

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

CRISTHYANE FRANCO BRAGA BARBOSA

**A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO UM FATOR DE ANÁLISE DE  
EFICIÊNCIA ORGANIZACIONAL: O CASO GILVAN SAMPAIO**

RUBIATABA/GO

2004

CRISTHYANE FRANCO BRAGA BARBOSA



## A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO UM FATOR DE ANÁLISE DE EFICIÊNCIA ORGANIZACIONAL: O CASO GILVAN SAMPAIO

Trabalho de conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração com Habilitação em Administração Rural.

Prof<sup>a</sup>. Orientadora: Sílvia Regina Starling Assad de Ávila

Servi  
25701

Rubiataba-GO

2004

Tombo nº	9364
Classif.:	A-659.3
Ex.:	1 CRISTHYANE BARBOSA 2004
Origem:	d
Data:	20.12.04

Adm. emp.  
Comunicação empresarial  
Eficiência organizacional

CRISTHYANE FRANCO BRAGA BARBOSA

**A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO UM FATOR DE ANÁLISE DE EFICIÊNCIA  
ORGANIZACIONAL: O CASO GILVAN SAMPAIO**

Projeto de pesquisa defendido e aprovado, em 14 de agosto de 2004, pela Banca  
Examinadora constituída pelos professores:



---

Enoc Barros da Silva

Especialista em Recursos Humanos



---

Sílvia Regina Starling Assad de Ávila

Especialista em Docência Universitária



---

Mário Lúcio de Ávila.

Mestre em Administração Rural

Agradeço a Deus pelo dom da vida, pela inteligência e oportunidade que possibilitou-me chegar até aqui.

Aos meus filhos, Micaella, Millena e Rubens Filho e a meu esposo Rubens, pessoas especiais que se tornaram mola geradora de estímulos e força nesta conquista.

Aos meus Pais, irmãos e demais familiares por terem acreditado e apoiado-me nesta caminhada do saber.

Especialmente, a professora orientadora Silvia Assad, que ajudou-me na busca incessante de meus conhecimentos e que hoje tenho certeza que tudo valeu a pena.

Dedico aos meus familiares  
que ajudaram-me a vencer essa  
jornada, dando-me apoio e incentivo  
nas horas mais difíceis para que eu  
pudesse chegar vitoriosa ao fim de meu  
curso.

## RESUMO

Este trabalho procura mostrar a necessidade e a importância da comunicação interna que é um instrumento de gestão estratégica nas organizações, para que seja realmente efetiva, é indispensável que o administrador da empresa se mostre envolvido na implementação duma verdadeira política a esse nível. O sucesso da política de comunicação interna será diretamente proporcional ao envolvimento que os diferentes níveis hierárquicos da estrutura coloquem no processo, por isso, torna-se então de visível importância, o envolvimento de todos os colaboradores.

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>2. JUSTIFICATIVA</b> .....	08
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	09
3.1. Geral .....	09
3.2. Específicos .....	09
<b>4. PROBLEMÁTICA</b> .....	10
<b>5. QUADRO TEÓRICO</b> .....	11
5.1. Comunicação .....	11
5.2. A comunicação interna .....	11
5.3. A comunicação formal X informal .....	13
5.4. Barreira a comunicação .....	14
5.5. Níveis de comunicação .....	16
<b>6. METODOLOGIA</b> .....	18
<b>7. ANÁLISE DE RESULTADOS</b> .....	20
<b>8. CONCLUSÃO</b> .....	24
<b>9. BIBLIOGRAFIA</b> .....	25
<b>10. ANEXOS</b> .....	26

## 1. INTRODUÇÃO

Ao passarmos da era industrial para era da informação, o conhecimento tornou-se o principal direcionador do sucesso competitivo das organizações. Os usuários (clientes) estão cada vez mais informados e mais exigentes sobre os novos produtos e serviços disponibilizados pelas Unidades de Informação. De pouco adianta adquirir equipamentos se não houver pessoas devidamente preparadas e motivadas para operá-los, ou seja, o cliente interno tornou-se ponto chave para a sobrevivência da organização no mercado.

