

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR EM PALMAS-TO

Leandro Fernandes Martins

PROIC/ITOP. Email: leandrofernandes11@gmail.com

Weder Ferreira dos Santos

UFT. Email: eng.agricola.weder@gmail.com

Cláudia Nolêto Macie Luz

Faculdade ITOP. Email: claudia.noleto@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo conhecer a comunicação organizacional de uma instituição de ensino superior em Palmas-TO. Com a finalidade de avaliar os fatores que influenciam a comunicação interna, o pesquisador elaborou como instrumento de pesquisa, questionários contendo perguntas fechadas de múltipla escolha, de forma clara e objetiva, para coleta de dados. Os questionários foram aplicados na Faculdade, com data e horários marcados pela direção, de forma a não prejudicar as atividades dos funcionários. A pesquisa foi realizada por meio de questionários, no mês de abril de 2016, com 15 funcionários da Faculdade, ou seja, empregados ativos, deixando-lhes à vontade para responderem. O questionário utilizado para coleta de dados com 14 perguntas fechadas. O estudo do questionário levou-se em conta o percentual das respostas dos funcionários em cada questão, demonstrados através de gráficos. Os métodos que a organização utiliza são satisfatórios, a chefia apresenta um bom grau de comunicação com seus demais colaboradores, podemos 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.

Palavras-chave: Comunicação, Relacionamento, Faculdade.

INTRODUÇÃO

A comunicação tem um papel fundamental em nossas organizações, ela está presente em todo o nosso processo, é através dela que mantemos nossas relações interpessoais. A troca de informações entre indivíduos é o que constitui a relação de comunicação entre o indivíduo e organização.

Os processos de comunicação são essenciais para o funcionamento das organizações, pois através dela os processos gerenciais se interligam. Nas empresas esses processos devem fluir de uma maneira rápida e eficaz, desta maneira todos os colaboradores precisam estar em sincronia com as informações recebidas, seus métodos de comunicação devem abranger todos os departamentos com clareza e atingir seu objetivo de passar a informação.

A comunicação nas organizações depende da qualidade entre a comunicação pessoal de seus colaboradores, se estes se relacionarem bem os processos organizacionais de comunicação tendem a ser eficazes também, utilizando assim todos os métodos disponibilizados pelo estabelecimento.

A necessidade de se obter estes integrados entre si é essencialmente importante para o andamento e funcionamento da mesma, contribuindo assim para o seu processo de comunicação e crescimento interno.

Entende-se que a comunicação é um processo de troca de informações entre dois ou mais indivíduos, pois a comunicação é primordial para projetos e processos pessoais ou profissionais. No entanto são poucos os estudos ligados a comunicação organizacional em instituições de ensino superior no Brasil.

Diante do exposto o presente trabalho tem como objetivo conhecer a comunicação organizacional de uma instituição de ensino superior em Palmas-TO.

REVISÃO DE LITERATURA

Processos de Comunicação

Os processos de comunicação são essências em todas as organizações, entretanto muitas empresas sofrem com a má comunicação entre colaboradores e superiores. A comunicação é a técnica de 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).

Os métodos de comunicação adquiridos muitas vezes não suprem a necessidade da organização, é necessário que a comunicação entre superior e colaborador seja a mais clara possível para atingir suas funções gerenciais com eficácia.

Hoje, podemos definir a comunicação interna como o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública.

Torná-lo mais simples significa facilitar seus processos, influencia suas ações e contribuir em seu crescimento. A comunicação é necessária para estabelecer metas, planos e ações a serem realizado por toda a organização por isso seu método deve ser simples e deve ser obtido como uma ação comum por todos. Através das boas comunicações, é possível aumentar a coordenação administrativa e social, numa verdadeira sincronização de esforços.

Esse processo de comunicação pode ser definido por vários tipos, como por exemplo, as pessoas podem comunicar-se por gestos, telefone, e-mail, até mesmo as empresas podem comunicar-se com seus colaboradores através de cartazes e outras formas, o mais importante e que sua mensagem seja transmitida com sucesso e recebida da mesma forma, que não haja alterações no caminho que a mensagem percorrer.

Os meios de comunicação envolvem todas as formas para comunicar-se com um grupo ou organização ao seu redor. O processo de comunicação inclui um emissor, a transmissão de uma mensagem que deve ser passada através de um canal selecionado (KOONTZ, 2009).

Segundo Maximiano (2012) todo processo de comunicação envolve o emissor, que é o responsável por transmitir a mensagem, já o receptor é o destinatário final, para ele as mensagens são transmitidas por sons, sinais, números, o importante e que essa mensagem

passa por um canal e chegue ao seu destinatário, por isso é necessário a presença do emissor, o receptor, um canal e a mensagem.

