

## COMUNICAÇÃO INTERNA E SUAS FERRAMENTAS

ORTIZ, Hallana Pereira Ortiz<sup>1\*</sup>  
ROSA, Vinícios Oliveira da Rosa<sup>1</sup>  
AVILA, Mateus Barreto de Avila<sup>1</sup>  
PEREIRA, Marcus Vinícius Sittone Pereira<sup>2</sup>  
RANGEL, Darlan Maurent Rangel<sup>2</sup>  
FERREIRA, Loren Formiga de Pinto Ferreira<sup>2</sup>  
AVILA, Francine Nunes Avila<sup>2</sup>

**RESUMO:** A comunicação interna é muito importante para as organizações, já que as pessoas necessitam de orientação e de interação para que haja um processo de trabalho eficiente, sendo que essa comunicação não seria possível sem as ferramentas que a transmite. O seguinte artigo tem como objetivo discutir sua importância e identificar as ferramentas de comunicação interna da organização e avaliá-las, identificar um possível problema de comunicação, e sugerir uma possível solução. Foi aplicada uma pesquisa com 30 colaboradores de uma organização da cidade de Bagé, visando identificar qual dentre as principais ferramentas de comunicação é mais eficiente ou mais ineficiente. Os resultados mostraram que a maioria dos respondentes considera que o email corporativo, os ramais e as redes sociais corporativas são ferramentas eficientes, porém grande parcela dos pesquisados responderam que há interferência nessas ferramentas, isso acontece por causa das ferramentas desatualizadas. Observou-se também que alguns dos pesquisados consideram que a linguagem empregada interfere na comunicação da empresa, pois uma linguagem mal empregada pode causar problemas de filtragem, bloqueios e ruídos na comunicação. Com os resultados obtidos da empresa conclui-se que os telefones (ramais) encontram-se desatualizados, o que gera ineficiência nesta ferramenta. A fim de solucionar o problema foi sugerida a substituição dos telefones antigos, por telefones mais novos e sem fio. Pode-se também afirmar que as redes sociais corporativas é considerada pelos colaboradores da empresa, uma ferramenta eficiente, porém há interferência nesta ferramenta, isso acontece por causa da invasão de privacidade, pois o número pessoal é o mesmo utilizado para negócios de trabalho. No entanto aconselha-se que a empresa disponibilize aparelhos celulares e chips, para que essa ferramenta não interfira na vida pessoal de seus colaboradores. Pode-se concluir que a comunicação dentro da organização, deve ter uma linguagem bem empregada, para que haja uma comunicação mais eficiente.

**Palavras-chave:** Comunicação, ferramentas, importância.

**ABSTRACT:** Internal communication is very important for organizations, since people need guidance and interaction so that there is a process of work, and that communication would not be possible without the tools that transmit it. The following article aims to discuss its importance and identify the organization's internal communication tools and evaluate them, identify a possible communication problem, and suggest a possible solution. A survey was applied with 30 employees from an organization in the city of Bagé, aiming to identify which one of the main communication tools is more efficient or more inefficient. The results showed that the majority of respondents consider that corporate e-mail, extensions and corporate social networks are efficient tools, but large portions of those surveyed responded that there is interference in these tools, It happens because of outdated tools. It was also observed that some of the respondents consider that the language employed interferes in the communication of the company, because a poorly employed language can cause problems of filtering, blockages and noises in the communication. With the results obtained from the company it is concluded that the phones (extensions) are outdated, which generates inefficiency in this tool. In order to solve the problem it was suggested the replacement of the old phones, by newer and wireless phones. It can also be stated that corporate social networks are considered by the company's employees, an efficient tool, but there is interference in this tool, this happens because of the invasion of privacy, because the personal number is the same used For business work. However, it is advisable that the company make available cellular devices and chips, so that this

<sup>1</sup> Discentes do Curso de Administração, Nível 1 2018/1- Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

<sup>2</sup> Docentes do Curso de Administração, Nível 1 2018/1 - Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

\*E-mail para contato: hallanapereiraortiz@gmail.com

tool does not interfere in the personal life of its employees. It can be concluded that communication within the Organization must have a well-empr language

**Keywords:** Communication, tools, importance.

## 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As ferramentas de comunicação empresarial nos dias de hoje são de extrema importância dentro das organizações, pois sem elas os níveis organizacionais não poderiam se comunicar de uma forma rápida e eficiente, tendo em vista que, atualmente essa velocidade e eficiência devem servir para a propagação de informações que poderão otimizar a produção dentro da organização.

