

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA VISÃO DOS ACADÊMICOS

Tainara Luana Lunelli¹

Vaniele Weinrich Stuepp²

RESUMO

O presente trabalho apresenta o resultado de uma pesquisa realizada no ano de 2015 com dezoito acadêmicos da 8ª fase do curso de Administração do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí - UNIDAVI da cidade de Presidente Getúlio - SC, onde se buscou pesquisar a presença da comunicação organizacional nos ambientes de trabalho dos pesquisados e se a mesma se faz necessária. Para o desenvolvimento do ambiente de trabalho, se utilizou a seguinte metodologia quantitativa, onde por meio da coleta de dados, foi possível a obtenção dos resultados da pesquisa. Utilizaram-se quatorze perguntas fechadas de múltipla escolha e uma pergunta aberta criadas pelos autores dessa mesma pesquisa. No artigo é possível identificar qual a definição de comunicação organizacional, onde e como podemos torna-la visível, e salientar a importância da comunicação no interior e exterior da empresa.

Palavras-chave: Comunicação. Organização. Tecnologia.

ABSTRACT

The present work presents the results of a research carried out in 2015 with eighteen scholars from the 8th phase of the Administration course of the University Center for the Development of the Upper Vale do Itajaí - UNIDAVI of the city of Presidente Getúlio - SC, where it was sought to research the Presence of the organizational communication in the work environments of the researched ones and if it is necessary. For the development of the work environment, we used the following quantitative methodology, where through data collection, it was possible to obtain the results of the research. Fourteen closed-ended multiple-choice questions and one open-ended question were used by the authors of the same survey. In the article it is possible to identify the definition of organizational communication, where and how we can make it visible, and emphasize the importance of communication within and outside the company.

Keywords: Communication. Organization. Technology.

¹ Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí-UNIDAVI. Telefone: (047) 9134-3878 - nanilunelli@gmail.com

² Mestre em Administração pela Fundação Universidade de Blumenau – FURB. Professora do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí – UNIDAVI. Telefone: (047)8822-8090 - vanieleweinrich@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa foi realizada para fazer com que as organizações observem como a comunicação organizacional se tornou importante em toda e qualquer organização, fazendo com que cada vez mais se possa perceber que se não houver a devida comunicação não será possível atingir os objetivos e metas da empresa, tornando-se mais complexa a relação entre empregador e colaborador.

Barnard (1938, p.91), afirma que “Em uma teoria da organização abrangente, a comunicação ocuparia um lugar central, porque a estrutura, a extensão e o alcance da organização são quase inteiramente determinados pelas técnicas e comunicação”. A comunicação pode sim ser considerada como um ponto chave para qualquer organização para tornar mais compreensível as ordens e objetivos emitidos pelo presidente da organização.

Segundo Chiavenato (1994, p.121), “A comunicação é uma prioridade estratégica para a empresa nas organizações mais bem-sucedidas do mundo a comunicação recebe a máxima prioridade”. Analisando essa citação, podemos perceber que analisando a empresa estrategicamente é possível se obter um maior destaque perante aos concorrentes. Mas sabemos que o problema de se conseguir estabelecer uma comunicação organizacional eficiente é a falta de compromisso do presidente em ouvir seus subordinados, em pensar que apenas o presidente precisa saber das notícias da empresa, os problemas, etc. A falta de troca de informação entre setores da empresa torna muito complicada a comunicação, pois um setor passa uma informação insegura para o outro, fazendo com que a produção da organização se torne insegura e gerando assim problemas futuros.

No que diz respeito ao conhecimento científico, a pesquisa deste presente estudo contribuirá com informações úteis à manutenção e evolução de sua atividade em um ambiente de trabalho com planejamentos de longo prazo. A pesquisa trará resultados eficazes para solução de problemas organizacionais, trazendo assim mais conforto para os colaboradores e um melhor aproveitamento financeiro para a empresa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

Para Chiavenato (1994), a comunicação é um processo cíclico composto de cinco etapas, o emissor, transmissor, canal, receptor e destino. O processo da comunicação é um sistema, porque para uma parte ocorrer adequadamente à outra precisa estar na mesma sintonia.

A comunicação organizacional se faz necessária a partir do exato momento que a empresa percebe que o empregador não consegue mais passar aos seus colaboradores a informação correta, e com isso os colaboradores acabam tirando conclusões equivocadas de suas funções e de suas tarefas, gerando assim uma menor produção para a empresa e uma menor eficiência técnica.

