

## O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL CASO: BRINQUELÂNDIA

Wekisilei Pereira de Lima<sup>1</sup>, Weder Ferreira dos Santos<sup>2</sup>, Deny Alves Macêdo<sup>3</sup>, Layanni Sodré<sup>3</sup>,  
Claudia Nolêto Maciel Luz<sup>4</sup>, Roberto Mauro Guarda<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Acadêmico do curso de Administração da faculdade ITOP. E-mail: wekisilei@gmail.com

<sup>2</sup>Professor do Curso de Administração da Faculdade ITOP/CST Agronegócios do IFTO. E-mail: eng.agricola.weder@gmail.com

<sup>3</sup>Mestranda em Agroenergia/UFT. E-mail: farm.layannisd@gmail.com; nenydam@hotmail.com

<sup>4</sup>Professora do Curso de Administração da Faculdade ITOP. E-mail: claudia.noleto@gmail.com

<sup>5</sup>Professor do Curso de Administração da Faculdade ITOP. E-mail: robertomaurog@gmail.com

**Resumo:** Este trabalho estudou a comunicação interna da empresa Brinquelândia. A comunicação é a peça essencial das empresas, onde mostra uma relação de compartilhar o conhecimento e informação entre as pessoas, isso acontece quando a mensagem emitida pelo emissor chega ao seu destino de forma compreensível e correta. O estudo avaliou os processos e meios de comunicação, sua eficácia e mostrou a relevância da comunicação interna para a empresa e seus colaboradores. A pesquisa foi realizada em uma empresa do ramo de brinquedos, artigos de festas e fantasias na cidade de Palmas- TO e aconteceu no período de 10 de março de 2014. Esta pesquisa mostrou a importância da comunicação no relacionamento dos colaboradores juntamente com o nível de comunicação entre os superiores e subordinados e vice e versa, identificando ainda as formas de comunicação usada na empresa. Dos 16 funcionários, 13 participaram da pesquisa, e eles responderam a um questionário com 13 perguntas sendo todas elas fechadas. Percebeu-se na pesquisa que o bom relacionamento parte de uma boa comunicação, da maneira que se transmite as informações e no planejamento do processo de transmissão dessas informações. Ficou claro que a boa comunicação é importante para o relacionamento dos colaboradores, trazendo benefícios para a organização, melhorando a rotina do trabalho, melhorando a qualidade e a produtividade na empresa.

**Palavras-chave:** COMUNICAÇÃO, ORGANIZAÇÃO, RELACIONAMENTO,

### 1. INTRODUÇÃO

Comunicação significa tornar algo comum, seja uma mensagem, uma notícia, uma informação. A comunicação envolve todos os meios e formas de comunicativas de um grupo ou organização em sua esfera, e essa comunicação se baseia na transmissão de uma determinada informação pelo emissor, sujeito o qual é o principal responsável no ato da comunicação, que em algum momento emite uma mensagem ou informação para outras pessoas, as quais são denominadas receptores ou destinatários (CHIAVENATO, 2010).

O processo de comunicação é complexo, pois o emissor pode mandar uma mensagem, mas os receptores podem “ouvir” ou receber uma mensagem diferente (STONER ; FREEMAN, 1999). É notório que o administrador despende cerca de 70% a 80% do seu tempo em comunicação: é o tempo a que se dedica a ler e interpretar relatórios, cartas, telefonemas, e-mails, além de participar de reuniões, trabalhos em equipe, ouvir pessoas, e, é claro, falar, escrever, decidir, esclarecer, lembrar, orientar, reforçar etc. Tudo isso é comunicação. Tudo isso ocupar a maior parte de seu tempo (CHAVENATO, 2010).

Ainda para Chiavenato (2010), na realidade, a comunicação é um processo complexo (Figura 1), as possibilidades de enviar ou receber mensagens de maneiras errada ou distorcidas são numerosas. Outro fator ressaltante no processo de comunicação é a percepção do indivíduo. Toda pessoa tem uma maneira própria de perceber a realidade (TOMASI ; MEDEIROS, 2007).