Para Mariana Schuler em comunicação estratégica (2004, p.11), “a comunicação está presente em todas as formas de organização conhecidas na natureza, tanto que se pode afirmar que é a única maneira de haver organização é através da comunicação”.

Observando isso, o seguinte artigo tem como objetivo geral identificar as principais ferramentas de comunicação interna da organização e avaliá-las, buscando identificar um possível problema de comunicação, e sugerir uma solução aplicável para determinado problema. E tendo como objetivos específicos: discutir sobre a comunicação empresarial, sua importância, suas ferramentas e as falhas que possam existir dentro das organizações.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Referencial Teórico

#### 2.1.1 Comunicação Empresarial interna

Antes de falar sobre a importância da comunicação, é necessário saber o que é comunicação.

Segundo Albuquerque e Van Dal (2016, p. 96, apud LIMA, 2004, s/p)

A palavra comunicação, tem sua origem no substantivo latino communicationem (século XV), que significa “ação de tornar comum”. Sua raiz é o adjetivo communis, comum, que significa “pertencente a todos ou a muitos” e o verbo communicare, comunicar, que significa “tornar comum, fazer saber”.

No início dos tempos e até hoje, as pessoas usam a comunicação para trocar informações, esse processo só se realiza quando há um emissor e um receptor, que interpreta a mensagem recebida, essa mensagem pode ser gestos, sinais, ou até mesmo a própria linguagem seja ela português, inglês, espanhol, etc.

Para compreender melhor como funciona uma comunicação, usar algum modelo facilita essa compreensão, observar a relação que esses elementos têm entre si é de grande valia.

Segundo Albuquerque e Van Dal (2016, p. 103, apud Matos, 2009, p. 5) estes são os elementos da comunicação:

Emissor: aquele que, num dado momento, emite uma mensagem para um receptor ou destinatário.

Receptor: um dos protagonistas do ato da comunicação, aquele a quem se dirige a mensagem, aquele que recebe a informação e a decodifica, isto é, transforma os impulsos físicos (sinais) em mensagem recuperada.

Mensagem: comunicação, notícia ou recado verbal ou escrito. Estrutura organizada de sinais que serve de suporte à comunicação. A mensagem é o objetivo da comunicação.

Ruído: todo sinal considerado indesejável na transmissão de uma mensagem por um canal. Tudo o que dificulta a comunicação, interfere na transmissão e perturba a recepção ou a compreensão da mensagem.

Canal (meio de comunicação): todo suporte material que veicula uma mensagem de um emissor a um receptor, através do espaço e do tempo. Meio pelo qual a mensagem, já codificada pelo emissor, atinge o receptor, que a recebe (em código) e a interpreta (decodificada).

Código: conjunto de signos relacionados de tal modo que estejam aptos para a formação de transmissão da mensagem. Por exemplo, escrita é um código que permite transformar uma mensagem acústica em uma mensagem gráfica.

Codificação: ato de transformar uma mensagem de acordo com regras predeterminadas, para convertê-la em linguagem.

Decodificação: interpretação de uma mensagem, pelo receptor, de acordo com um código predeterminado.

Quando essa comunicação se realiza por meio de uma linguagem falada ou escrita, ela vai se chamar comunicação verbal, esse tipo é exclusivo dos seres humanos e é de grande valia no meio da sociedade. A comunicação não verbal é um outro tipo de passar a informação, mas ela é feita através de gestos, imagens ou até mesmo expressões faciais.

### Comunicação Empresarial

Dentro de uma organização seja ela com ou sem fins lucrativos, a comunicação é de suma importância, pois é através dela que será passada as informações sobre onde a empresa deseja chegar, às metas a alcançar, os elogios, as críticas, as mensagens de promoções e avisos em geral.

A comunicação empresarial tem por essência a integração e a participação, incorporando ações voltadas para seus stakeholders (todos os públicos de interesse): funcionários, clientes, entidades e grupos organizacionais, entre outros.

Com isso, postula-se uma visão bastante abrangente para a Comunicação Empresarial e parte-se do pressuposto de que ela não é realizada apenas pelos profissionais de comunicação de uma organização, mas por todos aqueles que a integram. É preciso sempre admitir, observando esse conceito, que o relacionamento com os distintos públicos da organização, é realizado tanto pelos assessores de imprensa, pelos profissionais de Relações Públicas, pelas agências de propaganda ou de comunicação, muitas vezes terceirizadas, pelos funcionários de maneira geral (BUENO, 2009, p. 4).