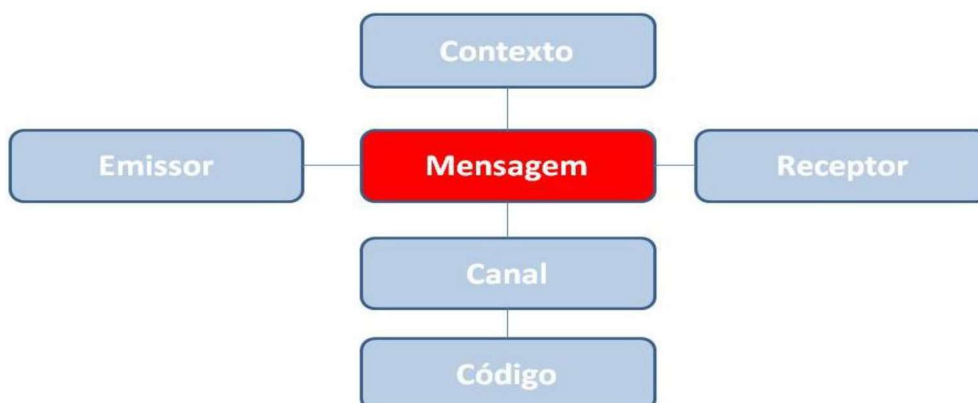


Figura 6: O processo de comunicação.
Fonte: (CHIAVENATO, 2010).
Emissor (fonte)

Em todos os processos de comunicação, é necessário ter um emissor, seja por uma pessoa, um grupo ou organização, este emissor pode ser também chamado de fonte. Fonte é a pessoa grupo ou organização que deseja transmitir alguma ideia ou informação através de uma mensagem (CHIAVENATO, 2010).

Ao dá início ao seu processo a mensagem a ser transmitida pode passar uma informação, uma atitude, um conhecimento entre outras, o importante é escolher o meio mais apropriado para enviar a mensagem.

Segundo Chiavenato (2010), emissor ou fonte: é a pessoa, coisa ou processo que emite a mensagem para alguém. Para ele, o emissor é aquele que transmite a mensagem. A comunicação envolve entre os indivíduos o hábito de transmitir e passar qualquer que seja a informação.

Transmissor

O transmissor é responsável por codificar as ideias, fazendo assim com que a mensagem a ser transmitida torne-se mais fácil de ser compreendida pelo seu receptor. Transmissor ou Codificador: é o equipamento que liga a fonte ao canal, isto é que codifica a mensagem emitida pela fonte para torná-la adequada ao canal. 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).

Assim o transmissor emite a mensagem através do canal selecionado.

Canal: A maneira como a mensagem deve fluir é essencial, escolher bem o canal pelo qual a mensagem deve ser transmitida deve ser bem analisado pelo remetente, para que a mensagem não chegue de uma forma distorcida, evitando assim falhas no seu processo de comunicação.

Canal é o meio escolhido através do qual a mensagem flui entre a fonte e o destino (CHIAVENATO, 2010). O canal é o que transmite a toda a mensagem que é selecionada pelo

emissor, nestes casos os meios escolhidos devem facilitar a todos, estes definem assim o grau de importância que será dado à mensagem.

A autoridade e a experiência percebidas do transmissor são fatores importantes que influenciam a quantidade de atenção que a mensagem receberá (DUBRIN, 2003).

Receptor: Os receptores são os que recebem as mensagens que são transmitidas, quando a informação não é passada até o receptor então a comunicação não acontece. Receptor é o meio ou aparelho que decodifica ou interpreta a mensagem para oferecer um significado percebido (CHIAVENATO, 2010).

Durante a codificação pode ocorrer erros de comunicação, a transmissão da mensagem pode ocorrer de haver ruídos que prejudicaram sua transmissão ao destinatário final. O receptor deve estar disposto à recepção da mensagem para poder decodificá-la em pensamentos (KOONTZ, 2009).

Destino: O Destino é o grupo que irá receber a mensagem emitida, podendo ser emitida de diversas formas. É pessoa, grupo ou organização que deve receber a mensagem e compartilhar seu significado. Para confirmar a comunicação, o destino ou destinatário deve proporcionar a retroação ou retro informação (CHIAVENATO, 2010).

Ruído: Situações indesejáveis prejudicam a comunicação, como barulhos em um ambiente pode prejudicar o desenvolvimento de um pensamento, a falta de comunicação ou atenção pode causar uma recepção imprecisa. Esses fatores podem ser considerados um problema de canal ou de transmissão, acontecendo o ruído. Este ruído prejudica a recepção da mensagem alterando-a.

Ruído e qualquer coisa, da parte do emissor, da transmissão ou do receptor, que prejudica a comunicação (KOONTZ, 2009). Quando nenhum ruído é introduzido na transmissão da mensagem, a informação é transmitida com sucesso e atinge seu objetivo. 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).