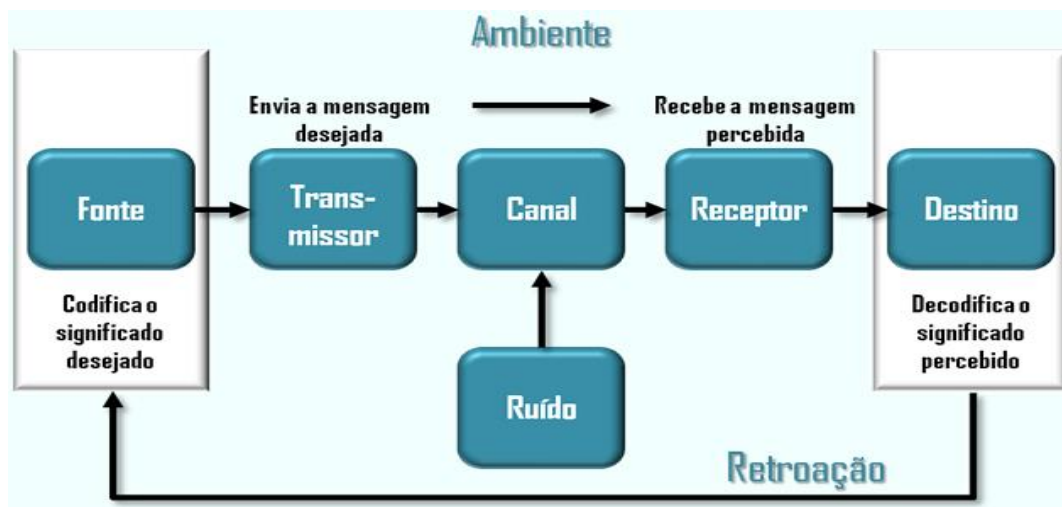


Figura 1 – O processo de comunicação. Fonte: CHIAVENATO, 2010

Primeiro passo para iniciar o processo de comunicação, seja por uma pessoa, grupo ou uma organização, também pode ser chamado de fonte ou de origem. O emissor que inicia a processo, e a mensagem podem transmitir informações, atitudes, comportamento, conhecimento ou alguma emoção ao destinatário. Conforme Koontz (2009, p. 487), “a comunicação começa com um pensamento ou uma ideia do emissor, a qual em seguida é codificada de maneira que possa ser compreendido pelo emissor e pelo receptor”.

Acreditam que sem um motivo, um propósito ou um desejo, o emissor não tem necessidade de enviar a mensagem (STONER ; FREEMA, 1999). O transmissor codifica ou translada a ideia ou significado através de meios verbais, escritos ou não verbais (como símbolos, sinais ou gestos) ou através de uma combinação dos três (CHIAVENATO, 2010).

O canal é o portador da mensagem e é selecionada pelo emissor. O canal é o meio que existe fora do comunicador e que pode ser percebido por todos. O menu de opções para escolha do melhor veículo para cada mensagem nunca foi tão grande e variado (CHIAVENATO, 2010). A autoridade e a experiência percebidas do transmissor são fatores importantes que influenciam a quantidade de atenção que a mensagem receberá (DUBRIN, 2003).

O receptor é a pessoa que recebe a mensagem do emissor. Sem chegar à mensagem até o receptor a comunicação não acontece. Então o receptor é a pessoa na quais seus sentidos captam a mensagem do emissor (STONER ; FREEMAN, 1999). É pessoa, grupo ou organização que dever receber a mensagem e compartilhar seu significado. Para confirma a comunicação, o destino ou destinatário deve proporcionar a retroação ou retro informação (CHIAVENATO, 2010). O ruído se situa entre a emissão e a recepção da mensagem podendo distorcê-la. O ruído, portanto não faz parte nem do emissor nem do receptor, mas é dever do emissor amenizar o ruído para garantir a eficácia da comunicação (MONTANA ; CHARNOV, 2003.).

A comunicação nas organizações depende da qualidade da comunicação pessoal. Se as pessoas de uma organização comunicam-se eficazmente, os processos organizacionais de comunicação tendem a ser eficazes também (MAXMIANO, 2012). A comunicação promove mudanças que podem ser direcionadas positivamente ou não, conforme a capacidade de entendimento ou divergências das partes em interação (PRETTO, 2000).

Existem três tipos de canais formais: as comunicações descendentes, as ascendentes e as horizontais (CHIAVENATO, 2010). A comunicação descendente flui de pessoas dos níveis mais altos até os níveis mais baixos na hierarquia organizacional. Esse tipo de comunicação existe especialmente em organizações com uma atmosfera autoritária (KOONTZ, 2009). A comunicação ascendente é primordialmente não diretiva e, em geral, está presente em ambientes organizacionais participativos e democráticos (KOONTZ, 2009). Comunicação lateral é a que

