Consequência, Organização e Benefícios.

ABSTRACT

The theme addressed aims to clarify the main processes of communication within organizations, as well as to describe the most effective ways for their application to business projects.

When we talk about communication we know that it is a way of exchanging information between two or more people and that we need to clarify how important its correct application is, so that it does not generate conflicts, and logically shows the most effective way for the standards to be adapted to the model that the organization needs.

Day after day, we can observe the constant change in all the means we attend, recycling and innovation in these processes are of paramount importance to keep up with these changes and bring significant improvements, that is, the proper and strategic communication brings to the organizations benefits that will be converted into positive and profitable results, this innovative vision makes knowledge arrive in all hierarchies within the organization, letting good results flow and making clear the practices that should be abolished for the advancement of results and organizational structure.

Keywords: Communication, Influence, consequence, Organization and benefits.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo esclarecer a influência da comunicação organizacional nas empresas e sua importância para o desenvolvimento de resultados. Como seria andar e não compreender os estímulos, métodos, imagens e sem falar com os outros.

Gomes de Matos (2015), pensar sobre isso, nos faz perceber a grandeza da comunicação. A essência humana está ligada ao ato de se comunicar com o mundo ao seu redor. É uma necessidade do ser humano encontrar formas para lidar com os outros. E com a rapidez em que tudo acontece na sociedade em que vivemos, o homem transforma os meios de comunicação diariamente. Podemos comprovar isso ao perceber a evolução dos meios de comunicação. Do Pombo Correio para a agilidade de uma mensagem enviada por um meio eletrônico, desde os primórdios da sociedade o homem sentiu a necessidade de se comunicar, fosse para exibir sua cultura e sentido ou avisar sobre algo ou alguma coisa.

Para Terciotti e Macarenco (2012), a comunicação, “É o ato de compartilhar informações entre duas ou mais pessoas, com a finalidade de persuadir ou de obter um entendimento comum a respeito de um assunto ou de uma situação”. Para um bom resultado comunicativo são essenciais alguns elementos importantes, descritos abaixo, a ausência de alguns deles, pode dificultar todo o processo de comunicação.

Conforme citado pelas autoras Terciotti e Macarenco (2012):

- Emissor: É quando o indivíduo comunica ao que recebe a mensagem.
- Receptor: É quando um sujeito que recebe, entende e absorve a informação do emissor.
- Mensagem: São dados da comunicação, composto de um conjunto de sinais; ambiente, coesão, coerência ou contexto. Mensagem são informações compartilhadas do emissor para o receptor. Cabe lembrar que o ambiente é um elemento extralinguístico muito importante, pois determina o comportamento

- Comunicacional dos falantes; Canal ou meio de comunicação: é o meio pelo qual a mensagem é contada de forma oral, escrita, visual ou comportamental;
- Código: É o conjunto de sinais linguísticos ou não, comuns entre o emissor e o receptor, e das regras de utilização desses conjuntos e permite que o emissor verifique se o receptor entendeu sua mensagem. Mesmo não sendo elementos importantes da comunicação, por não estarem sempre presentes, a “resposta” e o “ruído” as vezes com considerados uma informação.
- Feedback: É a resposta do receptor ao ato de comunicação. Já o ruído pode ser entendido como tudo aquilo que interfere no processo comunicativo, gerando perda de informação durante a transmissão da mensagem.

Juarez Benedito (1995) Diz que a Comunicação empresarial é o ato de transmitir aos receptores, empregados, gestores, acionistas, executivos etc., uma mensagem para que entenda o que está sendo dito, é de suma importância que o interlocutor tenha ciência que sua mensagem precisa ter clareza e sentido. Com as mudanças sociais e tecnológicas sobre o homem, a comunicação teve seus desejos de participar da vida social do ser humano, trazendo mudanças e valorizando-a de verdade.

Imagina qual a importância da comunicação no ambiente organizacional, quando muita coisa está em jogo. Assim, a comunicação organizacional é a troca de informações que une duas ou mais pessoas no ambiente de uma empresa. Sejam elas da mesma equipe ou não. Desta forma, uma empresa que não cuida de seus processos de comunicação corporativa e não sabe estruturá-los de forma estratégica, terá problemas para alinhar o discurso interno e externo.

Na sociedade extremamente dinâmica, conectada e autoconfiante a comunicação empresarial adquire um papel estratégico e importantíssimo para tomada de decisões dentro das organizações. Segundo Flatley, Rentz, Lentz (2015) a comunicação é muito importante no ambiente empresarial, as empresas querem e precisam de pessoas com boas habilidades de comunicação. Sem exceção, a comunicação (especialmente a escrita) aparece nos primeiros lugares como habilidades necessárias para o sucesso de sua empresa.