As organizações de uma forma em geral precisam perceber que os seres humanos em seu trabalho, não são apenas pessoas movimentando ativos, eles são ativos que podem ser valorizados, medidos e desenvolvidos como qualquer outro ativo da corporação (NASSAR, 2001). Nessa perspectiva, a comunicação é tão importante para o funcionário quanto para o usuário.

A comunicação é tida, hoje, como diferencial de sucesso das organizações, no mundo globalizado e competitivo dos negócios. Não basta a preocupação com os resultados financeiros da Empresa, uma vez que a sua perspectiva de vida no mercado tem relação direta com um fator que não está expresso nos números dos relatórios de vendas, mas é decisivo para a obtenção de tais quantitativos: a motivação dos empregados (ALMEIDA, 2002).

A comunicação interna é o instrumento que permite que a administração torne comum mensagens destinadas a motivar, estimular, promover, diferenciar, premiar e agrupar os integrantes de uma organização (NASSAR, 2000).

A comunicação empresarial é essencial para o desenvolvimento das instituições, principalmente nas últimas décadas, que as incertezas políticas e econômicas mundiais atingem todos, direta e indiretamente. A globalização, o impacto das novas tecnologias e a competitividade de mercados foram fatores que contribuíram para alertar os administradores sobre a importância do investimento no capital humano através da comunicação interna.

No âmbito das Unidades de Informação vivencia-se também uma fase de revolução tecnológica e administrativa. Investe-se cada vez mais em equipamentos e novas tecnologias para acompanhar as mudanças de mercado. No entanto, de nada adianta o investimento em equipamentos de última geração, capacitação de funcionários, se não houver uma comunicação interna eficaz. A deficiência desse recurso compromete a cadeia de ações interligadas ao processo de trabalho.

## 2. JUSTIFICATIVA

Nenhuma ferramenta está tão presente nas áreas que caracterizam o trabalho em equipe quanto a comunicação. A liderança, a motivação, a tomada de decisões ou a direção e gestão dos problemas necessitam de uma comunicação eficaz dentro da equipe de trabalho, para que o desempenho possa ser positivo. Qualquer deficiência ou mau funcionamento afetará de forma negativa o rendimento da equipe. A falta de tempo, a ausência de mecanismos que facilitem a rápida e correta circulação da informação, a escuta não-ativa e o medo de enfrentar pessoas de nível hierárquico superior são alguns dos problemas que provocam a perda de eficiência e que devem ser evitados.

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1. Geral**

- Buscar a otimização da comunicação interna no Colégio Estadual Gilvan Sampaio, como fator gerador de eficiência organizacional.

### **3.2. Específicos**

- Identificar possíveis falhas na comunicação interna, existentes na organização estudada;
- Identificar as necessidades do público interno da escola estudada relativas a comunicação interna na organização;
- Sugerir a implementação de algumas mudanças a fim de melhorar a comunicação interna da organização e conseqüentemente o ambiente.

#### 4. PROBLEMÁTICA

Um processo de comunicação ineficaz conduz ao fracasso, ou pelo menos diminui os resultados dos grupos que, em tese, possuem objetivos comuns. A falta de informação, a conscientização e a importância das atividades de cada componente de um grupo, de um modo geral, quando não transmitidos de forma adequada, causam sérios prejuízos às empresas.

Segundo Santos (1980, p. 34) "os principais problemas de comunicação são originados pela complexidade do comportamento humano". Para esse autor, alguns fatos podem contribuir para que ocorram falhas na comunicação, tais como: o estado emocional, os preconceitos, a auto-suficiência, o meio, a diferença de interesses, a religião, o status, a especialização, a educação, a cultura, o sexo, a idade e a diferença entre a realidade do emissor e a do receptor.

## 5. QUADRO TEÓRICO

### 5.1. COMUNICAÇÃO

#### 5.2. A COMUNICAÇÃO INTERNA

Atualmente, muitos funcionários reclamam de que nada sabem sobre o que se passa dentro do seu próprio ambiente de trabalho. Quando isso acontece, pode-se dizer que comunicação interna é ineficiente ou mais grave, é inexistente.

Para FREITAS (2002), comunicação interna é um instrumento de gestão estratégica nas organizações e que não pode ser de algum modo desprezada ou menosprezada.

