

O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: SOCIALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Samuel Ferreira Da Silva¹, Lorene Daphyne Lima Silva², Weder Ferreira Dos Santos³, Jéssica Passarinho Glória¹, Roberto Mauro Guarda⁴, Cláudia Nolêto Maciel Luz⁴

¹Graduando em Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia - UFT. e-mail: samuel.engbiotec@gmail.com; jessicapassarinhogloria@gmail.com;

²Graduanda em Administração da Faculdade ITOP. e-mail: daphnelima@gmail.com

³Docente do Curso de Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia - UFT. e-mail: eng.agricola.weder@gmail.com

⁴Docente do Curso de Administração da Faculdade ITOP. e-mail: robertomaurog@gmail.com; claudia.noleto@gmail.com

Resumo: A comunicação é um ato de relacionar-se com pessoas, seja de uma forma direta ou indireta, através dela compartilha-se informações. Para que ocorra a comunicação é necessário que haja um emissor e que a mensagem chegue ao seu destino final de uma forma clara e objetiva. Este trabalho estudou a comunicação interna de uma Instituição de Ensino Superior em Palmas - TO. O presente estudo, tem como objetivo avaliar os processos de comunicação dentro da organização. A pesquisa foi realizada no dia 08 de junho de 2017. Veremos a importância da comunicação e o relacionamento entre colaboradores e seus líderes. Os entrevistados responderam a um questionário com 14 questões fechadas onde foi possível notar se há um bom relacionamento entre os colaboradores com a instituição, se a instituição mantém seu bom relacionamento ao transmitir uma mensagem, e se os seus métodos de comunicação são eficazes e atingem seu propósito.

Palavras-chave: comunicação, mensagem, relacionamento

1 INTRODUÇÃO

A comunicação tem um papel fundamental em nossas organizações, ela está presente em todo o nosso processo, é através dela que podemos transmitir uma mensagem a um público ou pessoa, fazendo com que um pensamento definido ou codificado possa alcançar o objetivo por meio de estímulo capaz de produzir a ação desejada (FARIA, 1982), estabelecendo assim não somente uma transmissão de mensagens, mas um diálogo, sincronizando e vinculando pessoas a um processo, levando o mesmo a aceitar ou a reagir (KUNSCH, 2003).

O processo de comunicação admite o ato preciso de comunhão de ideias, incluindo um emissor: também chamado de fonte. Sendo esta uma pessoa, grupo ou organização que deseja transmitir alguma uma mensagem, o transmissor: responsável por codificar às ideias, tornando assim a mensagem transmitida mais fácil de ser compreendida pelo receptor e o canal: sendo este o meio escolhido através do qual a mensagem flui entre a fonte e o destino (CHIAVENATO, 2010).

Também há o receptor que é o que interpreta a mensagem fornecendo um significado estando disposto receber essa mensagem para poder decodificá-la em pensamentos (KOONTZ, 2009) e o destino: grupo que irá receber a mensagem emitida, podendo ser emitida de diversas

formas (MATOS, 2005). Neste é possível encontrar barreiras que impossibilitam que a mensagem chegue com sucesso ao receptor, essa barreira é chamada de ruído sendo tudo aquilo que prejudica a comunicação (KOONTZ, 2009).

A comunicação dentro das organizações deve ser de maneira clara e objetiva para que todos possam compreender o que deve ser feito ou não dentro da organização, assim os colaboradores devem estar informados de suas respectivas funções e atividades a serem exercidas. Assim o presente trabalho tem como objetivo analisar o processo de comunicação organizacional de uma universidade em Palmas -TO.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no Instituto Tocantinense de Pós-Graduação, localizada na ACSU SE 40, Conj.02, Lote 16, AV. NS 02, bairro plano diretor Sul, na cidade de Palmas - TO.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário com 14 perguntas fechadas, a pesquisa foi realizada dia 8 de junho de 2017, os resultados obtidos foram demonstrados através de figuras elaboradas no programa Excel para um melhor entendimento, junto com a análise individual, tendo como análise geral os resultados obtidos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em relação à distribuição por tempo de serviço, a figura 1 demonstra que 82% dos colaboradores da Instituição trabalham a menos de 2 anos na organização, sendo que 9% trabalham mais de 3 anos na empresa e 9% trabalham mais de 5 anos. 73% são do sexo feminino e com um percentual de 27% masculino.

Observamos que o tempo de trabalho dos colaboradores são razoavelmente relevantes, por ser uma instituição de ensino nova, os dados apresentados indicam que o público jovem, está mais predominante na área da educação, e demonstra que a instituição de ensino está dando espaço a este público jovem.