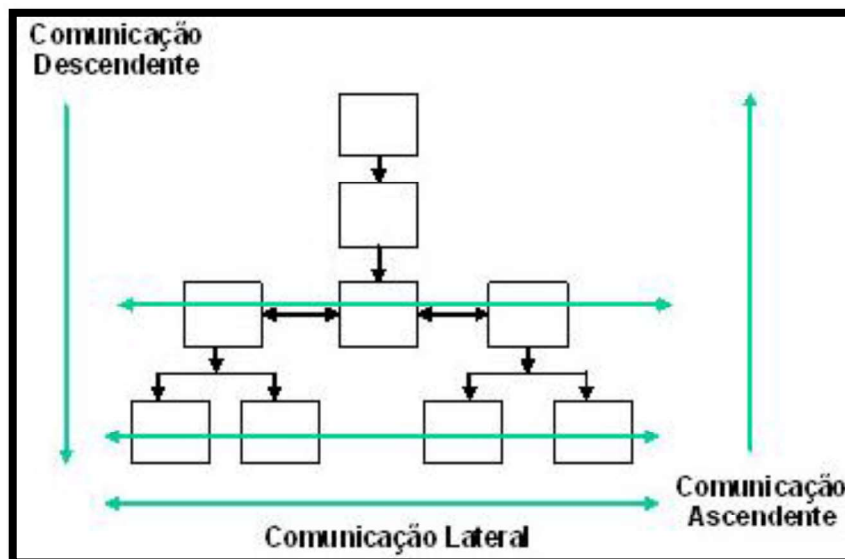
Comunicação Organizacional: Ao se ter uma conversa com alguém acreditamos muitas vezes que a pessoa compreendeu o que se foi passado, sem nos preocupar se o nosso ouvinte deu a devida atenção para a mensagem que foi transmitida, nas organizações o processo de comunicação é essencial, ter a certeza que os colaboradores se comunicam eficazmente em seus processos organizacionais é o que garante o crescimento e sucesso da empresa.

Faz parte da comunicação o conhecimento e estudo dos indivíduos e seus interesses, o planejamento para práticas de comunicação interna contribui na sua implementação dentro do ambiente de trabalho.

Para Koontz (2009), a comunicação dentro das organizações deve fluir cada vez mais rápida, pois tudo que ocorre dentro da organização deve ser de maneira clara e objetiva para que todos possam compreender o que deve ser feito ou não dentro da organização, os colaboradores devem estar informados de suas respectivas funções e atividades a serem exercidas.

Canais formais de comunicação: Os canais formais de comunicação são aqueles que fluem dentro da cadeia de comando ou responsabilidade da tarefa definida pela organização. Existem três tipos de canais formais: as comunicações descendentes, as ascendentes e as horizontais (Figura 2) (CHIAVENATO, 2010).

Figura
Formas



7:
de

comunicação organizacional
Fonte: JORNAL JURID (2014).

Comunicações descendentes: A comunicação descendente é o tipo de comunicação onde ela se desloca da direção até os demais, ela segue assim um nível hierárquico, onde os níveis mais altos transmitem a mensagem.

Este tipo de comunicação existe em organizações com uma atmosfera mais autoritária, para Chiavenato (2010) este tipo de comunicação é vertical, feita para criar uma empatia e gerar um clima de trabalho conjunto para a busca e soluções de problemas.

Comunicações ascendentes: A comunicação ascendente faz parte dos subordinados aos seus superiores, influenciada pela hierarquia organizacional. A comunicação ascendente é primordialmente não diretiva e, em geral, está presente em ambientes organizacionais participativos e democráticos (KOONTZ, 2009).

Comunicação lateral: A comunicação lateral está relacionada à comunicação entre pessoas de igual status, ou seja, que estão em um mesmo nível de trabalho, como por exemplos, os departamentos que possuem o mesmo nível, assim todos possuem responsabilidades e deveres iguais.

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).

ABORDAGEM METODOLÓGICA

A metodologia é o meio pelo qual o pesquisador utiliza para conhecer a real situação, e assim, fundamentar suas decisões durante a realização do trabalho científico. A pesquisa pode ser definida como um procedimento formal, com métodos de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais (LAKATOS & MARCONI, 2006).

O presente trabalho tem como foco analisar os fatores que influenciam a comunicação interna de uma Faculdade, tendo como base a classificação de Vergara (2007), que apresenta dois aspectos à pesquisa: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, pode-se considerar exploratória e descritiva. Exploratória, pois busca fazer um levantamento bibliográfico sobre a comunicação interna para melhor compreensão. Já a descritiva, procura identificar os fatores que influenciam a comunicação interna através de questionários averiguando os fatos recorrentes ao mesmo, a fim de solucionar os problemas encontrados (GIL, 2007).

A pesquisa em questão tem como população 15 funcionários devidamente ativos na empresa. A aplicação dos questionários foi realizada no mês de abril de 2016. O estudo teve uma amostragem 100% dos funcionários pesquisados.

Com a finalidade de avaliar os fatores que influenciam a comunicação interna, o pesquisador elaborou como instrumento de pesquisa, questionários contendo perguntas fechadas de múltipla escolha, de forma clara e objetiva, para coleta de dados. Os questionários foram aplicados na Faculdade, com data e horários marcados pela direção, de forma a não prejudicar as atividades dos funcionários.

A pesquisa foi realizada por meio de questionários, no mês de abril de 2016, com 15 funcionários da Faculdade, ou seja, empregados ativos, deixando-lhes à vontade para responderem. O questionário utilizado para coleta de dados com 14 perguntas fechadas. O estudo do questionário levou-se em conta o percentual das respostas dos funcionários em cada questão, demonstrados através de gráficos.