A estrutura organizacional, a cultura, normas e suas influências no processo de comunicação são mais eficazes quando se torna parte essencial do cotidiano da empresa, promove estabilidade na maioria dos cargos, a produtividade, ao tempo, clareza, objetivo e saber realizar atividades para alcançar resultados vantajosos. A comunicação é fundamental para um bom relacionamento independente se for profissional ou pessoal.

A frente deste tipo de estratégia da comunicação permite-se trazer benefícios unilaterais, para pequenas e medias empresas, mas se tratando de uma organização com um grande número de colaboradores a comunicação empresarial precisa ter um direcionamento bastante concreto e autodeclarado para que não haja conflitos e confrontos entre os receptores sem afetar o desenvolvimento, motivação e resultado da organização, possibilitando e abrindo espaços para que a comunicação se estabeleça de forma ampla, transparente e significativa, tendo como princípio o diálogo e a expressão corporal.

Curvello (2012), um dos grandes desafios da empresa é sua cultura organizacional que pode afetar a comunicação empresarial pois, existe um leque de obstáculos entre eles as pessoas engessadas, a ausência de informações e o próprio meio de comunicação fora do esperado, trazendo um clima operacional e organizacional desagradável. É de suma importância que a influência da comunicação no meio organizacional seja de forma visível e verbalmente explicita.

De acordo com Dias (2012 p.98) na comunicação o tipo de ambiente vai influenciar o colaborador a sua execução, resultado, objetivo, entendimento e motivação. O influenciador desse engajamento será o gestor da comunicação empresarial que tem um papel importante pra a resolução dos questionamentos.

Portanto vamos explicar o que é comunicação empresarial, seus objetivos, destacar os desafios existentes na empresa, mostrar os tipos de comunicação e suas falhas, destacar o quão a influência da comunicação organizacional pode trazer resultados negativos e positivos para a mesma e fornecer meios de resolução com uma visão ampla, objetiva com a necessidade da comunicação no âmbito profissional.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A monografia é desenvolvida de acordo com livros, documentos e pesquisas registradas anteriormente e por meios eletrônicos.

Marconi e Lakatos (2003) falam que A pesquisa bibliográfica tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas.

Refletindo neste conceito de comunicação, deve-se destacar as barreiras da mesma, elas são entendidas como os diferentes obstáculos ou dificuldades que podem surgir durante o processo de comunicação. Esses impedimentos podem confundir, atrasar ou tornar menos eficaz. Essas barreiras têm a ver diretamente com as condições específicas de um ato comunicativo, ou seja, têm a ver com os elementos específicos que intervêm.

Contudo, nosso trabalho tem como intuito deixar claro que Independentemente de como conceituam e entendem a comunicação organizacional, constata-se que não há uma forma de comunicação perfeita, mas sim uma maneira constante de transformar barreiras que são existentes e que se torna normal, podendo transformá-las em uma comunicação transparente, enxuta e decisiva. Toda via o processo de comunicação tem bloqueios que existem em emissores e os receptores, mas uma análise transformadora na comunicação pode reverter o quadro inconclusivo ou incompleto de uma determinada mensagem.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Comunicação nas organizações

Para Kunsch (2003, p.150), A comunicação organizacional é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela avalia o sistema, o funcionamento e o processo da comunicação na organização e seus inúmeros públicos. Entende-se que comunicação empresarial são fatos dentro das organizações que analisam o sistema, o funcionamento e o processo entre as diversas atividades das partes envolvidas.

Conforme Kunsch (2012), a comunicação organizacional surgiu a partir da segunda metade da década de 1940, despertando o interesse de estudiosos da época, tais

Como Elton Mayo, Daniel Katz, Robert Kahn, entre outros, os quais iniciaram estudos sobre a comunicação industrial e de negócios.

Segundo Marchiori (2008), a comunicação valoriza méritos no campo organizacional, pois ela possui um caráter estratégico e vem sendo observado principalmente por empresas que estão dispostas a acompanhar as transformações e abrir suas portas para os diferentes públicos com as quais se relaciona. Nesse sentido, a conduta empresarial interna é fator fundamental para o sucesso desse processo.