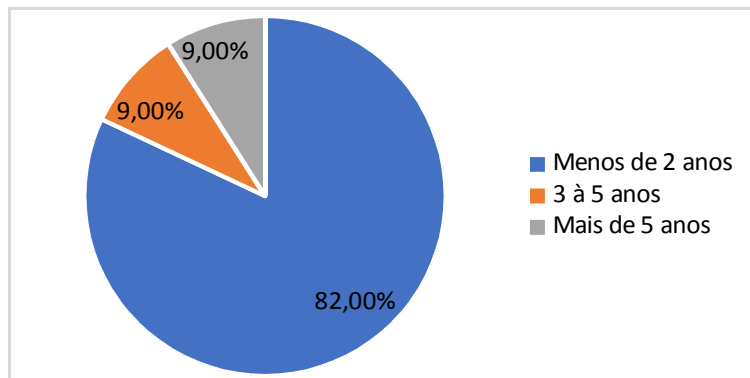


Figura 1 - Distribuição por tempo de serviço.

A figura 2 mostra que a área administrativa está bem distribuída entre as idades dos colaboradores, sendo que está contribuindo no desenvolvimento da organização e tem um grande crescimento. J

á na área pedagógica é visto que 7% é composta por jovens de 18 a 29 anos, e nas demais áreas uma base de 33% de 18 a 29 e 25% de 30 a 49 anos, sendo assim, deduz que a instituição está alocando os colaboradores independente de sua faixa etária, ou ensino nos locais das organizações, fazendo assim que seus colaboradores adquiram uma boa experiência na área.

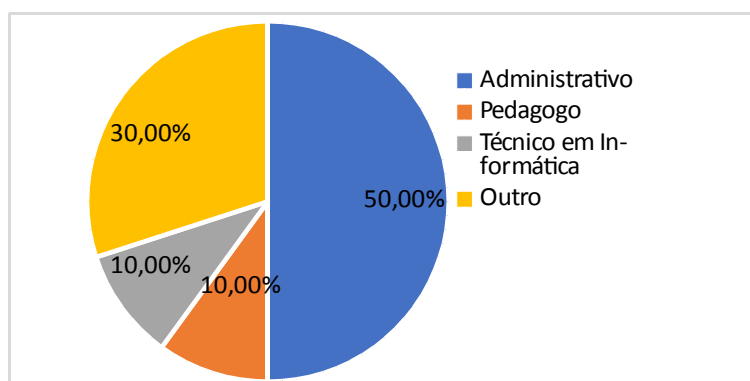


Figura 2 - Distribuição por Setor.

Sobre a satisfação do relacionamento entre colaboradores, a Figura 3 mostra que 60% consideram como ótimo o grau de relacionamento entre os colaboradores, ou seja, a maioria considera um bom relacionamento dentro da empresa, em contrapartida, é possível ver que 10% consideram ruim o relacionamento, sendo assim a instituição pode trabalhar em cima desses 10% para obter um índice de satisfação maior.

Com 90% conclui-se que o grau de satisfação entre os colaboradores é bem satisfatório e promissor, por se tratar de uma empresa onde a maioria de seus funcionários a integra a pouco mais de dois anos.

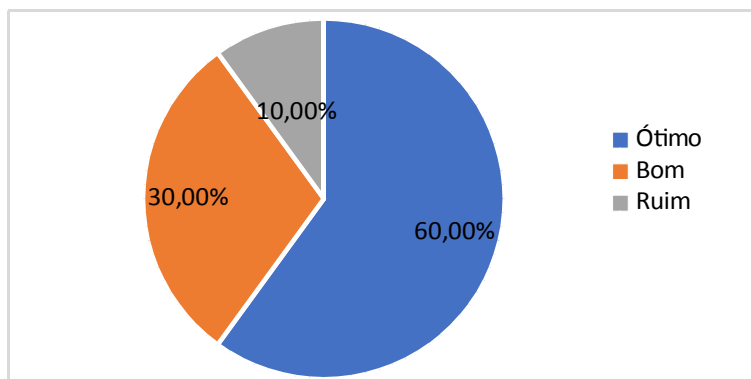


Figura 3 – Distribuição por grau de relacionamento entre colaboradores.

A figura 4 mostra que a maioria dos colaboradores da organização consideram a comunicação interna da instituição como boa, sendo que 100% dessa opinião é do sexo masculino e apenas 43% do sexo feminino, tratando de uma organização mista, é possível identificar que os homens tem uma desenvoltura melhor em questão da comunicação com os colaboradores, predominando também, em 100% a escolaridade que são 100% do ensino médio completo ou que não tenham concluído seu ensino superior, o que mostra que os menos experientes em academia tenha uma comunicação mais desenvolvida dentro da organização.