Hoje em dia, cada vez mais as organizações estão preocupadas com este tema, mas de qualquer modo, ainda existem empresas em que a comunicação interna é bastante débil. (FREITAS, 2002).

Para que essa comunicação interna seja realmente efetiva, é indispensável que o administrador da empresa se mostre envolvido na implementação duma verdadeira política a esse nível e caso este, não promove um clima favorável à existência duma comunicação interna eficiente, verdadeira e fluída, isso levará a um total descrédito relativamente à mesma e mais grave que isso, originará o surgimento de múltiplos rumores que podem trazer conseqüências negativas para a empresa.

O sucesso da política de comunicação interna será diretamente proporcional ao envolvimento que os diferentes níveis hierárquicos da estrutura coloquem no processo, por isso, torna-se então de visível importância, o envolvimento de todos os colaboradores.

Torna-se evidente e indispensável segundo FREITAS (2002), incentivar os vários colaboradores a serem fornecedores de informação no âmbito da organização. É necessário explicar aos colaboradores que quando estão a

fornecer informação, estão a contribuir de forma direta ou indireta, para o desenvolvimento deles próprios, dos seus colegas e também da organização.

Para Freitas (2002), A comunicação interna deve assumir-se como um instrumento de Marketing Interno que leve a que os colaboradores “comprem a organização”, ou seja, a que se sintam orgulhosos de estarem envolvidos na mesma e se sintam motivados para procurar constantemente melhorar a sua performance e conseqüentemente contribuir para o desenvolvimento da organização.

O autor salienta que, para que seja obtida uma política de comunicação interna efetiva é indispensável:

- Assegurar forte envolvimento do administrador;
- Promover a participação de todos os níveis da organização;
- Incentivar a comunicação de cima para baixo;
- Utilizar instrumentos de comunicação escrita e oral;
- Assegurar que a informação partilhada é credível e fornecida antecipadamente (independentemente de serem vitórias alcançadas ou perigos existentes).

Quanto mais efetiva se revelar a comunicação interna salienta Freitas (2002), maior será o envolvimento e o empenho dos colaboradores da organização e conseqüentemente assumir-se-á como um importante fator de motivação dos colaboradores.

### 5.3. A COMUNICAÇÃO FORMAL X INFORMAL

A comunicação interna flui segundo duas grandes redes dentro da empresa, uma rede formal e outra informal. As duas processam de formas diferentes, em situações próprias e com projetos específicos. As chamadas redes formais são verticais e seguem a hierarquia da empresa e/ou instituição, ou seja, retratam a cadeia de autoridade. As redes informais fluem em qualquer direção, passando muitas vezes, por cima dos níveis de autoridade. (ROBBINS, 2002). Ela trata das interpretações subjetivas dos enunciados emitidos formalmente pela organização. Uma das formas mais correntes e ainda não suficientemente investigada, de interpretação dos enunciados emitidos pelas empresas é o boato, assunto que trataremos a seguir.

O sistema formal de comunicação de toda a organização – o conjunto de canais e meios de comunicação estabelecidos de forma consciente e deliberada - é suplementado no decorrer de pouco tempo, por uma rede informal de comunicações, igualmente importante, que se baseia nas relações sociais intra-organizativas. (KUNSCH, 1986, p. 32).

Os profissionais costumam preocupar-se muito mais com a rede formal, que é caracterizada pelos canais descendentes. Enquanto a rede informal, ou por falta de conhecimento do seu potencial ou porque não se apresenta de maneira tão visível, fica sempre relegada a um segundo plano. REGO (1991), adverte que é preciso ter muito cuidado e compreensão com a rede informal, pois é por ela que vazam os sentimentos do público interno.

## 5.4. BARREIRA A COMUNICAÇÃO

Muitas vezes a comunicação deixa de efetivar-se por barreiras, “obstáculos”, que restringem a sua eficácia, os quais podem estar ligados ao emissor, ao receptor, ou a ambos, ou ainda a interferências presentes no canal de comunicação.