O processo de comunicação deve ocorrer basicamente em um processo de duas mãos, um processo bidirecional, ou seja, deve existir um emissor (figura 1), para que a mensagem possa ser emitida com a proposta correta e deve existir também um receptor que irá receber e codificar a mensagem recebida e efetuar com coerência e eficiência a mensagem recebida.

Em uma organização pode haver a amplitude de uma comunicação que é de grande serventia para a empresa, mas é preciso tomar os devidos cuidados para que não seja cometidos erros na divulgação da informação, não pode ser executada omissão de certos aspectos da informação a ser passada, a distorção também não pode ocorrer, pois uma informação distorcida pode gerar grandes problemas de curto em longo prazo para a empresa, e não se pode fazer com que haja uma sobrecarga de informação, porque com a sobrecarga de informação começa a acarretar uma omissão e depois uma distorção de informação gerando assim uma comunicação ineficaz e incapaz de repassar a informação correta.

Nas bases teóricas do assunto, podemos citar Carvalho (1932), que apresenta a comunicação tratada como uma questão muito importante para a integração total do corpo da organização. A comunicação com eficiência é muito mais do que apenas uma linguagem, mas sim a identificação e o reconhecimento das diferentes maneiras das pessoas pensarem e agirem.

Segundo Lacombe e Heilborn (2003, p.211), “Os executivos tornam-se cada vez mais conscientes de sua capacidade para redigir bem quando definem as prioridades para subir na empresa.”

Em uma organização não pode faltar à comunicação, pois o empregador não poderá influenciar o colaborador, e não poderá medir as consequências da falta de informação perante o ambiente organizacional, não poderá influenciar o comportamento de seu colaborador e assim em longo prazo poderá ter grandes prejuízos na empresa.

A comunicação interna quando feita corretamente, gera uma vantagem competitiva, porque uma empresa que se comunica internamente e todos os membros dessa empresa sabem

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

corretamente o que fazer, vai atingir uma melhor vantagem competitiva perante outra empresa do mesmo segmento.

Difícilmente, a comunicação ocorre sem problemas. Quase sempre existem barreiras à comunicação. Barreiras são restrições ou limitações que ocorre dentro ou entre as etapas do processo de comunicação, fazendo com que nem todo sinal emitido pela fonte percorra livremente o processo de modo a chegar incólume ao seu destino. O sinal pode sofrer perdas, mutilações, distorções, como também, pode sofrer ruídos, interferências, vazamentos e, ainda, ampliações ou desvios. O boato é um exemplo típico da comunicação distorcida, ampliada e, muitas vezes, desviada. As barreiras fazem com que a mensagem enviada e a mensagem recebida sejam diferentes entre si (CHIAVENATO, 1994, p.125).

A comunicação organizacional pode ser exemplificada como uma receita de bolo. Segundo Cahen (2008, p.103) “O importante é que aquilo se chama bolo; se é bom ou ruim, vai depender da prática de quem o confeccionou, de suas intenções e da qualidade dos ingredientes utilizados”. O que Cahen quis dizer é que não adianta ter comunicação dentro do ambiente de trabalho, se essa comunicação não é exercida corretamente, as informações não são repassadas corretamente aos colaboradores. A comunicação se torna automaticamente ineficiente trazendo problemas organizacionais.

Para Hall(2004), pesquisar sobre a comunicação organizacional traz muita relevância para o âmbito organizacional, trazendo para a empresa sofisticados processos de informação.

2.1.1 IMPORTÂNCIA

A comunicação tem formato de grandes proporções, que pode ser definida como o meio mais seguro de se repassar informações, deixando de lado um pouco as tecnologias e aplicando a comunicação como fator predominante, tornando assim os colaboradores e chefes mais comunicativos entre si, e trazendo a tona para a empresa mais uma possibilidade de troca de informações. “A comunicação organizacional necessita ser entendida, de maneira integral, como elemento que atravessa todas as ações de uma empresa ou organização e que configura, de forma permanente, a construção de sua cultura e identidade.” (CARDOSO, 2006, p. 1132).

Quando uma empresa coloca a comunicação no ambiente de trabalho, não coloca apenas uma oportunidade de transmissão de informações mais também uma oportunidade de ver e avaliar diversos públicos tanto internos quanto externos.