A comunicação empresarial não é somente utilizada por pessoas de níveis mais altos, mas sim por todos aqueles que necessitam ter uma relação de diálogo com seu colega de empresa ou com o próprio consumidor. Para Pimenta (2010), o público a quem é destinada a Comunicação Empresarial, são divididos em duas partes:

1. Externo, formado pela sociedade em geral.
2. Interno, formado por colaboradores, fornecedores e parceiros.

Essa preocupação de as empresas se relacionarem com mais públicos é devido à exigência da sociedade, pois as empresas estão percebendo que seus papéis vão além da área econômica por meio da produção. Sua área foi expandida para o âmbito político, cultural e social.

### 2.1.2 Importância da comunicação interna

A comunicação interna é muito importante para as organizações, já que as organizações são compostas acima de tudo por pessoas, e estas pessoas necessitam de orientação e de interação para que haja um processo de trabalho, sendo que essa comunicação não seria possível sem as ferramentas que a transmite.

Segundo Moura (2011),

A comunicação sempre foi a base do relacionamento humano e é responsável pela difusão de experiências, informações e ideias desde a Antiguidade, quando as formas de interação eram orais e gestuais, mas perdiam-se com o tempo e não alcançavam longas distâncias. Limitações que motivaram o homem a fazer uso de desenhos e, mais tarde, da escrita.

Com o passar do tempo e adquirindo um sentido mais amplo, foi necessário aperfeiçoar ainda mais os canais de comunicação, principalmente no ambiente empresarial onde ela é a base de tudo e, portanto, decisiva no relacionamento com o mercado. O grande problema é que muitas vezes as empresas se preocupam tanto em comunicar-se com seus consumidores e esquecem de que os clientes internos também precisam obter acesso à informação, independentemente do cargo que ocupam. Afinal de contas, é sempre melhor que todos os colaboradores da organização sejam orientados por meio de um canal oficial do que propagarem informações imprecisas e distorcidas através do que chamamos "rádio-peão"(MOURA, 2011, s/p).

Como se pode perceber na citação acima, o autor define a comunicação como a base de tudo dentro das organizações, e de fato a comunicação é a base de tudo pois ela é que faz a ligação entre os níveis e os setores permitindo a troca de informações entre os colaboradores.

A troca de informações está diretamente ligada à produção, de acordo com o site samba tech:

E mais do que apenas alinhar pessoas ao discurso da corporação, uma boa comunicação interna vai garantir que seus colaboradores também estejam cientes dos objetivos da empresa em longo e curto prazo e fazer com que eles trabalhem em função deles, podendo ser cobrados por isso. Esse tipo de estratégia afeta diretamente no crescimento da sua empresa e no nível de produtividade dos colaboradores, uma vez que faz com que eles trabalhem de forma mais focada e voltada sempre para o alcance das metas e desafios propostos.

Falando em produtividade, a comunicação interna também é essencial para que os colaboradores estejam sempre alinhados entre si e para que trabalhem juntos para alcançar aquilo que foi proposto. E trabalhando dessa forma, você também consegue evitar que sejam cometidos erros ou atrasos nos projetos pela falta de integração entre as equipes e deixa sua produção muito mais eficiente e qualificada (SAMBA TECH, 2011, s/p).

Com isso pode-se perceber que a comunicação não é algo que se deve deixar de lado em uma organização, pois é responsável pelo bom funcionamento da mesma, sem ela não haveria um processo de trabalho eficiente e eficaz.

### 2.1.3 Ferramentas de comunicação empresarial interna

Atualmente as organizações contam com diversas ferramentas de comunicação cada uma suprimindo uma necessidade específica, mas todas com o mesmo objetivo, transmitir informações de forma eficiente e eficaz.

Segundo Neotriad (2006, s/p):

A comunicação interna é a troca de informações dentro do ambiente corporativo, que pode acontecer de modo vertical (entre chefes e subordinados) e horizontal (entre profissionais do mesmo nível hierárquico). É de responsabilidade dela, que também é conhecida como Endocomunicação, fazer circular as informações relevantes e autênticas.