Estratégia de tratamento e análise de dados

Através do questionário contendo as 14 questões, os dados foram coletados para a presente pesquisa, as informações ocorreram pela forma de tabulação manual, em que todas as perguntas são fechadas, tratados de forma estatística e representadas através de percentuais expressando consistência. O tratamento desses dados foi feito por meio do programa Microsoft Excel 2010.

RESULTADO E DISCUSSÃO

A partir da realização de uma entrevista com 15 funcionários (Figura 3), constatou-se que 27% dos funcionários são do sexo masculino e 73% do sexo feminino. A justificativa pela maioria do sexo feminino, está ligado ao atendimento ao público. Estas ocupam cargos em todos os níveis organizacionais.

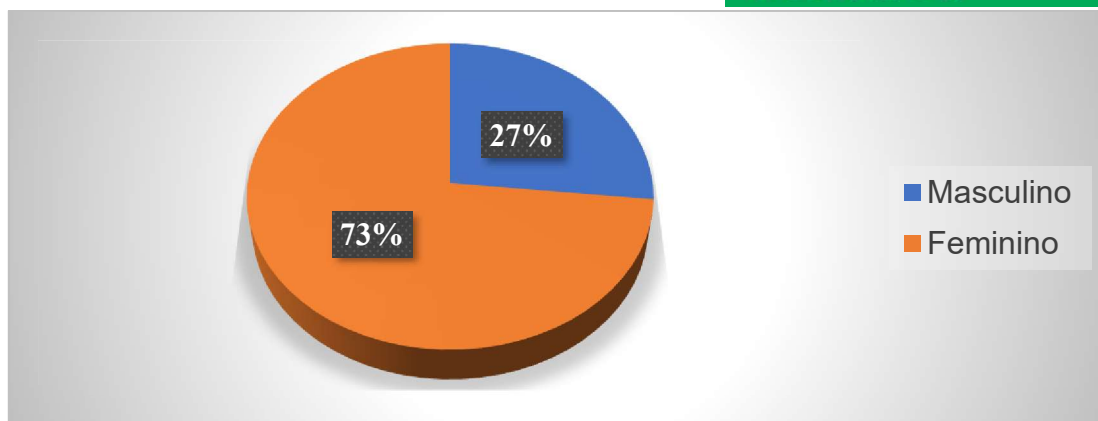


Figura 8: Sexo.
Fonte: ITOP (2015).

Quanto a faixa etária dos funcionários (Figura 4), está entre 18 a 29 anos (47%) e entre 30 a 49 anos (53%). Espera-se que estes jovens (18 a 29 anos) cresçam profissionalmente dentro da organização.

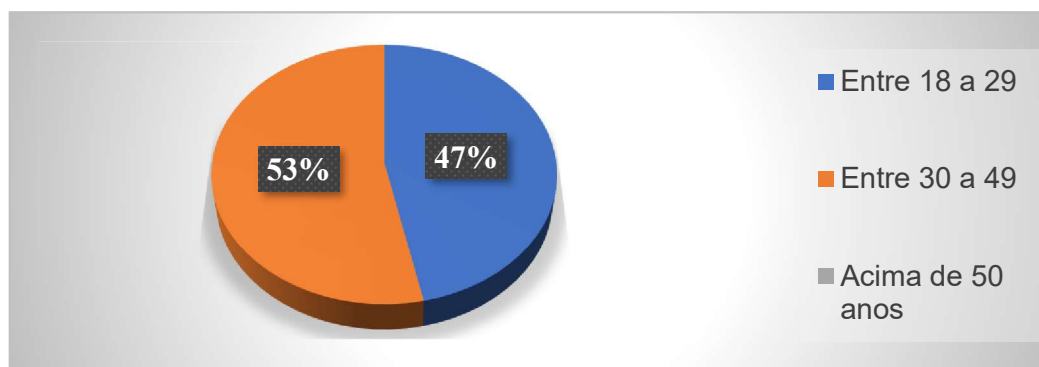


Figura 9: Qual é a sua faixa de idade?
Fonte: ITOP (2015).

Quanto ao grau de escolaridade (Figura 5), 7% os que tem ensino fundamental, 20% os possuem o ensino médio, 13% tem o ensino técnico profissionalizante, e 60% os que já concluíram o ensino superior. Os que tem ensino superior, tem cargos estratégicos na organização, em destaque na figura 7.