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

A comunicação é um fato nas organizações, ou seja, não existe nenhuma organização sem uma prática comunicativa, ainda que os processos comunicativos não sejam institucionalizados. Eles são essenciais para a operação da entidade e estão intimamente vinculados às formas de significar, valorar e expressar uma organização, isto é, ao processo comunicacional e constitutivo da cultura da organização, e de sua identidade, configurando imagens reconhecidas por seus diversos públicos internos e externos. A comunicação pode ser entendida, então, como um alicerce que dá forma à organização, fazendo-a ser aquilo que ela é. (CARDOSO, 2006, p. 1132)

As relações são colocadas em ação devido à comunicação, essa comunicação vai gerar informações a serem repassadas e incluídas no meio em que está envolvida. O ser humano na atualidade só é indivíduo quando é colocado em relação com outro indivíduo, um indivíduo sozinho não vive, precisa sempre estar em contato, em comunicação com outras pessoas, pois a sociedade remete para a informação e a informação é obtida através da comunicação.

Segundo Mafessoli (2006, p. 16) "A comunicação e a informação dão nova substância a essa função comunitária, contra ou em paralelo ao que dizem os teóricos da comunicação mais convencionais, ou seja, os que denunciam constantemente o caráter antissocial da mídia". Com essa nova geração de comunicadores está mais evidente que a mídia está se movendo ao mesmo passo se adequando as ideias e gerando novos caminhos de pensamento.

2.1.2 COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA

A qualidade da comunicação tem sido mais evidenciada devido aos avanços tecnológicos, esses avanços tem tido grande importância na qualidade e quantidade da comunicação no ambiente de trabalho. Devido a esses avanços a comunicação tem sido deixada um pouco de lado, trazendo assim um aspecto negativo, mas a influência tem sido muito forte.

"Quatro desenvolvimentos que ilustram o impacto da tecnologia de informação sobre a comunicação interpessoal são: o e-mail, o local alternativo de trabalho, apresentações com slides pelo computador e sistemas de reconhecimento de voz." (DUBRIN, 2003, p. 206)

As empresas não podem adquirir tecnologia à comunicação apenas por "moda", toda empresa terá que justificar os meios tecnológicos usados. Não podem sair usando de qualquer forma sem antes haver uma verificação de aceitação e disponibilidade de uso de comunicações digitais. Em relação a esse tema, Kunsch (2007) diz que os grandes avanços tecnológicos que passa todos os meios de comunicação midiáticos, os meios de telecomunicações, e tecnológicos trazem a

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

sociedade um novo comportamento em também um processo de comunicação social novo, com implicações técnicas, morais e éticas.

Mesmo com todas as tecnologias que estão começando e já existem na área da comunicação organizacional, as organizações não poderão de forma nenhuma dispensar o diálogo, ou seja, deverá sempre existir uma comunicação viva, pois as relações públicas tem por política uma comunicação viva e permanente.

Segundo Kunsch (2007, p. 42) "A comunicação organizacional, na forma em que se acha configurada hoje em dia, é fruto de sementes lançadas no período da Revolução Industrial, que se ensejariam grandes e rápidas transformações em todo o mundo."

O marketing da empresa não dará conta sozinha do desafio de se manter no mercado competitivo atual, a organização terá que colocar em prática ações que objetivem transparência na comunicação de suas ações.

2.1.3 COMUNICAÇÃO EFICAZ

Pode-se classificar como mais importantes dois elementos para se obter uma comunicação eficaz é a habilidade para trazer um feedback com qualidade e ser um ouvinte ativo, esses dois elementos estão ligados a uma série de comportamentos específicos da comunicação organizacional.

Segundo Robbins (2000) a audição é mais ativa do que passiva para se tornar eficaz. Na passiva é como se fossemos um gravador, absorvendo a informação que nos é compartilhada. Já a audição ativa, exige que as pessoas entrem na cabeça do transmissor, para poder entender o que ele está tentando comunicar.

Segundo Hall(2004, p. 169), "Em função de todos os problemas, potenciais e reais, no processo de comunicação, é obvio que uma sistema de comunicação "perfeito" se torna improvável." Quando você se torna um ouvinte ativo, você prefere compreender a mensagem que estão tentando lhe passar do que o que você quer entender, sua aceitação se torna melhor, ouve sem julgar o que está sendo dito, e por final você traz uma maior responsabilidade para si, ou seja, você faz de tudo para captar a mensagem que estão compartilhando com você.

3 METODOLOGIA

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

“A pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, mas não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.” (VIEIRA 2002, p. 65) A pesquisa delimita-se como básica descritiva, ou seja, procura trazer dados para a observação e obtenção de resultados para a resolução do problema da falta de eficiência da comunicação organizacional nas organizações, pesquisa essa realizada através de fontes primárias de pesquisa, trazendo novas informações, interpretações atualizadas sobre fatos acontecidos ou que podem vir a acontecer.