Existem inúmeras ferramentas de comunicação, cada organização deve avaliar suas características, seus produtos e serviços, os colaboradores, para planejar e investir em uma ferramenta de comunicação adequada para o ambiente de trabalho, para evitar futuros ruídos na comunicação. Com base nisso abaixo serão citadas as principais ferramentas de comunicação:

As redes sociais corporativas constituem-se uma ferramenta online ágil e de fácil acesso, em que informações são trocadas em tempo real. No entanto, “Redes sociais corporativas reúnem em uma plataforma online profissionais, clientes, fornecedores e parceiros. Na maioria vezes as redes sociais corporativas reúnem apenas os profissionais, sem expandir o acesso para fora da empresa” (RAMOS, 2011, s/p).

Dessa forma, cabe a cada empresa saber qual melhor rede social corporativa usar. Muitas empresas usam, como exemplo, o whatsapp para interagir pessoas de todos os níveis hierárquicos, enviar mensagens descontraídas, vídeos, fotos e etc...

A intranet também é bastante utilizada no meio corporativo, porque ela passa mais segurança na troca de informações, pois só quem é autorizado pode acessá-la, além de poder usar a criptografia como segurança.

De acordo com Muller (2010, s/p):

A intranet é uma rede de computadores semelhante à Internet, porém é de uso exclusivo de uma determinada organização, ou seja, somente os computadores da

empresa podem acessá-la! Essa tecnologia é muito boa, pois permite a comunicação de um departamento com todos os outros colaboradores da empresa. Dentro de uma empresa todos os departamentos possuem alguma informação que pode ser trocada com os demais departamentos, ou então cada departamento pode ter uma forma de comunicação direta com os colaboradores (MULLER, 2010, s/p).

Já o e-mail corporativo é bem profissional e facilmente se percebe quando se trata de um email corporativo por conter o nome da empresa, o que fortalece a marca e passa mais confiança para os cliente, diferente dos provedores de email, como gmail, hotmail e Outlook que são usados geralmente para comunicação pessoal.

No email corporativo poder usar o **domínio da empresa** no endereço de e-mail dos funcionários. Algo como `joão@nomedasuaempresa.com.br`. Ter o controle sobre quem pode enviar ou receber e-mails em nome da empresa. Controlar as informações da empresa de forma centralizada. Poder ter backups das mensagens trocadas. Poder compartilhar informações entre os usuários do sistema de e-mail como agendas e contatos (PASSOS, 2017, s/p).

Diferente dos email convencionais, o email corporativo não é gratuito, muitas empresas de médio e pequeno porte não acham necessário ou vantajoso, este tipo de email é mais utilizado por empresas de grande porte, geralmente cada setor de uma empresa tem o seu próprio email corporativo.

Outra ferramenta bem acessível é a videoconferência, muito utilizada para que a matriz de uma empresa mantenha comunicação com suas filiais, e a sua grande vantagem é que economiza tempo e dinheiro.

Segundo o site Hondana (2016, s/p):

Ideal para empresas que possuem filiais, a videoconferência possibilita a comunicação à distância entre colaboradores em tempo real, sendo muito útil para a realização de reuniões e treinamentos, por exemplo. Outras vantagens são a redução dos valores gastos com viagens e deslocamentos, bem como a otimização do tempo (HONDANA 2016).

Porém empresas como indústrias, fábricas e etc., que não permitem o acesso à internet no ambiente de trabalho, optam pelo quadro de avisos, e para que essa ferramenta seja eficiente e eficaz, é necessário colocá-la em pontos estratégicos da empresa, já que muitas pessoas não possuem o hábito de leitura.

Essa ferramenta já é utilizada há muito tempo pela maioria das empresas, instituições e demais organizações. Por mais simples que pareça, um quadro de avisos cumpre muito bem, e de forma satisfatória, a função de transmitir os avisos mais importantes a todos os envolvidos. O Quadro de Avisos é útil tanto para as

pequenas empresas, mas principalmente, para as grandes, nas quais a comunicação individual acaba sendo muito mais difícil (NÚCLEO MEDIA, 2016).

No entanto os quadros de avisos devem sempre estar atualizados, e em lugares onde há maior fluxo de pessoas. Para que as informações cheguem até elas, é importante incentivar os colaboradores a ter o costume de ler avisos, para que as informações não cheguem atrasadas ou talvez nunca cheguem.

