

OS PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL NUMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR NO RECIFE

Dayssaagleidh de Oliveira Luz¹

Mayara Jennifer Ribeiro²

Renan Rodrigues Xavier de Oliveira³

Rita Patrícia Almeida de Oliveira⁴

Administração



ISSN IMPRESSO 1980-1785

ISSN ELETRÔNICO 2316-3143

RESUMO

Esta pesquisa está direcionada ao estudo da comunicação empresarial, os elementos que a compõem, seus tipos e as barreiras que provocam a interrupção da mesma. Como objeto de estudo e análise de caso tem-se uma Instituição de Ensino Superior Privada, onde através da aplicação de um questionário, foi observada a existência de uma deficiência no processo comunicativo, causando transtornos para aqueles que dependem da organização e se veem mal assistidos quanto à comunicação desta.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Empresarial, Barreiras, Deficiência.

ABSTRACT

This research is directed to the study of business communication, the elements that make it up, their types and the barriers that cause the interruption of the same. As an object of study and analysis of case has been an institution of Higher Education Private, where through the application of a questionnaire, it was observed that there is a deficiency in the communicative process, causing disruption to those who depend on the organization and if they see evil assisted regarding the communication of this.

KEYWORDS

Corporate Communication, Barriers, Disability.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação organizacional necessita de duas formas de comunicação: a interna e a externa. A comunicação interna precisa informar missões, metas e objetivos aos seus colaboradores, visando construir um ente coletivo consistente, cooperativo e engajado. Na comunicação externa, é importante divulgar a imagem institucional, produtos e serviços aos seus públicos externos (mercado, fornecedores, acionistas, consumidores e poderes públicos). E para que haja um bom entendimento do que se deseja transmitir é fundamental a eficácia da comunicação, que ocorrerá quando o que estiver sendo comunicado for adequado ao entendimento do receptor, ou seja, a mensagem deve ser satisfatoriamente codificada pelo emissor e de fácil decodificação do receptor.

O processo de comunicação envolve oito elementos: emissor, codificação, mensagem, mídia, decodificação, receptor, resposta e *feedback*. As pesquisas de opinião, em cada uma dessas etapas, tornam-se ferramenta fundamental para conhecer seu público-alvo, orientar a adequação da mensagem e mensurar reações no âmbito externo. Já ao serem aplicadas internamente fornecerão informações estratégicas com relação à imagem da companhia e de seus produtos e serviços, à satisfação e o orgulho de integrar o quadro funcional da organização, às expectativas gerais desse público, entre outras.

Por meio de uma deficiência observada em uma Instituição de Ensino Superior (IES) privada, este estudo se mostrou essencial para entender os pontos de erros e encontrar a solução mais eficaz para obter-se uma melhor comunicação no âmbito empresarial analisado e suprir as necessidades apresentadas por estudantes. Esse estudo tem por principal finalidade apresentar os problemas gerados aos estudantes a partir de uma má comunicação interna numa Instituição de Ensino Superior privada. Além de identificar as consequências trazidas pela má comunicação ao dia a dia dos estudantes, a pesquisa tem o intuito de descrever os elementos necessários para obter-se uma comunicação eficaz.

2 A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Denomina-se comunicação empresarial o conjunto de modelos ou instrumentos de ações que a empresa utiliza para falar e se fazer ouvir. Interna e externamente a informação prestada por ela corresponde a uma estratégia. A comunicação externa compreende toda a informação que esteja relacionada com as atividades que esta empresa desenvolve. Essa informação tem o sentido de promover a imagem da empresa, normalmente por meio de divulgação na imprensa dos acontecimentos que a empresa realiza (BAHIA, 1995). Para Kunsch, (1995, p. 92) a comunicação institucional permite à organização “ter um conceito e um posicionamento favorável perante a opinião pública”, isto é, a construção de sua credibilidade. Essas ações são desenvolvidas em torno da gestão da sua imagem institucional, constituindo um fator favorável para seu sucesso.

Já a comunicação interna, envolve as interações, os processos de trocas e os relacionamentos dentro de uma instituição. Também chamada de Endocomunicação, a comunicação interna é responsável pela circulação das informações, do conhecimento, facilitando as relações e as colaborações dentro da organização, podendo ser de forma vertical, ou seja, da direção para os níveis subordinados; e horizontal, entre os colaboradores no mesmo nível hierárquico.

Para Torquato (2002, p. 54):

[...] comunicação interna contribui para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços à expansão das suas linhas de produtos, isto é, os empregados são parceiros e quanto mais bem informados estiverem, mais envolvidos com a missão e negócio da empresa estarão.

A comunicação interna nas organizações desenvolve um clima favorável entre os funcionários; agiliza as tomadas de decisões; cria uma boa imagem empresarial; e principalmente, promove inclusão, motivação e sensação de pertencimento. Segundo Torquato (2002, p. 34) “a comunicação interna proporciona meios para promover maior integração dentro da organização mediante diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis”.