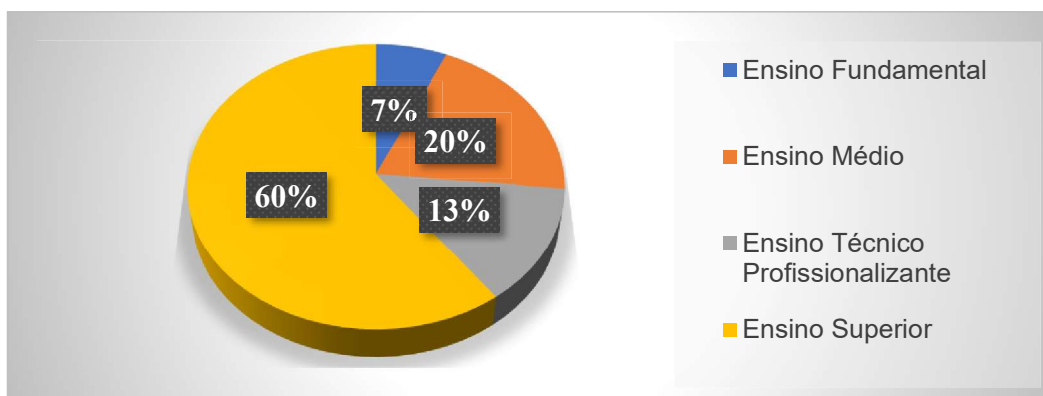


Figura 10: Qual é seu grau de escolaridade?
Fonte: ITOP (2015).

Quanto ao tempo de trabalho dos funcionários na faculdade (Figura 6), observa-se que 40% trabalham na empresa há menos de 2 anos, 20% os que trabalham entre 2 a 3 anos, 13% estão na empresa entre 3 a 5 anos, e 27% os que trabalham a mais de 5 anos. Os que trabalham menos de três anos na organização no total de 60%, a organização deve ter este fluxo de pessoas para retenção de novos talentos.

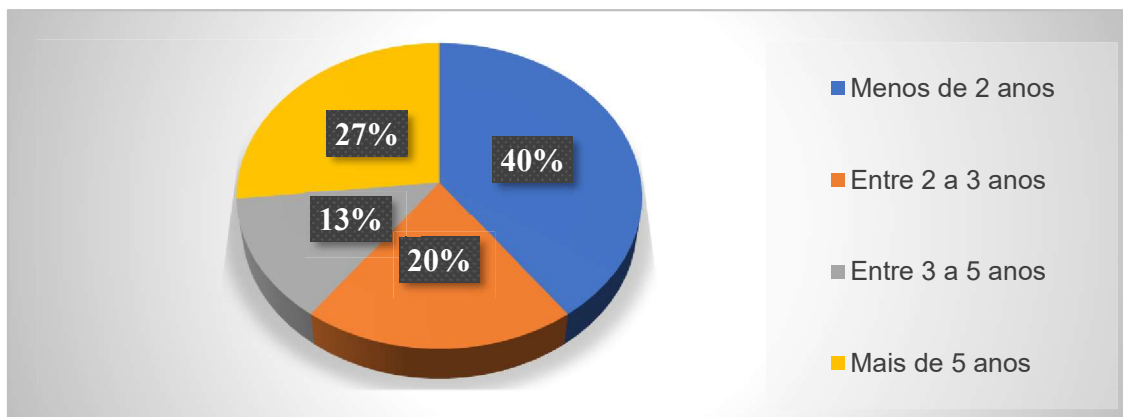


Figura 11: Há quanto tempo você trabalha na Faculdade ITOP?
Fonte: ITOP (2015).

Observamos que a área administrativa (Figura 7), com 40% está bem distribuída entre as idades dos colaboradores, está área contribui no desenvolvimento da organização. Em seguida área financeira com 20%. Estes e os demais setores são estratégicos para a organização, ou seja, todos os setores têm sua contribuição no crescimento da organização.

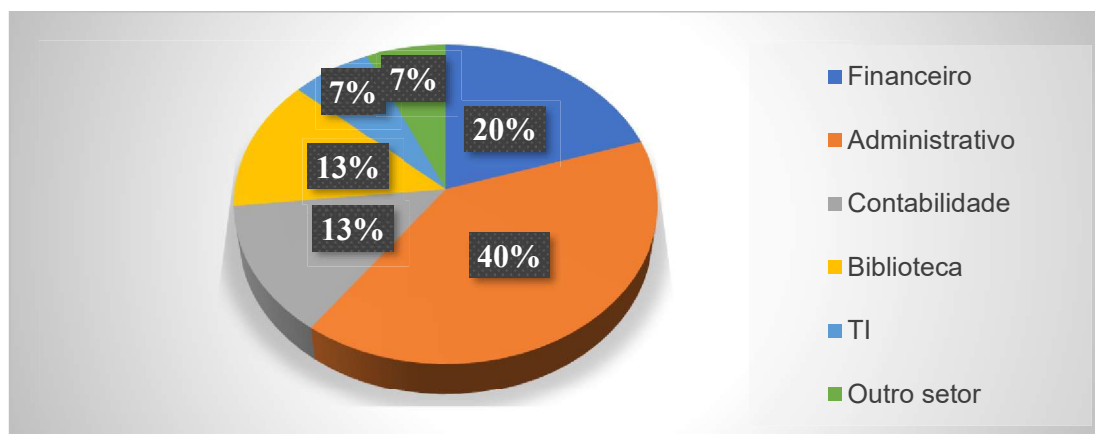


Figura 12: Qual o setor em que você trabalha?
Fonte: ITOP (2015).