Dentro da pesquisa descritiva podemos perceber que “Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Ex.: pesquisa referente à idade, sexo, procedência, eleição etc.” (GIL, 2008)

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, Segundo Favéri, Blogoslawski e Fachini (2010, p.32) “É o tipo de pesquisa que procura quantificar opiniões, dados, nas formas de coletas de informações e no emprego de recursos de técnicas estatísticas.”

A pesquisa procurou quantificar as opiniões dos estudantes, aplicando os dados à geração de um novo conhecimento.

“A pesquisa quantitativa se centra na objetividade influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros.” (GEHARDT E SILVEIRA, 2009, p. 33)

Para a presente pesquisa foi utilizada a opinião de 18 acadêmicos da 8ª fase do curso de Administração do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí, os respondentes tiveram acesso a quatorze perguntas fechadas de múltipla escolha e um pergunta aberta criadas pelos autores dessa mesma pesquisa.

4 RESULTADOS

Chegamos à conclusão de que a maioria dos entrevistados vê a comunicação organizacional como algo muito importante. Nesses 18 acadêmicos entrevistados 72% eram do sexo feminino e 28% eram do sexo masculino. Avaliando a faixa etária dos mesmos pode-se perceber que 50% têm entre 18 a 22 anos, 33% tem entre 23 a 27 anos, 11% tem 28 a 32 anos e 6% tem entre 37 a 41 anos.

Com o salário mínimo avaliado atualmente em R\$ 880,00, pode-se calcular e analisar que 67% recebem o equivalente a 01 a 03 salários mínimos e 33% recebem o equivalente de 04 a 10 salários mínimos.

Questionando aos mesmos sobre qual a ocupação na empresa onde trabalham as respostas foram muitas diversificadas, mas sempre abordando para a área administrativa. Dos entrevistados 33% eram auxiliares administrativos, 17% operadores de negócios e caixa, 11% eram administradores, 6% eram vendedores, auditores de estoque e analista de crédito e cobrança e 5% dos entrevistados trabalhavam na área de supervisão ou eram autônomos.

Levando em consideração que os entrevistados responderam sobre sua ocupação foi questionado qual era o tempo que eles exerciam atividades nessa empresa e nesta função. Com cerca de menos de um ano na empresa eram 17% dos entrevistados, metade dos entrevistados, ou seja, 50% trabalhavam na empresa a cerca de 1 a 3 anos, 11% exerciam atividades na empresa em um tempo variado de 5 a 7 anos e 22% trabalham acima de sete anos na mesma empresa. Como se pode observar.(figura 2).

A comunicação pessoal às vezes é questionada em relação à comunicação através de meios eletrônicos, com isso, foram questionados os acadêmicos se na opinião deles a comunicação pessoal está sendo deixada de lado, pois os meios eletrônicos estão com mais ênfase. De acordo com 61% dos entrevistados, eles estão de acordo com essa pergunta, 17% se posicionaram a estar em duvida e 11% afirmaram estar em desacordo ou totalmente de acordo com o questionamento (figura 3)

Em uma próxima pergunta foi questionado aos entrevistados qual era a opinião deles a respeito da importância da comunicação pessoal em relação à comunicação eletrônica. Dos entrevistados 61% disse que era importante a comunicação pessoal, 33% opinaram em extremamente importante à comunicação pessoal e 6% ficaram em duvida (gráfico 4).

Ainda se tratando de comunicação, mas agora no ambiente de trabalho, foi questionado aos entrevistados se na opinião deles seria possível melhorar a comunicação interna do seu ambiente de trabalho, 56% afirmaram estar de acordo com essa possibilidade, 33% afirmou estarem totalmente de acordo com a possibilidade de melhoria e 11% afirmou estar em duvida (Figura 5).

Questionados sobre o grau de importância da comunicação organizacional, o gráfico demonstra que 72% dos entrevistados acharam altíssimo o grau de importância da comunicação e 28% consideraram um grau alto de importância da comunicação (figura 6).

Em uma próxima pergunta foi questionado aos entrevistados se a comunicação é importante para a coordenação de uma empresa, sendo que 94% afirmaram que estão totalmente de acordo que a comunicação é importante para a coordenação de uma empresa e 6% afirmara estar de acordo com a importância da comunicação na coordenação de uma empresa (figura 7).