Segundo Marchiori (2008), criar valor para a comunicação significa um avanço para seu campo estratégico, pois atualmente não basta só imaginar que apenas a produção de veículos de comunicação em uma organização, dará a ela o status de empresa que coloca em prática a comunicação organizacional. Há um novo paradigma nessa área, a interação interpessoal é adotada como a melhor maneira de resolver conflitos, realizar acordos e almejar um consenso em relação a uma prática, compreendendo assim que a comunicação vai além da racionalidade técnica.

3.2 Comunicação empresarial interna

Segundo Chiavenato (2006, p.142), A comunicação são ideias entre as pessoas. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Estabelece uma das ações fundamentais na experiência humana e da sociedade, mas a comunicação não é feita apenas com palavras, mas também comportamento, expressão corporal e atitudes.

A comunicação interna é uma estrutura que tem um processo amplo, como objetivo de incentivar atitudes, sejam elas espontâneas ou não, através do público que as recebem, ou seja, os públicos para os quais a empresa se dirige e visa estabelecer a reputação da organização. A comunicação precisa ser observada diariamente pois está em permanente desenvolvimento e assim, ela se torna uma comunicação estratégica dentro da empresa. Alguns destaques como a criação de cargos, subordinação, informação diária, devem sempre juntar-se a meios de redes

e canais de comunicação. Esta ação primária deve ser bem analisada e compreendida pelo gestor, antes mesmo da comprar matérias e instalação desses objetos. Pois a comunicação será a sua maior ferramenta.

3.2.1 Os Pilares da Consciência Comunicativa:

De acordo com Aldo Schmitz (2008), apud. Jorge Duarte e Graça Monteiro (2009) indicam cinco bases da consciência comunicativa.

A Primeira Base: É a comunicação dividida e agregada, isto é, disponibilidade para trocar informações, atestando e respeitando as diversas de atribuições.

A Segunda Base: É o avanço, ou seja, o sentimento que estabelece a identidade individual e/ou coletiva, através de um compartilhamento proativo, responsável e de cooperativada.

A terceira Base: Seria o empoderamento, que é a formação de pessoas e equipes com aptidão de pensar, compreender, determinar, analisar e criar um ambiente agradável dentro da organização.

A Quarta Base: A autonomia é um estímulo da liberdade de pensar, analisar, decidir e agir, mas com responsabilidade.

A Quinta Base: Seria a governança, que tem a comunicação como responsabilidade de todos e deve ser compartilhada entre os colaboradores. Lembrando-se que a comunicação não é um acessório, mas um processo de gestão empresarial.

3.3 Principais barreiras/bloqueios de comunicação nas empresas

A ação da comunicação constantemente sofre bloqueios que podem aparecer entre os emissores e os receptores. Chiavenato (2004, p.315), explica que esses bloqueios na comunicação causam obstáculos e resistência entre os colaboradores no âmbito da empresa ou até mesmo entre as pessoas comuns. Isso acontece quando a comunicação não chega de forma objetiva ao receptor, pois a mensagem original sofre alterações. Para o autor existe três tipos de bloqueios na comunicação entre as pessoas.

Barreira Pessoal: As intervenções são limitadas a emoção e valores de cada indivíduo. No âmbito de trabalho as mais relevantes são dificuldades para ouvir, a falta de percepções, emoções e os sentimentos individuais.

Barreiras Físicas: As interferências presentes no ambiente onde está ocorrendo a comunicação. No decorrer de uma palestra pode-se ouvir ruídos de portas, pessoas conversando, um barulho de objeto batendo ou até mesmo congestionamento no ambiente que venha a distanciar-se a comunicação no local.

Barreiras Semânticas: É a dificuldade em símbolos na comunicação, Estes bloqueios são verificados não só com palavras, mas também expressões, sinais etc. Podem ter diferentes sentidos par as pessoas envolvidas no processo, conflito ou negociação da atividade relacionada a comunicação empresarial.

Segundo Kunsch (2003) As barreiras, ruídos ou interferências são causas ameaçadoras contra a eficácia da comunicação, alterando a mensagem e sua justificativa tensional, classificam os bloqueios como, "total ou comum que podem ser de natureza tecnológica, fisiológica, semântica ou psicológica". Esses bloqueios tecnológicos estão ligados a aparelhos de transmissão no ambiente de trabalho e equipamentos ruins podem distorcer ou desviar seu fluxo na comunicação. Os fatores físicos são bloqueios de comunicação principalmente no ambiente desorganizado, com pouca iluminação, espaço inadequado entre outros.