Tendo ainda como uma ferramenta indispensável no cotidiano das organizações, o telefone ramal, que segundo a Intelbras 2018:

O telefone ramal utiliza a tecnologia digital DECT 6.0, presente nos telefones sem fio mais modernos. Esta função permite que uma única linha telefônica possui diversos ramais sem fio (em média, 5). Porém, para usufruir dessa tecnologia, você deve adquirir um telefone de base, aparelho que irá “distribuir” as ligações para os ramais adicionais.

Como citado acima, pode-se perceber que essa ferramenta facilita muito o cotidiano das empresas, pois dessa forma o colaborador da organização não precisa se deslocar até outro ambiente distante para atendê-lo, pois há alternativa de transferir a chamada desde de que esteja em um raio de 50 metros, e ainda permite que três pessoas participem de uma ligação simultaneamente, como também pode ser privado ou seja outros ramais podem participar de uma ligação só se for incluído.

#### **2.1.4 Falhas na comunicação dentro das organizações**

A comunicação no ambiente organizacional já é considerada uma das ferramentas mais importantes e indispensáveis para o sucesso de uma empresa, tanto é que atualmente cada vez mais os empreendedores investem na comunicação visando a eficiência, a eficácia, a otimização da ferramenta e manutenção da mesma.

Segundo Azeredo (2011, s/p):

Atualmente a comunicação é conhecida como um dos fatores mais importantes dentro de uma empresa, isso porque qualquer ação começa com comunicação. A falha em um processo de comunicação pode causar perdas financeiras além de mal estar entre os funcionários de uma organização. Num primeiro momento a perda financeira parece ser o principal problema que um processo ineficaz de comunicação pode gerar, porém, quando se põe em risco o clima organizacional é muito difícil recuperá-lo (AZEVEDO, 2011, s/p).

O fato de investirem pesado é devido à importância e à fragilidade da comunicação, qualquer interferência na comunicação pode mudar, distorcer, causar erros e mal entendidos não só com a organização financeiramente mas também entre os colaboradores, podendo gerar improdutividade e até mesmo atrito entre os profissionais.

Existem três problemas que interferem na comunicação atualmente, sendo eles:

- A filtragem;
- Os bloqueios;
- E os ruídos.

O problema de filtragem ocorre não por problemas nas ferramentas físicas, mas sim na forma que o transmissor da mensagem se posiciona, e também na interpretação do destinatário, geralmente ocorre por causa da linguagem utilizada no texto, por ser culta demais ou muito informal, podendo conter também palavras ambíguas (com mais de um sentido).

Segundo Verçosa (2016, s/p) a filtragem ocorre;

Quando uma mensagem é recebida apenas em parte, a comunicação existe, mas há o que se chama de filtragem. As pessoas, por conta de sua experiência de vida, religião, modo de criação ou perspectiva de ver o mundo, filtram as mensagens, interpretando como querem ou selecionando o que querem (VERÇOZA, 2016, s/p).

Como citado acima, a forma de criação, a experiência de vida e a religião também podem interferir no entendimento da informação, pois cada colaborador tem ideias pensamentos e experiências próprias.

Os bloqueios são causados por uma interrupção na comunicação, causados por não compreensão por parte do receptor, de acordo com Verçosa (2016, s/p), “há bloqueio na comunicação entre duas pessoas quando a mensagem não é captada e a comunicação, interrompida. Neste caso, a mensagem é até enviada, mas a comunicação não estabelecida porque não há compreensão dos fatos”. Diferentemente da filtragem, o bloqueio causa total perda da informação transmitida, sendo causado também pelos fatores da linguagem e pela falta de conhecimento do receptor.

A falha na comunicação também pode ser causada pelos ruídos, os quais são as interferências que ocorrem no processo de comunicação que pode causar erros e mal

entendidos. Estes ruídos podem ser caracterizados como sendo físicos, fisiológicos, psicológicos ou semânticos.

Verçoza (2016, s/p) define ruído como:

O tipo de comunicação entre duas pessoas ou em grupo quando a mensagem é distorcida ou mal interpretada. Exemplos práticos deste tipo de problema é a brincadeira do telefone sem fio e as fofocas dentro das empresas: uma determinada informação é repassada, só que ela é distorcida, e muitas vezes mal interpretadas, e com caráter proposital (VERÇOZA, 2016, s/p).

Os ruídos são os problemas mais comuns dentro de uma organização podendo ser causados por uma ferramenta ineficiente ou desatualizada, por interferência do ambiente externo entre outros fatores.