Sobre a satisfação do relacionamento entre colaboradores (Figura 8), 53% consideram como ótimo, 40 % como bom e 7% como regular. No total 93% consideram com ótimo e bom, esta informação é muito importante, na solução de conflitos e problemas organizacionais.

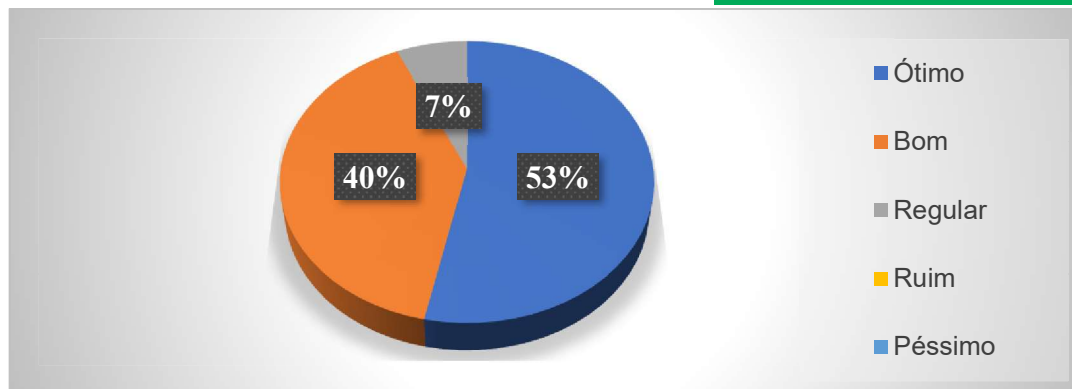


Figura 13: Como você considera o relacionamento entre os colaboradores da Faculdade ITOP?

Fonte: ITOP (2015).

A maioria dos colaboradores da organização consideram a comunicação interna (Figura 9) da Faculdade, considera como ótimo 27%, 46% como bom, 20% com regular e 7% como ruim. Apresenta 73% os que acha a comunicação interna da faculdade com ótimo e bom.

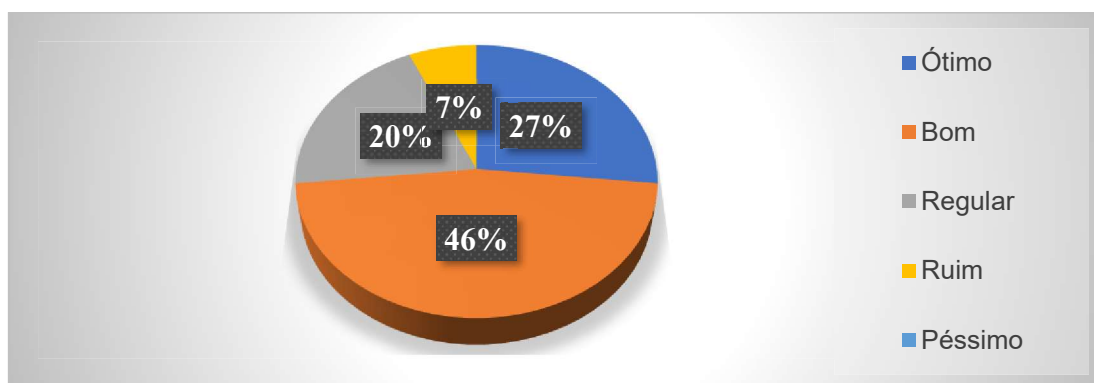


Figura 14: O que você acha da comunicação interna da Faculdade ITOP?

Fonte: ITOP (2015).

Os gestores das áreas da Faculdade, tem uma boa disseminação da comunicação com seus colaboradores (Figura 10), com 40% como ótimo, 53% como bom e 7% como ruim. Apresenta 93% da comunicação entre superiores e colaboradores, a organização não deve diminuir o nível de comunicação ente os membros da Faculdade.

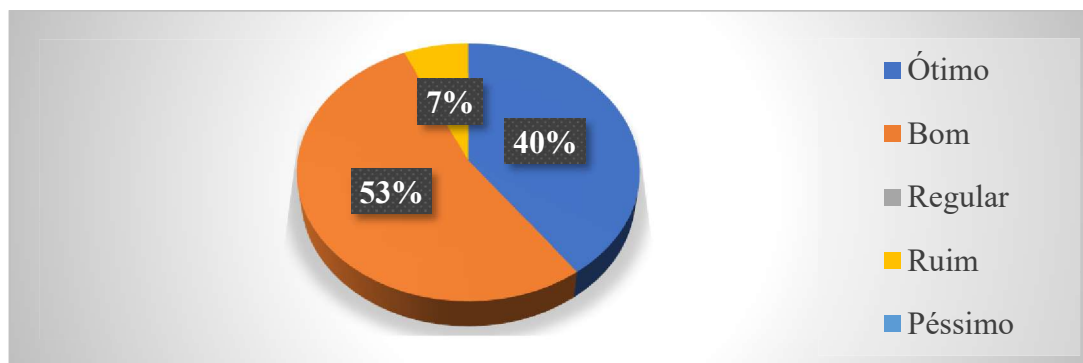


Figura 15: Como é o nível de comunicação dos superiores para os colaboradores?