No espaço organizacional, segundo Kunsch (2003), o bloqueio pessoal; administrativo/burocrático; tem um aumento da sobrecarga na troca de informações principalmente de informações incompletas. Na organização, a ausência de compreensão entre aquele quem planeja e quem realiza acarreta ou pode acarretar grandes prejuízos. A cultura da empresa auxilia no crescimento da troca de influência igualitária entre a cultura e comunicação empresarial e o entendimento da interação entre os valores culturais existentes nas diversas organizacionais.

3.3.1 Clima Organizacional/variáveis entre os resultados

Segundo Ribeiro (2006) Diz que o clima organizacional é um suporte da área administrativa que seu papel fundamental e ajudar as organizações a analisar e compreender a satisfação dos seus funcionários dentro da empresa, mas pode-se

Aplicá-la de forma individual ou com outras possíveis ferramentas para facilitar o desenvolvimento eficaz da empresa.

O clima organizacional atingiu diretamente a motivação da equipe no ambiente de trabalho, podendo elevar a satisfação da equipe e na qualidade do serviço prestado na empresa. Através das pesquisas que as organizações realizam é para obter um retorno agradável para evitar futuras falhas e até mesmo melhoria e oportunidade de crescimento.

Segundo Chiavenato (2005, p. 52), a frase clima organizacional indica os assuntos internos de uma determinada organização, como parte administrativa, personalidade da empresa entre outros, podendo ser sentida principalmente na parte psicológica agregando a várias situações, inclusive motivacional no ambiente interno da empresa.

O clima organizacional apresenta-se em oito áreas:

- Ausência de Entrosamento: Indica que o colaborador não tem participação alguma com as atividades rotineiras.
- Rotina: Quando o colaborador está exausto com as atividades de rotina no ambiente de trabalho.
- Moral: Sente-se realizado no trabalho, quando o colaborador percebe que sua opinião e ideias estão sendo ouvidas.
- Amizade: Refere-se a relações sociais que o funcionário tem na organização.
- Distância: Seria o distanciamento entre líder e colaborador.
- Produção: É o líder ser objetivo por parte dos cargos superiores.

- Estímulo: Seria o líder expressar através de gestos e comportamento a suas ideias motivacional para com os funcionários para que realizem seu trabalho.
- Consideração: É o líder conhecer que todo colaborador e ser humano.

As quatro primeiras dimensões mostram que o clima organizacional afeta o grupo, e que as outras quatro afetam o líder. Santos (1999), afirma ainda que o clima organizacional se refere ao motivo de realização levando os funcionários a assumirem responsabilidades e procurar desempenhar seu trabalho para tentar alcançar a meta que almeja.

3.4- Impacto da formação de líderes nos resultados organizacionais.

Percebe-se que o êxito liderança está diretamente relacionado com as relações interpessoais, com o desenvolvimento dos conhecimentos, habilidades e atitudes adequadas ao grupo, a situação e aos propósitos comuns. Assim, o líder deve proporcionar um crescimento relevante para equipe, onde as habilidades técnicas e humanas trabalhar em harmonia. Ele deve ser capaz de criar um ambiente propício à integração e ao trabalho coletivo, fazendo com que o grupo sintam-se disposto e estimulado em buscar um determinado objetivo.

O gestor é responsável pelos resultados da sua área, pois ajudam a compor o resultado geral da empresa. As lideranças são responsáveis por prestar contas de resultados da sua área para seu superior imediato e para outras áreas. Este é um ponto importante pois os resultados de uma área são obtidos através do somatório de resultados individuais, e a liderança e organização da equipe em prol dos resultados é também uma expectativa da empresa. Nesse sentido o líder tem um papel fundamental e delicado perante a equipe, pois tem a responsabilidade de criar meios para que as pessoas sintam-se engajadas ao grupo e ajam como voluntários que lutam por uma causa nobre. Ele deve, também, delegar funções, pois o líder que não delega, transmite uma imagem de desconfiança equipe.

Sendo assim, o líder deve estar disposto a permitir que erros sejam cometidos na fase de aprendizado.

No entender de Silva (2000), os que ocupam posições de liderança não são independentes, capazes, por si só, de determinar o curso dos acontecimentos. São, sim, parte integrante de um sistema mais amplo de interações que envolvem variáveis das mais diversas. Dentre essas se destacam características, necessidades e reações dos liderados, a natureza do relacionamento com os outros líderes, o clima organizacional, as políticas administrativas, a natureza da atividade e seus objetivos, a estrutura organizacional e as condições do meio ambiente onde a organização está inserida.