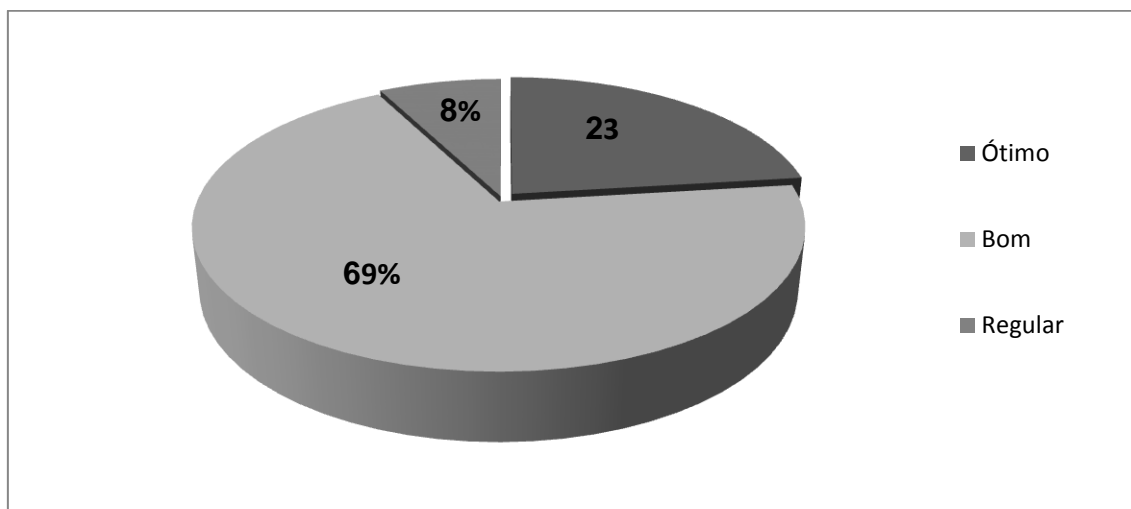
ocorre entre unidades de trabalho do mesmo nível ou entre unidades de trabalho de níveis diferentes, mas que situam em diferentes hierarquias (comunicação diagonal), (MAXIMIANO, 2012).

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada em uma empresa de brinquedos e artigos de festas, localizada na Quadra 104 Sul Rua SE 01 Conjunto 01 Lote 16, bairro plano diretor Sul, na cidade de Palmas. E no dia 10 de março de 2014 foi feito um questionário com 13 perguntas fechadas para coleta dos dados, de 16 funcionários que trabalham na empresa, 13 participaram da pesquisa e os resultados obtidos foram demonstrados em forma de gráfico elaborado no programa Excel pra melhor entendimento das análises.

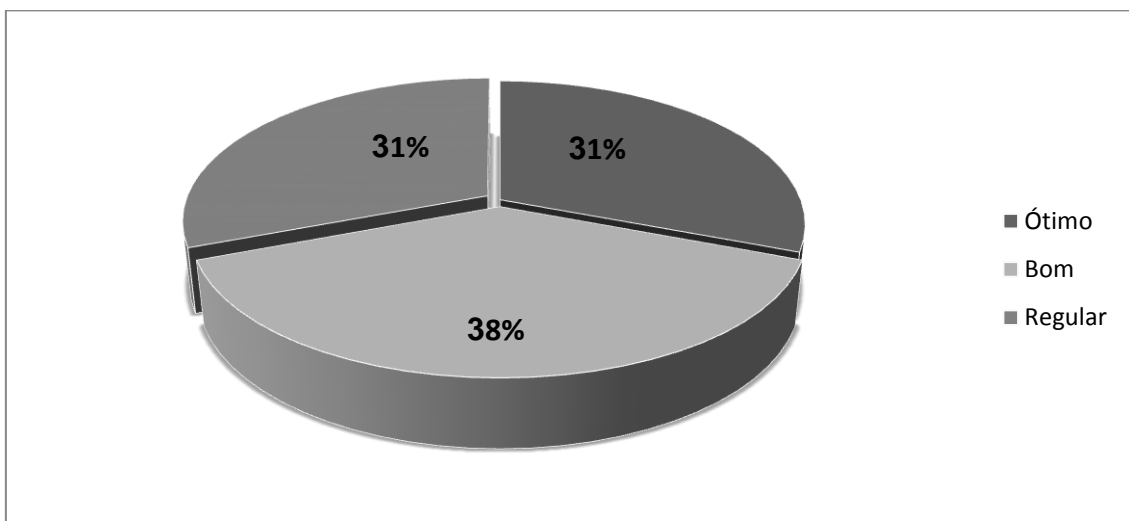
## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi realizada uma entrevista com 13 funcionários, 22% eram do sexo masculino e 77% feminino, 54% apresentou a faixa etária entre 18 a 29 anos, e os outros 46% de 30 a 49 anos. O grau de escolaridade dos participantes foi 85% ensino médio e 15% ensino superior, e desses 54% trabalham na empresa menos de 2 anos e 8% mais de 8 anos. O setor de trabalho ocupado pelos entrevistados foi apresentado da seguinte maneira: 54% nas vendas, 15% no administrativo, 15% no caixa e 15% depósito. O grau de relacionamento e comunicação dos participantes foi de ótimo 23%, 23%, bom 54%, 69% e regular 23% e 8% respectivamente (Figura 2).