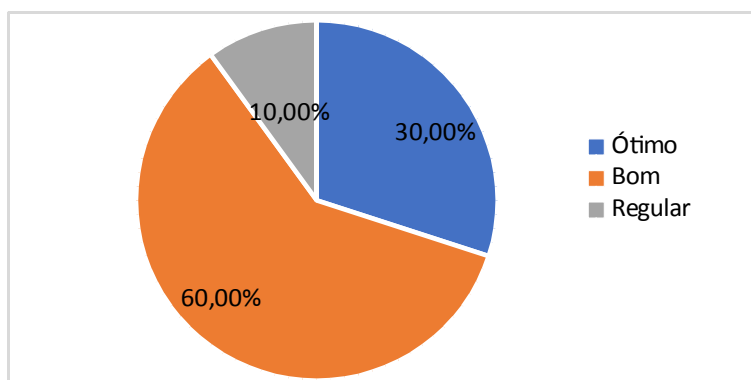


Figura 4 – Distribuição por grau de comunicação interna.

A figura 5 mostra que os gestores das áreas da organização, tem uma boa disseminação da comunicação com seus colaboradores, ficando assim, um fácil entendimento das tarefas repassadas, das comunicações formais e do tratamento com eles. A comunicação do gestor com seu empregado é de fundamental importância dentro da organização, facilitando assim os processos empresariais.

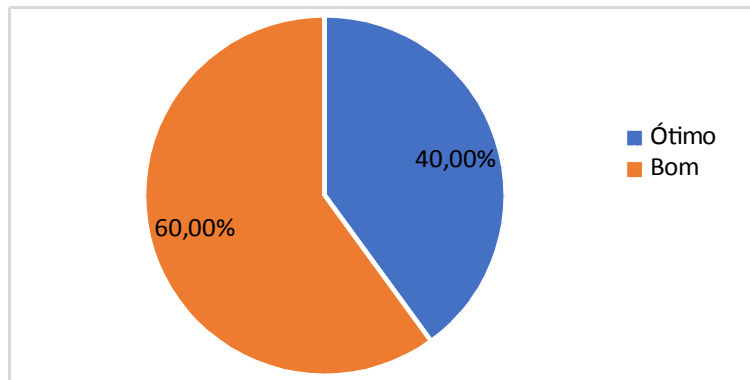


Figura 5 - Distribuição por grau de comunicação entre superiores e colaboradores.

A Figura 6 conforme os dados mostram, a grande maioria diz que as formas de comunicação são o suficiente para executar a disseminação de informações dentro da empresa, com um total de 90% as formas são bem aceitas e bem utilizadas na organização, porém 10% acham que podem ser inseridas mais formas de comunicação ou melhoradas as formas já existentes.

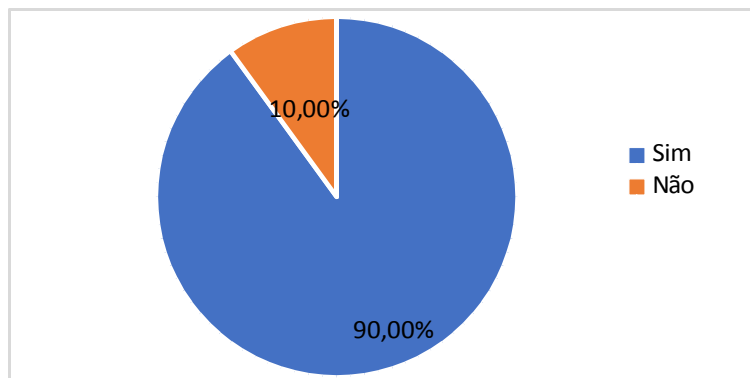


Figura 6 - Distribuição por grau de comunicação existente na empresa.

As formas de comunicação dentro da empresa representam a forma da qual as informações são, sendo assim é primordial que tenham mais de um modo de se comunicarem. A figura 7 mostra que a empresa utiliza mais as reuniões para passarem as informações, por ser um modo mais formal e de melhor entendimento de todos, porém 30% dos candidatos responderam que não sabem como as informações são repassadas, podendo-se deduzir que não sabem de onde vem a informação, apenas fazem o que é repassado.

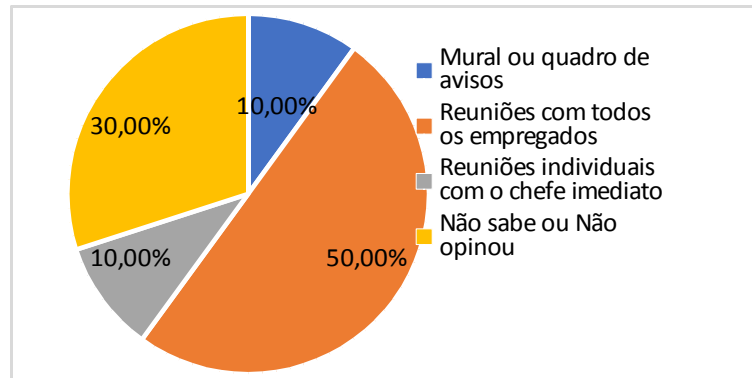


Figura 7 - Distribuição por maneiras de passar informações dentro da organização.