Segundo Camargo (2015, s/p):

**Ruído físico:** é de origem externa, são barulhos que atrapalham a outra pessoa de ouvir o que você está falando, por exemplo, quando há construções por perto, aparelhos de som com o volume muito alto, conversas paralelas, exemplos que dificultam o receptor de ouvir o que está sendo falado.

**Ruído fisiológico:** o que atrapalha o entendimento de quem precisa ouvir ou transmitir, por algo que lhe incomoda, como as dores. Dor de ouvido, de cabeça, de garganta. Não adianta, não conseguimos pensar ou raciocinar direito nesse caso.

**Ruído psicológico:** É quando você está tentando entender a mensagem transmitida e começa a pensar em outras coisas, a “viajar na maionese”, deixar a mente vagar por aí. Isso acaba impedindo o entendimento da pessoa.

Obs: Vale ressaltar que acontecer isso de vez em quando é normal, devido a causas como cansaço, tarefas acumuladas, preocupações e etc, mas se ocorre constantemente pode ter relação com o déficit de atenção.

**Ruído semântico:** É quando ouvimos algo que possui um significado diferente, como no caso do “telefone sem fio”.

Isso pode acontecer também nos casos de mensagens com muitos termos técnicos. Por exemplo, quando você não entende nada de astronomia, vai assistir a uma palestra que fala sobre o assunto, e sabe que irá se deparar com palavras que você nunca ouviu. Naturalmente, seu entendimento poderá ficar prejudicado, pela falta de conhecimento (CAMARGO, 2015, s/d).

Em toda a forma de comunicação, deve-se ter cuidado ao se dirigir a outra pessoa, pois a linguagem que for empregada ao texto, tanto escrito quanto falado, pode não ser interpretada da mesma forma pelo receptor da informação, como falado anteriormente, podendo essa dificuldade ser causada por ambiguidades no texto ou até mesmo palavras que não são de conhecimento geral.

## 2.2 Metodologia

O presente artigo foi desenvolvido através de pesquisas bibliográficas em livros, artigos e sites em geral, visando atingir os objetivos propostos. Primeiramente foram levantadas informações sobre o tema proposto para o artigo utilizando as principais ferramentas de pesquisas disponíveis. Uma vez com as informações, deu-se a criação de um objetivo geral a ser atingido, sendo ele identificar em uma organização de grande porte as ferramentas de comunicação mais utilizadas pela empresa, avaliá-las, e saber quais os problemas que ocorriam nessas ferramentas de comunicação, e porque isso acontecia, trazendo para a empresa possíveis soluções. A partir do objetivo geral foram criados objetivos específicos para o referencial teórico.

Para os resultados práticos, foi desenvolvida e aplicada uma pesquisa exploratória qualitativa e quantitativa com 30 (trinta) colaboradores de diferentes setores de uma organização, visando identificar qual dentre as principais ferramentas de comunicação organizacional é mais eficiente ou mais ineficiente. Com os resultados obtidos, foi realizada uma análise comparando esses dados com a parte textual do referencial teórico.

## 2.3 Análise dos Resultados

Os dados que serão apresentados abaixo foram coletados em uma organização do ramo de materiais de construção da cidade de Bagé RS, sendo realizada uma pesquisa com abordagem exploratória com trinta colaboradores de diferentes setores da organização, visando identificar quais as ferramentas mais importantes, e se há algum tipo de interferência nestas ferramentas.

A partir de observações, percebeu-se que existem três ferramentas que predominam em termo de utilização dentro da empresa, sendo elas: ramais internos (telefones para comunicação interna), e-mail corporativo e redes sociais, portanto deu-se enfoque nessas três ferramentas:

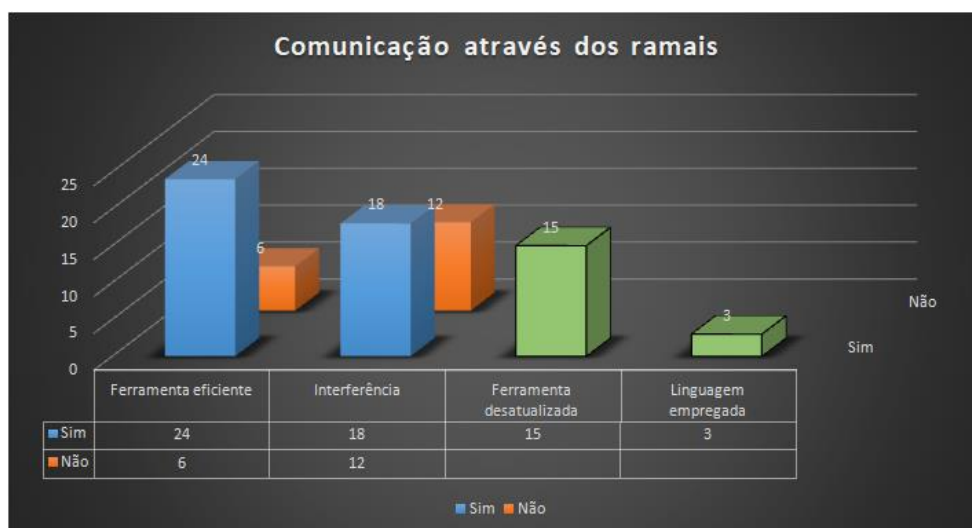


Figura 1: Grafico referente a comunicação através dos ramais ( AUTORES, 2018).

Os ramais internos mesmo sendo muito eficientes sofrem interferências, principalmente gerada pela falta de atualização dessas ferramentas, ponto interessante de se pensar, pois apesar desta ferramenta ter interferências ela ainda permanece eficiente, pelo fato de ser uma forma de comunicação direta com os colaboradores internos da organização. Dentro de uma empresa, onde é necessário possuir esses aparelhos telefônicos, como por exemplo em uma loja, seria interessante de se pensar em um aparelho sem fio, pois como analisado, a falta de atualização desses aparelhos acarreta na ineficiência das informações entre os colaboradores.



Figura 2: Grafico referente a comunicação através do e-mail corporativo ( AUTORES, 2018).

O mesmo ocorre com o e-mail corporativo, tendo uma taxa de eficiência bem elevada, porém com um nível alto de interferência ocorrido pela falta de atualização da ferramenta. Esse meio de comunicação dentro da empresa é eficiente para enviar arquivos onde é necessário o receptor analisar com mais paciência e atenção, mas essa eficiência se perde se o

emissor necessitar de uma conversa momentânea e imediata do receptor onde, nesse caso, ele partirá para uma rede social online ou até mesmo utilizará os ramais.



Figura 1: Grafico referente a comunicação através das redes sociais ( AUTORES, 2018).

Através da análise das redes sociais corporativas, percebeu-se que, dentre as ferramentas anteriormente analisadas, é a que mais se destaca por sua eficiência, uma vez que esse meio de comunicação é ágil devido a sua facilidade de acesso e a sua mobilidade, pois essas redes se encontram no próprio aparelho do usuário, mas como toda ferramenta, essa também possui pontos negativos, por exemplo: o whatsapp.

Esse meio de comunicação dentro de uma organização ajuda no repasse de informações e tem um nível de alcance grande, mas somente funciona quando o usuário possui internet no local ou em seu aparelho. Outro problema que ocorre é a utilização do número pessoal do colaborador, pois esse aplicativo necessita ter esse acesso para realizar as suas funções, e se a empresa não fornecer o devido suporte na internet ou no número, muitas vezes o colaborador deixa a sua vida pessoal disponível para a organização, mesmo sendo “sem querer”. O interessante seria a empresa influenciar os seus colaboradores doando chips para terem essa comunicação dentro da empresa, e até mesmo fornecer acesso restrito à internet para este devido fim.

Os resultados mostram que a maioria dos respondentes considera que o email corporativo, os ramais e as redes sociais corporativas são ferramentas eficientes, porém grande parcela dos pesquisados responderam que há interferência nessas ferramentas de comunicação, isso acontece por causa das ferramentas de comunicação desatualizadas.

Observou-se também que alguns dos pesquisados consideram que a linguagem empregada interfere na comunicação da empresa, pois uma linguagem mal empregada pode causar problemas de filtragem, bloqueios e ruídos na comunicação.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os resultados obtidos da empresa pode-se concluir que os telefones (ramais) encontram-se desatualizados, o que gera ineficiência nesta ferramenta. A fim de solucionar o problema foi sugerida a substituição dos telefones antigos, por telefones mais novos e sem fio para otimizar a mobilidade dos funcionários dentro da organização, pois a mobilidade é de suma importância para os funcionários do setor de vendas desta empresa.