A comunicação entra em quase 99% de uma empresa, mas será que ela sempre traz vantagem competitiva para a empresa. Os entrevistados foram questionados sobre isso e 67%

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

afirmaram que a comunicação sempre atrai vantagem competitiva, 28% afirmaram que atrai vantagem competitiva para a empresa e 5% afirmaram estar em dúvida sobre o questionamento (figura 8).

Os entrevistados foram questionados se no ambiente de trabalho deles eles tem fácil acesso as informações administrativas e gerenciais. Dos entrevistados 78% afirmaram estar de acordo com o questionamento, 17% disseram estar em duvida e 5% afirmaram que estão totalmente de acordo com o questionamento (figura 9).

Melhorar é sempre bom em qualquer ambiente organizacional. Ao questionar os entrevistados se era necessário melhorar a comunicação, obteve-se as seguintes respostas, 78% afirmaram estar de acordo, 11% afirmaram estar em duvida e ou desacordo e 6% afirmaram estar totalmente de acordo com uma melhoria na comunicação no ambiente organizacional(figura 10).

No ultimo questionamento da pesquisa foi abordado se é possível existir uma comunicação entre você e seu gerente ou supervisor. Dos 18 acadêmicos entrevistados 50% afirmaram estar de acordo com a possibilidade de haver comunicação com o seu superior e 50% afirmaram estar totalmente de acordo com a possibilidade de haver comunicação com o superior (figura 11).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa procurou-se estabelecer quais eram as vantagens de se ter ou não ter a comunicação dentro do seu ambiente organizacional, seguindo uma linha de armazenamento de informações necessárias e uteis para a empresa com o seu cliente.

A comunicação por pertencer a um universo rico de informações e por extensão ter um sentido muito amplo, atinge a cada passo uma perspectiva de melhora gradativa para a empresa, se atualizando dia após dia, gerando um melhor desenvolvimento para o ambiente de trabalho.

Podemos confirmar então, que diante dos estudos realizados com a pesquisa, vimos que a comunicação se torna um objeto de perfeição para a organização, cada dia que passa a organização pretende aperfeiçoar a comunicação para poder gerar um maior ganho futuro.

Reforça-se que essas considerações, não abrangem todo o assunto, pois cada vez mais é encontrado mais informações e essas informações vão se personificando e gerando assim uma nova informação. Então o presente trabalho apresenta algumas considerações, mas se pesquisar ainda mais a fundo sobre o assunto será possível encontrar novos dados e novas informações sobre a comunicação organizacional.

LUNELLI, Tainara Luana. STUEPP, Vaniele Weinrich. **A comunicação organizacional: Análise da importância da comunicação na visão dos acadêmicos.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.2, p.01-16, TRI II 2017. ISSN 1980-7031

Todavia, o presente trabalho serve para presidentes de organizações e futuros acadêmicos da área, além de fornecer referencial teórico, ele tem a função de apontar novos caminhos para novas pesquisas sobre a comunicação organizacional e sobre como ela age dentro do ambiente organizacional na visão dos estudantes de IES.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida. **Introdução à metodologia do trabalho científico.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BLOGOSLAWSKI, Ilso Paulo Ramos; FACHINI, Olimpio; FAVERI, Helena Justen de. **Educar para a pesquisa:** normas para a produção de textos científicos. 3. ed. Rio do Sul: Nova Letra, 2010

CAHEN, Roger. **Comunicação empresarial:** a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing. 12. ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Rap**, Rio de Janeiro, p. 1123-44, nov/dez. 2006.

CARVALHO, Antônio V. **Aprendizagem organizacional em tempos de mudança.** São Paulo: Pioneira, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas:** o passo decisivo para a administração participativa. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994, 1992.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Alexandre. **Manual de orientação metodológica para trabalhos acadêmicos.** 2011. Disponível em: < [http:// www.Facicruzeiro.com. br/images/documentos/201482892934.pdf](http://www.Facicruzeiro.com.br/images/documentos/201482892934.pdf)> Acesso em 19 set. 2015.

HALL, Richard H. **Organizações:** estruturas, processos e resultados. 8. ed. São Paulo: Pretenci Hall, 2004.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y Pensamiento**, v. XXVI , jul/dez. 2007.

LACOMBE, Francisco. HEILBORN, Gilberto. **Administração:** princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2003.

MAFESSOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Famecos**, Porto Alegre, n. 20, abr. 2003.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração:** mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. **Famecos**, Porto Alegre, n. 31, dez. 2006.