A comunicação interna precisa atrair e envolver seus colaboradores para que haja um bom comprometimento e interatividade na empresa, provocando melhores resultados organizacionais.

Os fluxos, métodos e canais permitem o estabelecimento de diferentes tipos de relações na comunicação interna, que de acordo com Gerhard Maletzke (1970) podem ser classificados em:

1. Comunicação direta-recíproca-pública: uma assembleia geral com todos os funcionários, onde cada um exporá opiniões e problemas, publicamente ao gerente;
2. Comunicação direta-unilateral-privada: uma conferência do diretor para um grupo de gerentes;
3. Comunicação direta-unilateral-público: um discurso do Presidente para todos os funcionários;
4. Comunicação indireta-recíproca-privada: conversa entre dois funcionários por telefone;
5. Comunicação indireta-recíproca-pública: troca de ideias entre um superior e subordinado;
6. Comunicação indireta-unilateral-privada: um comunicado interno, escrito, de um gerente para um supervisor;
7. Comunicação indireta-unilateral-pública: comunicação coletiva, mensagens transmitidas por meio de publicações para empregados.

2.1. RUÍDO

Em diversas ocasiões, a eficácia da comunicação é afetada pelo ruído, que aqui se apresenta como falha na mensagem, por um erro ocorrido durante o processo de comunicação.

Chama-se ruído toda a perturbação aleatória que intervém na comunicação da informação e que, por isso, degrada a mensagem, que se torna errônea. O ruído é, portanto, desordem que, desorganizando a mensagem, torna-se uma fonte de erros. (MORIN, 1982, p. 167).

O ruído interrompe o processo de transmissão e se faz necessário o uso de códigos redundantes para introduzir elementos de controle na mensagem. Esses códigos devem possuir significados de conhecimento do emissor e do receptor para que a comunicação seja eficaz.

O ruído pode gerar uma diversidade de problemas organizacionais, colocando em risco a saúde do ambiente e dificultando a continuidade dos processos. Ele ocorre por uma falha vinda do emissor ou do receptor. Eles podem ser físicos, ocasionados por dificuldades de compreensão, que está relacionado com a semântica e dicção. E podem ser culturais, que ocorrem quando falta repertório para que a mensagem seja compreendida. O ruído provoca um bloqueio na comunicação quando a mensagem não é recebida e a interrupção da mesma ocorre. Ou a filtragem, quando a comunicação é efetuada, porém a mensagem é parcialmente recebida.

Uma organização com um alto índice de ruídos em sua comunicação, não pode se considerar possuidora de uma comunicação eficaz, mesmo que esta funcione em determinados casos. O ruído deve ser eliminado em todos os casos. No ambiente empresarial, a comunicação é determinante para o sucesso da mesma, pois ela define aspectos e processos essenciais no dia a dia. A mensagem deve ser recebida e transmitida de forma integral e sem alterações ocasionadas por fatores pessoais do receptor ou emissor.

2.2 ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO

Para se obter uma comunicação eficaz, é necessário que esta possua cinco elementos fundamentais desse processo:

- Emissor: quem emite ou transmite a mensagem para alguém;
- Receptor: aquele a quem se dirige a mensagem, ou quem recebe a informação;
- Mensagem: a informação transmitida;
- Canal: é o meio físico ou técnico por onde circula a mensagem;
- Código: é um conjunto de sinais e regras organizadas.

O desenvolvimento da comunicação possui, ainda, mais três elementos que compõem o entendimento do receptor. Eles são essenciais para a eficácia da comunicação. São eles:

- Decodificação: é quando o código usado pelo emissor é compreendido pelo receptor;
- Resposta: é a mensagem emitida pelo receptor;
- *Feedback*: é a compreensão total da mensagem e o resultado final obtido na comunicação.

No processo comunicativo, possuir esses oito elementos permite o sucesso e a total eficiência da comunicação.

3 METODOLOGIA

Nossa pesquisa tem caráter qualitativo, etnográfico e bibliográfico. Tendo como público alvo os alunos do sétimo e oitavo período do curso de Bacharelado em Administração do turno Matutino, foi desenvolvido em uma instituição de Ensino Superior privada situada na cidade de Recife. Nosso procedimento metodológico foi a aplicação de questionário, onde os alunos tiveram a oportunidade de expressar sua opinião sobre a temática.

4 ANÁLISE DE DADOS

Analisando esses aspectos da comunicação em um ambiente empresarial e, cruzando com informações obtidas em uma organização específica, um estudo aprofundado fez-se necessário, para julgar o quanto o déficit na comunicação em uma organização interfere na continuidade dos processos e dificulta a compreensão pelas partes envolvidas. Para entender a dimensão desta falha, foi utilizado um questionário com alunos da IES Privada estudada neste artigo.