Fonte: ITOP (2015).

Conforme dados coletados (Figura 11), 100% dos colaboradores entendem a comunicação do superior, mostra que a faculdade tem uma ótima comunicação. O fato de o superior ter uma boa disseminação de suas falas com os colaboradores é essencial para os processos, pois com uma voz ativa, clara e como os colaboradores vão entender, é possível se ter um melhor clima organizacional e resultados mais satisfatórios.

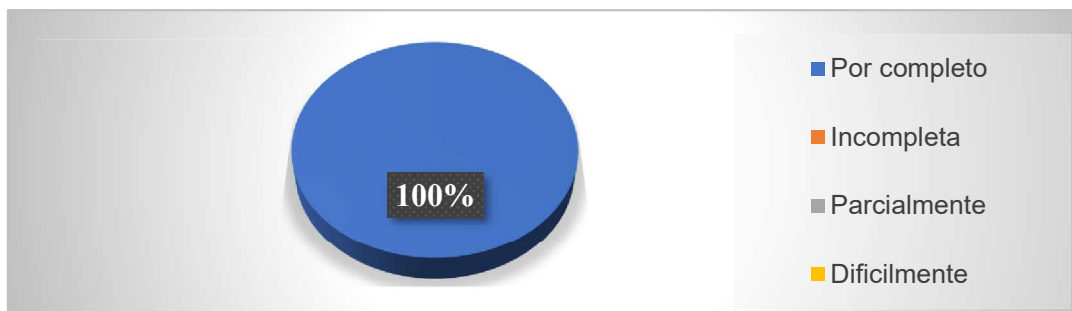


Figura 16: Você entende as informações que recebe de seus superiores?

Fonte: ITOP (2015).

As diversas formas de comunicações dentro da empresa podem variar de acordo com o modo de trabalho e como pode ajudar na comunicação (Figura 12). 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 73% as formas são bem aceitas e bem utilizadas na organização, porém 27% acham que podem ser inseridas mais formas de comunicação ou melhoradas as formas já existentes.

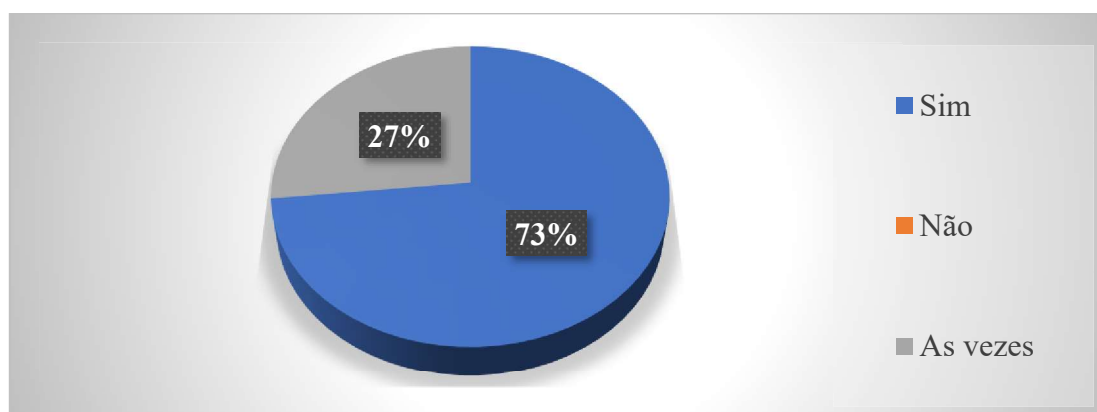


Figura 17: As formas de comunicação existentes na Faculdade ITOP são suficientes para o processo de comunicação entre os setores?

Fonte: ITOP (2015).

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 (Figura 13). Nesse caso, observamos que a empresa utiliza mais as reuniões para passarem as informações, por ser um modo mais formal e de melhor entendimento de todos, porém 13% dos

colaboradores responderam que não sabem como as informações são repassa, podendo-se deduzir que não sabem de onde vem a informação, apenas fazem o que é repassado.