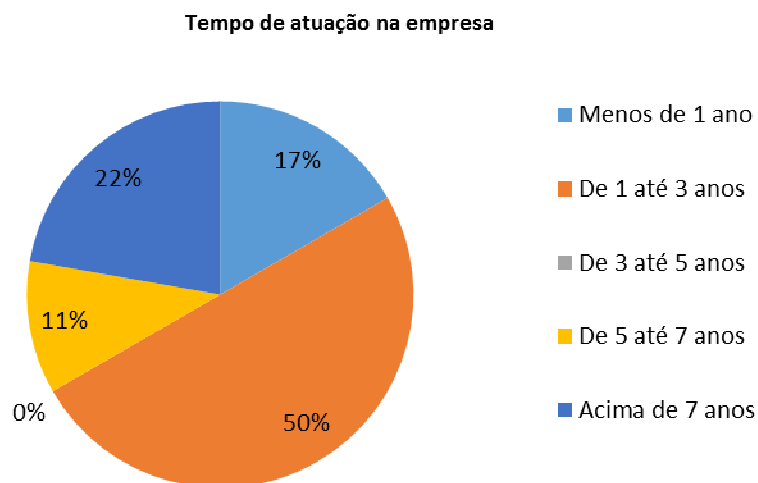
ANEXOS

Figura 1: Processo de comunicação



Fonte: Lacombe e Heilborn (2003).

Figura 2: Tempo de atuação na empresa



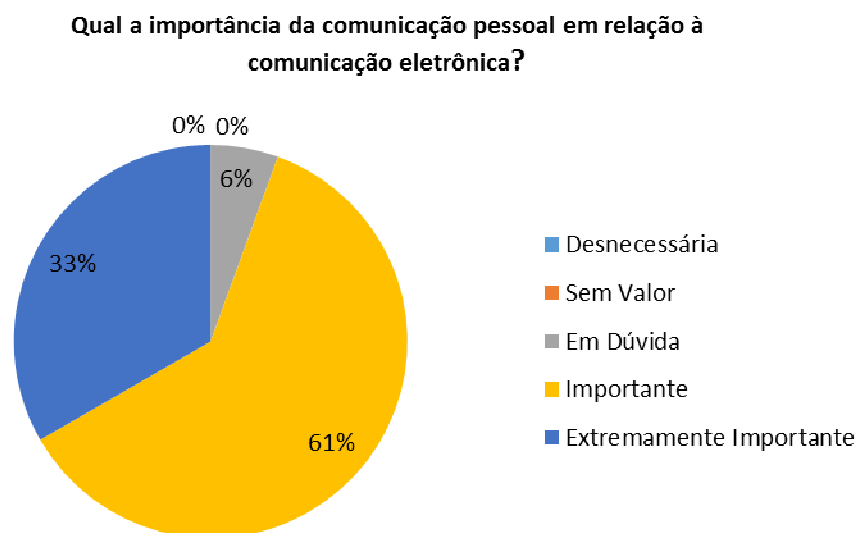
Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 3: A comunicação pessoal está sendo deixada de lado, pois os meios eletrônicos estão com mais ênfase?



Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

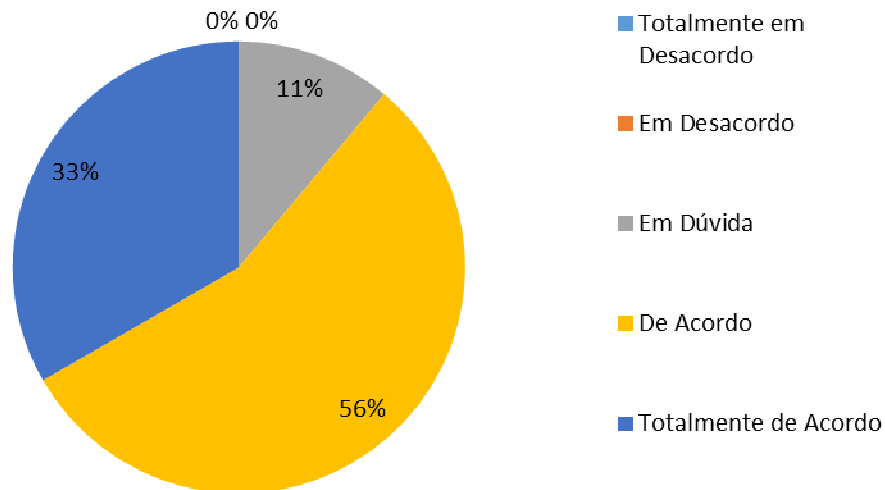
Figura 4: Qual a importância da comunicação pessoal em relação à comunicação eletrônica?



Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 5: Seria possível melhorar a comunicação interna do seu ambiente de trabalho?

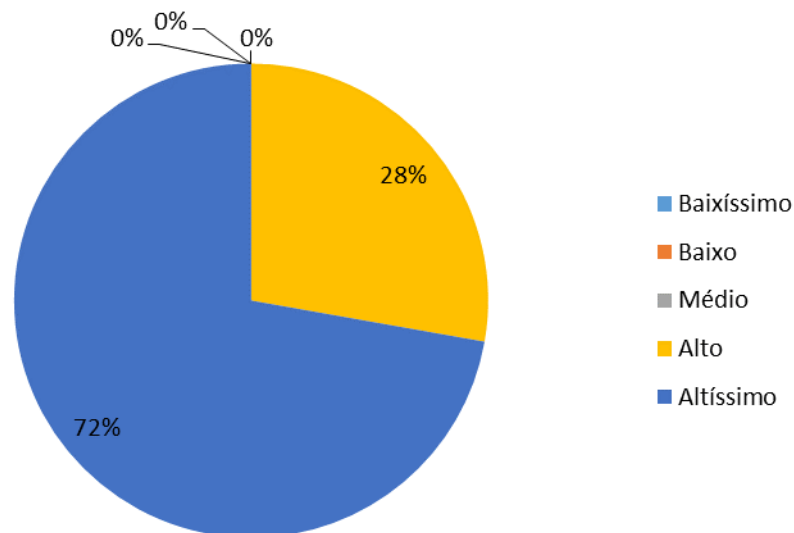
Seria possível melhorar a comunicação interna do seu ambiente de trabalho?



Fonte: Elaborado pelos autores (2015).

Figura 6: Qual o grau de importância da comunicação organizacional?

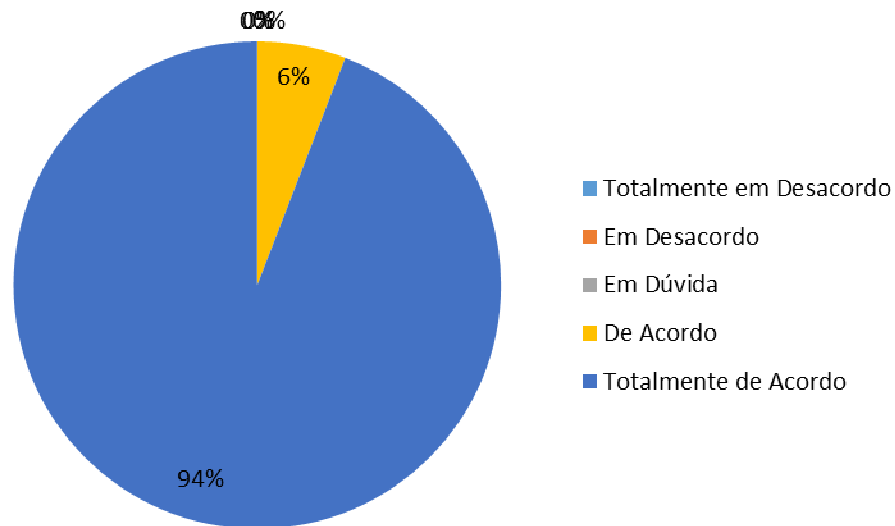
Qual o grau de importância da comunicação organizacional?



Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 7: A comunicação é importante para a coordenação de uma empresa?

A comunicação é importante para a coordenação de uma empresa?



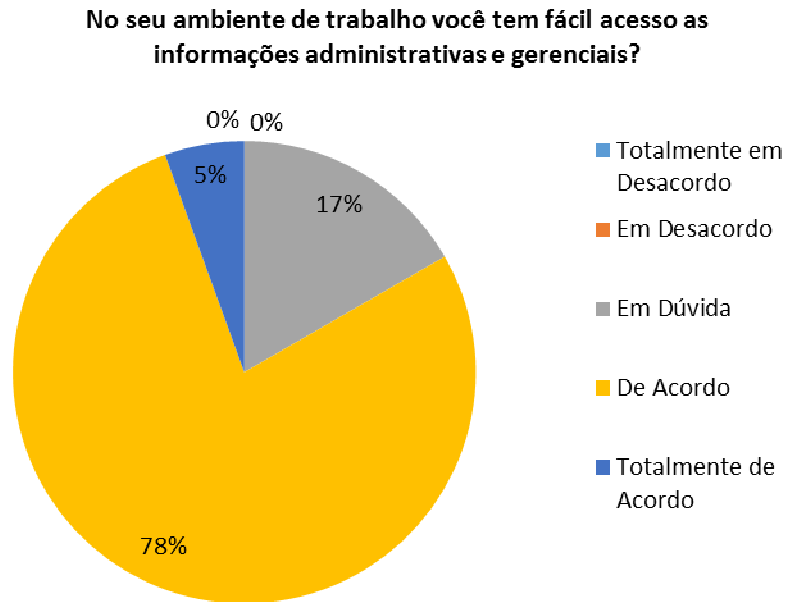
Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 8: A comunicação atrai vantagem competitiva para a empresa?