Questão 1 – Qual o meio de comunicação da Faculdade que você estuda passa as informações para os alunos?

Categorias	Nº de pessoas participantes
Intranet	11
Folheto/Cartazes	4
Comunicação Direta	4
E-mail	3
SMS	3
TOTAL	25

Fonte: Autores, 2015.

Quando perguntado qual o meio de comunicação utilizado pela instituição, a maioria dos entrevistados respondeu que o meio de comunicação utilizado é a intranet.

Questão 2 – Você está satisfeito com a ferramenta que sua Faculdade utiliza para se comunicar? Por quê?

Categorias	Nº de pessoas participantes
NÃO	14
SIM	11
TOTAL	25

Fonte: Autores, 2015.

Quando perguntado se os entrevistados estavam satisfeitos com a ferramenta de comunicação da faculdade, a maioria respondeu que não está satisfeita e o motivo dessa insatisfação é que na maior parte dos casos, a informação chega em cima da hora ou não chega às partes interessadas.

Questão 3 – Você acha que os funcionários da Faculdade estão bem instruídos sobre a informação que os alunos querem saber?

Categorias	Nº de pessoas participantes
NÃO	13
SIM	12
TOTAL	25

Fonte: Autores, 2015.

Quando perguntado se os funcionários da instituição estão bem instruídos sobre a informação que os alunos querem saber, a maioria respondeu que não.

Questão 4 – A possível falta de comunicação da coordenação da Faculdade já prejudicou de alguma forma a aprendizagem em sala de aula? De que forma?

Categorias	Nº de pessoas participantes
NÃO	15
SIM	10
TOTAL	25

Fonte: Autores, 2015.

Quando perguntado sobre a possível falta de comunicação da faculdade e se ela já tinha atrapalhado a aprendizagem, a maioria respondeu que não atrapalhou na aprendizagem, mas fez com que os alunos perdessem alguns eventos proporcionados pela instituição. E a falta de comunicação em relação a avisos, como por exemplo, não ter aula, fazendo com que os alunos se locomovessem à faculdade em vão.

Questão 5 – O que você aconselharia a coordenação para melhorar a comunicação interna entre os colaboradores e seus alunos?

Quando pedido sugestões para a melhoria da comunicação interna quatro pessoas não responderam, cinco disseram que não deveria haver mudanças e a maioria sugeriu que fossem disponibilizados mais meios de comunicação, e que a comunicação direta deveria existir com mais frequência, pois foi mencionado como o mais eficiente meio de comunicação quando bem repassado. Também foi mencionado que a coordenação deveria instruir melhor os colaboradores em relação ao repasse das informações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ficou evidente, por meio da pesquisa e do estudo aprofundado do processo comunicativo, que a Instituição de ensino superior privada analisada, possui uma sucessão de erros em sua comunicação, sobretudo interna e que medidas devem ser tomadas. Começando do ponto em que a instituição deve reconhecer o déficit e trabalhá-lo junto às partes interessadas de modo que a comunicação utilizada seja eficiente e eficaz, atendendo a todas as necessidades do público envolvido.

REFERÊNCIAS

CARLOS, W. A.; BOTTENE, M. A. V. Comunicação Empresarial. **Maiêutica – curso de administração**. Rio Grande do Sul, v.1, 2012. p.109-115.

CURVELLO, J. J. A. **Comunicação interna e cultura organizacional**. 2.ed. rev. e atual. Brasília, Casa das Musas, 2012.

INTERCON, Google Acadêmico. **Comunicação para qualidade nas universidades** [on-line]. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/104977973116660075091534374454669754103.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2015.

ITO, M.; TOMIYASU, L. **Análise da dificuldade de comunicação entre o analista de requisitos e usuários**. São Paulo, 2014.

KELLER, K. **Comunicação organizacional, sobrevivência empresarial**. 2.ed. São Paulo: Olho D'Água, 2006.

REGO, F. G. T. do. **Comunicação empresarial/comunicação institucional:** conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 11.ed. São Paulo: Summus, 1986.

VIANA, F. **Comunicação empresarial de A a Z.** São Paulo, SP: CLA, 2004.

Data do recebimento: 10 de Agosto de 2015

Data da avaliação: 12 de Agosto de 2015

Data de aceite: 13 de Agosto de 2015

-
1. Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração – FACIPE. E-mail: dayssaa_dolhp@hotmail.com
 2. Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração – FACIPE. E-mail: mayara_jennifer@hotmail.com
 3. Graduando do Curso de Bacharelado em Administração – FACIPE. E-mail: renanrudrigues@hotmail.com
 4. Doutora em Ensino das Ciências pela UFPE. Professora da Disciplina de Trabalho de Curso pela FACIPE. E-mail: ritapatricia.porto@hotmail.com