Pode-se também afirmar que as redes sociais corporativas são consideradas pelos colaboradores da empresa, como ferramentas eficientes, porém estas ferramentas podem gerar problemas futuros para a empresa, por causa da invasão de privacidade, pois o número pessoal é o mesmo utilizado para negócios de trabalho. No entanto aconselha-se que a empresa disponibilize aparelhos celulares e chips, para que essa ferramenta não interfira na vida pessoal de seus colaboradores. Desta forma a empresa estará agindo com ética, além de evitar problemas futuros em caso de processos trabalhistas, já que o mesmo estará disponibilizando a ferramenta para o local de trabalho.

Pode-se concluir que a comunicação dentro da organização, deve ter uma linguagem bem empregada, para que haja uma comunicação mais eficiente. Sugere-se que a empresa mantenha essas ferramentas sempre atualizadas, para melhor desempenho nas atividades de seus colaboradores.

É importante que esta empresa saiba quais são as ferramentas mais adequadas para o seu ambiente organizacional, e sempre ter a certeza que a informação chegou ao seu destinatário, e se chegou corretamente, pois se os colaboradores estiverem bem informados estarão mais envolvidos com a empresa. Recomenda-se que a empresa disponha treinamento para que os colaboradores dominem essas ferramentas, desta forma presume-se que não ocorra falha na comunicação.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Tiago Antonio Cudari. O processo de comunicação dentro da empresa. Publicado em: 05/07/2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-processo-de-comunicacao-dentro-da-empresa/56412/>>. Acesso em: 19/03/2018.

CAMARGO, Paula de Camargo. **O ruído na comunicação afeta as relações humanas.** Publicado em: 10/11/2015. Disponível em: <<http://lbcomunica.blogspot.com.br/2015/10/o-ruído-na-comunicacao-afeta-as.html>>. Acesso em: 17/03/2018.

CONTENT, Rock. **Blog corporativo: uma ferramenta poderosa ao seu favor.** Publicado em: 16/10/2013 atualizado: 01/08/2017. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/blog-corporativo/>> Acesso em: 03/04/2018.

INTELBRAS, **Telefone ramal: saiba o que é e de que maneira ele pode facilitar a sua vida.** Publicado em: 25/03/2018. Disponível em: <<http://blog.intelbras.com.br/telecom/telefone-ramal-saiba-o-que-e-e-de-que-maneira-ele-pode-facilitar-a-sua-vida/>> Acesso em: 05/05/2018.

MOURA, Flávio. **A importância da comunicação interna.** Publicado em: 08/04/2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/marketing/a-importancia-da-comunicacao-interna/43978/>>. Acesso em 01/04/2018.

MULLER, Nicolas. **O que é intranet e pra que serve?** Publicado em: 12/08/2010 Disponível em: <[https://www.oficinadanet.com.br/artigo/intranet/o\\_que\\_e\\_uma\\_intranet\\_e\\_pra\\_que\\_serve](https://www.oficinadanet.com.br/artigo/intranet/o_que_e_uma_intranet_e_pra_que_serve)>. Acesso em: 04/04/2018.

NEOTRIAD. **Entenda a importância da Comunicação Interna nas organizações.** Publicado em: 21/07/16 Disponível em: <<http://gestaodeequipes.com.br/entenda-a-importancia-da-comunicacao-interna-nas-organizacoes/#comment-124035>> Acesso em: 27/03/2018.

MEDIA, Núcleo Média. **Quadro de avisos - entenda sua importância.** Publicado em: 2016. Disponível em: <<http://www.nucleomedia.com.br/blog/quadro-de-avisos-importancia/>> Acesso em: 22/04/2018.

RAMOS, Rafael. **O que são redes sociais corporativas e quais são suas vantagens?** Publicado em: 06/07/2011 Disponível em: <<https://imasters.com.br/artigo/21183/redes-sociais/o-que-sao-redes-sociais-corporativas-e-quais-sao-suas-vantagens/?trace=1519021197&source=single>> Acesso em: 04/04/2018

SAMBA TECH. **Tudo sobre comunicação interna e como ela pode salvar sua empresa.** Publicado em : 31/01/2018. Disponível em:



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO  
EDUCACIONAL DE BAGÉ  
FACULDADES IDEAU



<<https://sambatech.com/blog/insights/comunicacao-interna/#importancia>>. Acesso em: 01/04/2018.

VERÇOZA, Ricardo. **3 problemas que geram problemas na comunicação**. Publicado em: 06/10/2016. Disponível em: <<http://www.ideiademarketing.com.br/2016/10/06/3-problemas-que-geram-problemas-na-comunicacao/>>. Acesso em: 17/03/2018.