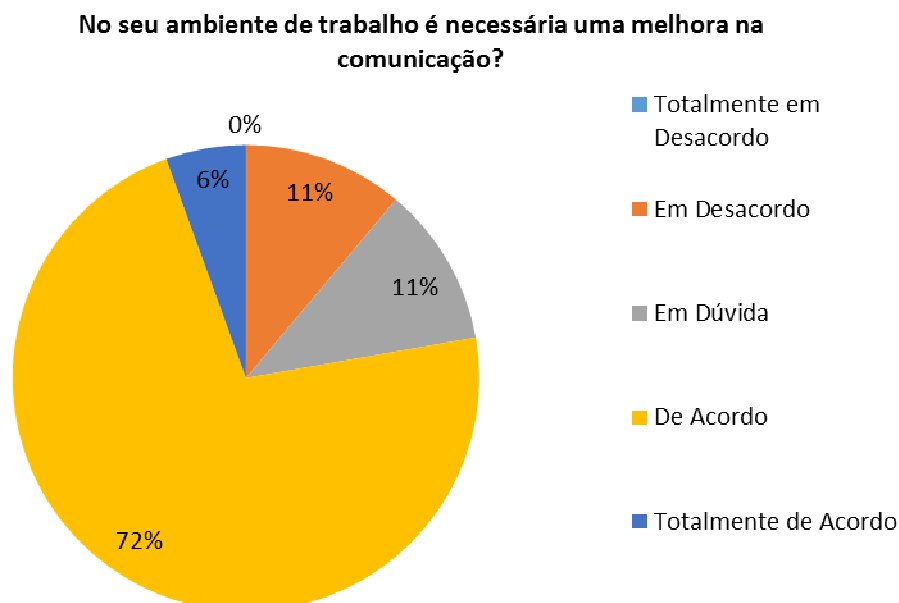
Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Figura 9: No seu ambiente de trabalho você tem fácil acesso as informações administrativas e gerenciais?



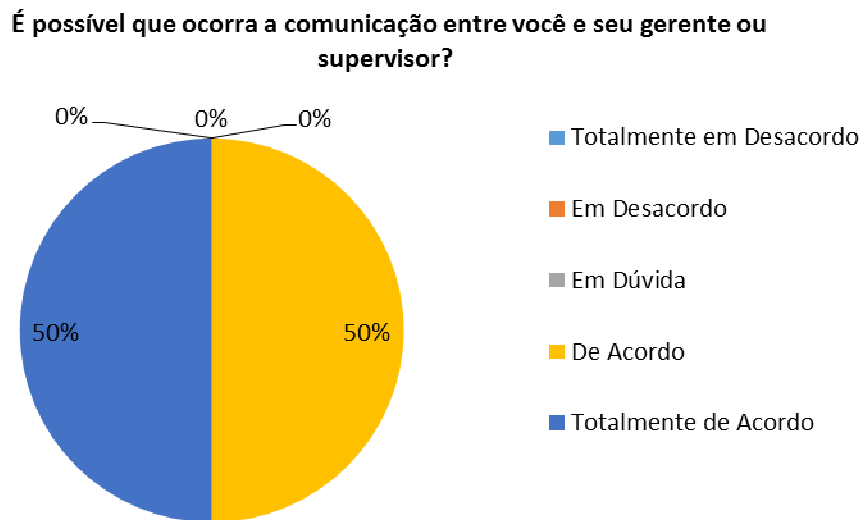
Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 10: No seu ambiente de trabalho é necessária uma melhora na comunicação?



Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Figura 11: É possível que ocorra a comunicação entre você e seu gerente ou supervisor?



Fonte: Elaborado pelos autores (2015).