A Figura 8 exhibe onde a informação é repassada diretamente, seja de supervisor, gestor, ou colega da mesma hierarquia, a informação direta conta com 90% da escolha dos colaboradores, confrontando com a figura 6, onde é usada a reunião como mais usada para passar a informações, entretanto, se fosse utilizado mais a comunicação direta, a empresa poderia ter um índice melhor de satisfação dos colaboradores.

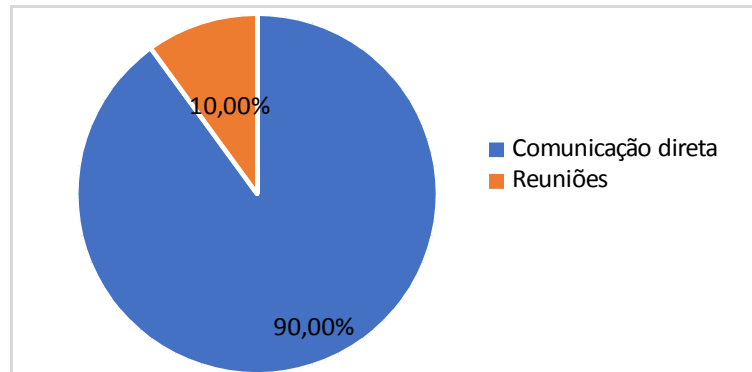


Figura 8 - Distribuição por melhor meio de comunicação para o colaborador.

A Figura 9 diz que 70% dos colaboradores entendem que a comunicação e o processo de comunicação são a comunicação entre colegas dentro da organização, 20% compreendem que é o repasse de informações entre empresa para funcionário, e 10% deles acreditam que é o repasse de informações para os colaboradores, todos possuem uma noção básica dos seus conhecimentos em relação aos processos de comunicação da organização.

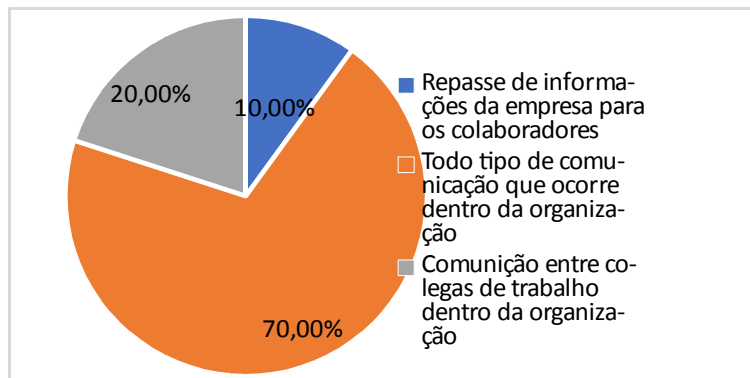


Figura 9 - Distribuição por melhor meio de comunicação para o colaborador.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após observações e análise das respostas dos questionários aplicado na Instituição de Ensino Superior em Palmas - TO, se tem como diagnóstico final as seguintes questões:

Os métodos utilizados pela organização são satisfatórios e a chefia apresenta um bom grau de comunicação com seus demais colaboradores. Pode se observar que esses métodos também abrem espaço para um futuro surgimento de ruídos, o que pode afetar a comunicação dentro da organização.

A organização deve ficar atenta ao menor grau de insatisfação dos colaboradores, e trabalhar em cima deste assunto para a eficácia em seu processo de comunicação.

Com base na pesquisa realizada, é visto que há uma necessidade de sugestões à organização:

Os responsáveis devem trabalhar uma comunicação mais direta com seus colaboradores, permitindo assim que eles entendam melhor os desejos da empresa. Eles devem estar cientes de tudo o que ocorre dentro da organização.

É necessário conscientizar os colaboradores dos métodos utilizados na comunicação entre empregado e empregador, permitindo assim que ambos tenham conhecimentos dos assuntos que estão diante da empresa.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DUBRIN, A. J. **Fundamentos do comportamento organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2003.

FARIA, A. N.; SUASSUNA, N. R. **A Comunicação na organização**. Rio de Janeiro LTC, 1982.

HAMPTON, D. R. **Administração: comportamento organizacional**. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1991.

KOONTZ, H. **Administração: uma perspectiva global e empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MATOS, G. G. **Porque é preciso comunicar?** 2005. Disponível em: <
<http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Entrevista/4112/por-que-e-preciso-comunicar.html>>.
Acesso em: 04 jun. 2017.

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de Administração: Manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MONTANA, P.; CHARNOV, B. H. **Administração**. 2ª ed. 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**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

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