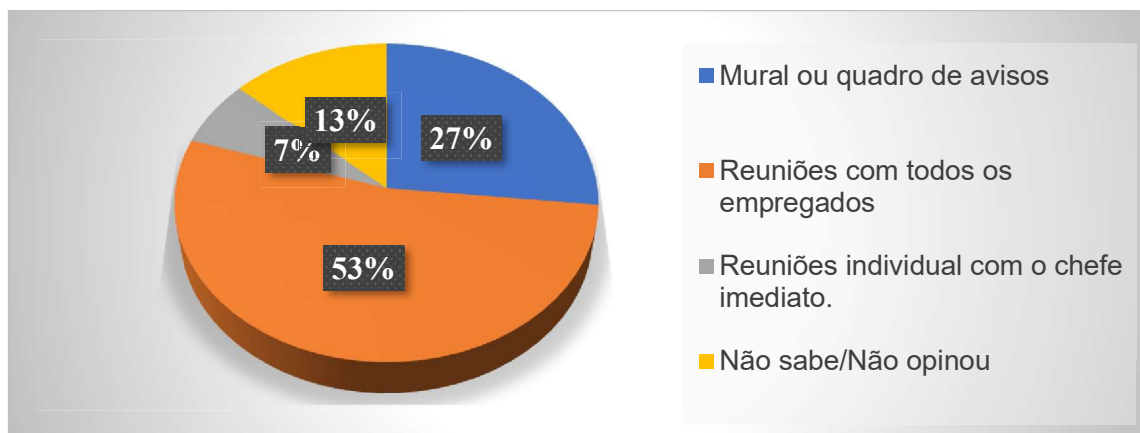


Figura 18: Quais são as formas que a Faculdade ITOP usa para passar informações?
Fonte: ITOP (2015).

Segundo os colaboradores, a melhor forma de comunicação é a Direta (Figura 14), onde a informação é repassada diretamente, seja de supervisor, gestor, ou colega da mesma hierarquia, a informação direta conta com 80% da escolha dos colaboradores, confrontando com a figura 13, 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.

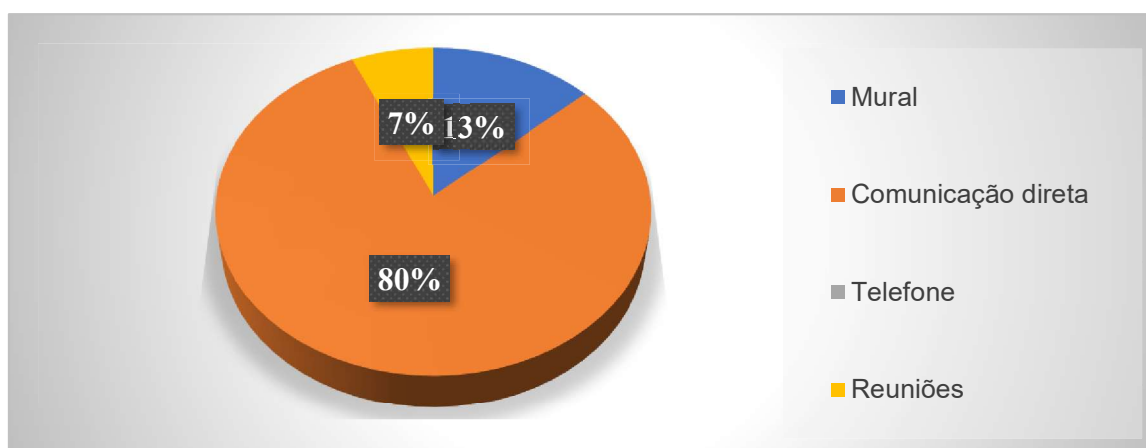


Figura 19: Qual o melhor meio de comunicação para você?
Fonte: ITOP (2015).

Com uma totalidade completa, 100% das pessoas acham a comunicação interna importante, ou seja, as pessoas estão cientes que é necessário ter uma boa comunicação e disseminação de informações para que a empresa possa ter sucesso em seus processos e projetos.

A comunicação interna é essencial nos processos gerenciais, entender esse processo facilita a comunicação entre colaboradores e superiores (Figura 15), notamos que 20% dos colaboradores entendem que a comunicação entre colegas dentro da organização, 20%

compreendem que é o repasse de informações entre empresa para colaboradores, e 60% dos colaboradores entendem que é todo tipo de comunicação que ocorre dentro da organização. Todos os colaboradores possuem uma noção básica dos seus conhecimentos em relação aos processos de comunicação da organização.



Figura 20: O grau de entendimento dos colaboradores sobre comunicação interna.
Fonte: ITOP (2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após observações e análise das respostas aos questionários aplicado no ITOP, tem como diagnóstico final as seguintes questões:

Os métodos que a organização utiliza são satisfatórios, a chefia apresenta um bom grau de comunicação com seus demais colaboradores, podemos observa 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, á uma necessidade de sugestões á organização:

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

Conscientiza os colaboradores dos métodos utilizados na comunicação entre empregado e empregador, permitindo assim que ambos tenham conhecimento dos assuntos que estão diante da empresa.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional**. 2 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.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

JORNAL JURID. **Formas de comunicação organizacional.** 2014. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&docid=LBIs5FSrX2oKNM&tbnid=mL0Tdsy5PHx6DM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fjornal.jurid.com.br%2Fmaterias%2Fdoutrina-civil%2Fas-consequencias-ruídos-comunicacao-organizacional-no-contexto-juridico-em-especial-em-relacao-ao-consumidor&ei=4xqJU5KJJGdqAbl44FI&psig=AFQjCNFg4RpyqK9WF4CBIJ0mJB04X8QAPA&ust=1401580464322414>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

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

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2006.

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

MONTANA, P.; CHARNOV, B. H. **Administração.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatório de pesquisa em administração.** 8 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Recebido em 10 de agosto de 2016.

Aceito em 16 de setembro de 2017.