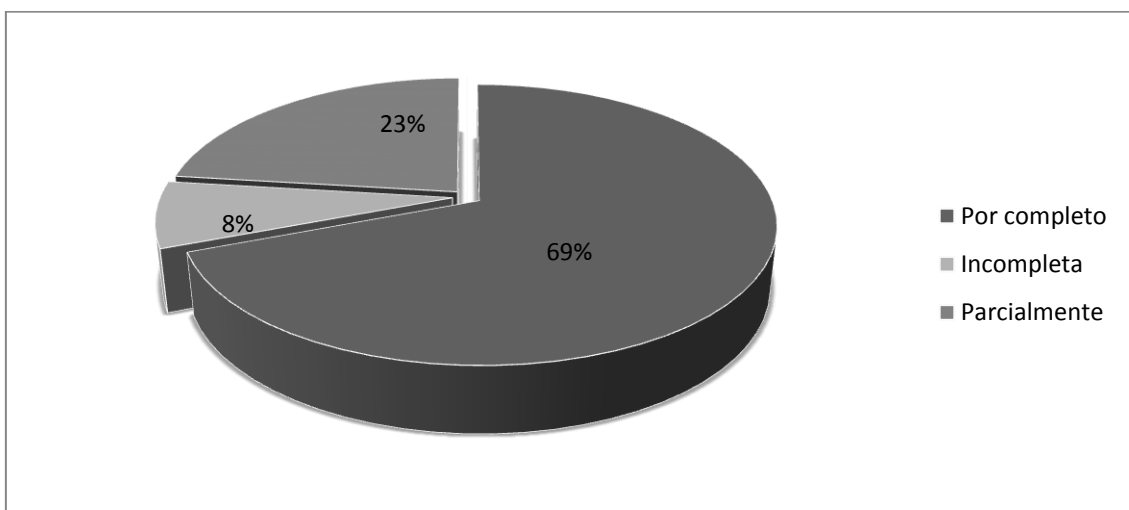
**Figura 2** – Grau de satisfação da comunicação interna da Brinquelândia.  
Fonte: Brinquelândia, 2014

O nível de orientação foi considerado em 31% dos participantes ótimo, regular e 38% bom (Figura 3).



**Figura 3** – Nível que as orientações são repassadas dos superiores para os colaboradores.  
 Fonte: Brinquelândia, 2014.

Considerando que 8% entendem as informações incompletas, 23% entendem parcialmente e 69% completamente (Figura 4).



**Figura 4** – Entendimento das informações recebidas dos superiores.  
 Fonte: Brinquelândia, 2014.

Quanto a melhor forma de comunicação 67% optou pela forma direta e 33% reuniões. Ainda na pesquisa foi considerado o grau de importância das informações para os colaboradores, que obteve resultado de 100% entre os entrevistados, considerou a comunicação interna importante tanto para a organização quanto para os colaboradores. O grau de informações dos colaboradores 42% entende que informação é o repasse de informações da empresa para os colaboradores, 33% entende que informação é todo tipo de informação que ocorre dentro da organização, 8% entende que é a comunicação entre colegas dentro da organização e 17% não tem conhecimento sobre comunicação interna (Figura 5).



**Figura 5** – O grau de entendimento dos colaboradores sobre comunicação interna.  
 Fonte: Brinquelândia, 2014.

## 6. CONCLUSÕES

Após observações e análise das respostas aos questionários aplicados na Brinquelândia, tem como diagnóstico final as seguintes questões: Existe uma insatisfação quanto às relações interpessoais com a chefia, não tendo liberdade para emissão de opiniões, dúvidas e/ou sugestões. Nesse ponto, sugere-se que as reuniões sejam planejadas e informadas o assunto antecipadamente, para que os participantes possam estar cientes da pauta e, assim, poderem participar mais das mesmas. A confecção de um instrumento onde os funcionários possam fazer sugestões, reclamações e Oportunidades de melhoria no trabalho diário de cada setor.

Sugere-se ainda que haja uma conscientização de todas as formas que podem ser utilizadas para os funcionários se comunicarem, além de terem conhecimento das ações da empresa tanto nos aspectos internos, como externos. Ressalta-se que há necessidade que a chefia responda toda e qualquer opinião (sugestão ou reclamação) dos funcionários, mesmo que seja para informar o porque a empresa não pode aceitar ou atender as reivindicações

## REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional**. 2ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- DUBRIN, A. J. **Fundamentos do comportamento organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2003.
- KOONTZ, H. **Administração: uma perspectiva global e empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de Administração: Manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração**. 2ªed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MONTANA, P.; CHARNOV, B. H. **Administração**. 2ªed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- PRETTO, C. B. M. **A auto-organização do sistema cultural sindical, através do processo comunicacional negocial**. Manaus: 2000. (XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação).



STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5ªed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação empresarial**. São Paulo; Atlas, 2007.