Todos esses aspectos interferem na criação de padrões de comportamento e relacionamento entre as pessoas, de valores expectativas, normas formais informais e de reações que se combinam dinamicamente e se cristalizam no conjunto que se convencionou chamar de cultura da organização que por sua vez estimula o restringe a utilização das várias formas de poder existentes.

Confirmar se a necessidade de se trabalhar antropologia da empresa, tão importante quanto à produtividade e qualidade. Não se pode fazer uso de modelos de mudança liderança focando estritamente a produção, sem levar em consideração a cultura da empresa e seus talentos humanos. A capacitação direcionada aos líderes é um investimento de total importância e deve ser priorizado nas organizações, disso vai depender em grande parte, o desenvolvimento e acompanhamento das equipes de trabalho, além do mais, eles conseguiram identificar várias características dos estilos de lideranças e conseguirão conhecer, avaliar e estimular o avanço e inovação as suas equipes.

A reciclagem e treinamento, deve existir em todas as organizações, deve ser uma atividade contínua, é base para o crescimento desses profissionais que são cruciais para o desenvolvimento organizacional, através dos líderes são distribuídos os valores, as crenças, e a cultura da empresa, alinhando as metas, os objetivos. de acordo com esse ponto de vista, pode-se perceber a importância dos líderes dentro de um ambiente organizacional.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho realizado busca demonstrar envolvimento de todo o processo de comunicação, proporcionando o aprendizado de diversos conteúdos, através da influência que a comunicação pode desenvolver trazendo resultado eficaz e de qualidade na organização.

O estudo teve como propósito conhecer, compreender e correlacionar os assuntos mencionados em sala de aula na prática para o trabalho de conclusão de curso. As infinitas informações encontradas foram inúmeras disponibilizadas em pesquisa e leitura causando um aprofundamento vasto dos conteúdos obtidos.

Nota-se um grande ponto de vista em destaque que a comunicação além de estar nas empresas, está também no cotidiano de cada indivíduo. Este trabalho proporciona ao acadêmico um conhecimento de como funciona a comunicação empresarial, comunicação interna e externa, história, estratégia, direção, a falta dela, o feedback, seu resultado e um sistema motivacional para que a comunicação possa continuar a desenvolver-se de forma íntegra para funcionários e organizações.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Benedito Juarez. **Introdução a Comunicação Empresarial**, Rio de Janeiro Mauad. 1995.

BRUM, Débora. **Comunicação Assertiva 2021**. Editora Literare Books, Formato Digital.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos Novos Tempos**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: A dinâmica do Sucesso das Organizações**. São Paulo: Thomson, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 3ª edição. ed. Compacta 2004.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação Interna e Cultura Organizacional**. 2ªed. Brasília - Casa das Musas,2012.

DIAS, Reinaldo. **Cultura Organizacional**. 3º ed. Editora Alínea – Campinas São Paulo,2012.

FLATLEY, Marie. RENTZ, Kathryn. LENTZ, Paula. **Comunicação Empresarial**. 2º Ed. Porto Alegre. Augh 2015.

GOMES DE MATOS, Gustavo. **Comunicação Aberta**. Editora Manole Ltda. Edição Eletrônica -2015.

MATOS, José Gilvomar R; MATOS, Rosa Maria B.; ALMEIDA, Josimar Ribeiro de. **Análise do Ambiente Corporativo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

MARCHIORI, Marlene. **Os desafios da Comunicação Interna nas Organizações.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.XXXI Congresso de Ciências da Comunicação – Natal,RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

MOURA ,Gabriele; GIACOBBO ,Caroline. **O Papel da Comunicação Interna nas Empresas.** Um estudo de caso da empresa AMISA-IBIRUBÁ/ RS 2003.

RIBEIRO, Antônio Carlos Evangelista. **O que é Clima Organizacional.** Colunista-titular do Portal Brasil em 16 de outubro de 2006.

SCHMITZ, Aldo. **Manual de Comunicação Organizacional.** Formato: e-Book. Editora Combook outubro de 2020.

TERCIOTTI, Sandra Helena; MACARENCO, Isabel. **Comunicação Empresarial na**

Fabio Riether Fernandes, Fabíola Ventavoli, **Liderança e motivação no ambiente organizacional.** Formato: e-Book, 23/08/2015.

Irineo Grubert , Jorge Linhares , Josué Gonçalves , Julio Vertullo , Júnior Batista , Otávio Hort. **Treinamento De Lideres.** Formato: eBook Kindle, 19 de Abril de 2020.