As primeiras grandes barreiras podem ser encontradas nas próprias contradições inerentes ao trabalho. Essas contradições internas, no entender de Aktouf (1996), se produziram na separação produtor/produto de seu trabalho, na perda do sentido do trabalho (separação trabalhador/ação), no corte com a natureza (o tempo do trabalho subverte o tempo biológico) e na separação trabalhador/proprietário.

Outra variável importante para analisarmos como as empresas lidam com a questão da comunicação é a ideologia gerencial, ou o modo de pensar dominante no ambiente da administração, em que toda questão é avaliada a partir da perspectiva da racionalidade econômica, através da otimização dos meios, com rapidez, em busca da eficácia. Essa racionalidade, aliada às estruturas burocráticas, acaba por impor barreiras ao livre trânsito de informações. Só circulam livremente aquelas informações e aquelas idéias voltadas para a produtividade. Tudo o mais é visto como desperdício (CHANLAT; BEDARD, 1992, p.137-143).

*A própria língua administrativa, caracterizada pela predominância do modo imperativo e pela normatização, constitui outra barreira. No Brasil, de tradicional cultura bacharelesca, juntam-se a esse pendor autoritário, o rebuscamento e o excesso de preocupação com a forma, em detrimento do conteúdo. A isso podemos agregar a barreira representada pelos jargões.*

A estrutura burocrática a que já nos referimos e que ainda domina a cena organizacional, é talvez a maior das barreiras, por impor canais e interlocutores, definindo-os previamente a partir da hierarquia funcional.

Outros obstáculos são as culturas organizacionais ancoradas na autoridade e na norma, a que também já nos referimos e o excesso ou a falta de objetividade. O excesso de objetividade levando a uma reificação da comunicação e a uma redução do processo comunicativo à razão instrumental; e a falta de objetividade levando a uma falsa democracia em que todos falam sem chegar a um entendimento.

Ainda podem ser listadas como barreiras à comunicação, a prevalência de algumas idéias preconcebidas acerca da figura do executivo ou administrador, as verdades definitivas, no entender de Aktouf (1996, p.122-127). A primeira dessas verdades seria a noção de propriedade privada, com base na legitimação da detenção do poder e do exercício da dominação, tratada como um instinto ou algo natural, enquanto na realidade, é fruto das relações sociais e das culturas. A outra verdade diz respeito aos direitos do chefe, como o *poder, os privilégios reservados, o direito de usar em primeiro lugar, de dar ordens, de se fazer obedecer, de decidir...* (AKTOUF, 1996, p.124). Outra, estaria associada à idéia de que a busca de produtividade, do prazer máximo e do ganho sistemático seriam também qualidades naturais à espécie humana. Essas visões justificam muito da postura autoritária encontrada em administradores, que acreditam piamente terem sido naturalmente escolhidos para os altos postos da hierarquia.

Além desses obstáculos listados e comentados, é preciso concordar com Omar Aktouf quando nos diz que *a comunicação organizacional, tal como é conduzida, teorizada e tradicionalmente ensinada, visa muito mais o controle e a dominação das situações e dos empregados do que "colocar em comum"* (AKTOUF, 1996, p.136).

## 5.5. NÍVEIS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação se dá em vários níveis, dentre eles:

- Intrapessoal;
- Interpessoal
- Corporativo

E todos estes níveis e subníveis influenciam nos demais. Comunicação é um contínuo processo de retroalimentação.

A comunicação intrapessoal reflete e alimenta nossas crenças, cultura, valores, hábitos, virtudes, defeitos e infinitos condicionamentos responsáveis pela nossa dificuldade em mudar muitas coisas que gostaríamos de mudar em nossas vidas; ela está associada às respostas aos estímulos que se verificam dentro de nós. Se a comunicação intrapessoal não abre espaço para estas mudanças, elas não ocorrem.

Um bom comunicador (cabe lembrar que comunicação é também influência, e influência é em última análise, liderança) deve possuir discernimento e o maior grau possível de controle sobre a sua comunicação intrapessoal consciente. Caso contrário, pensamentos, ordens e condicionamentos estarão atuando à nossa revelia e nós nem estaremos nos dando conta deles.

Tomar consciência dos seus diálogos interiores e intervir neles quando necessário, eis um grande e estimulante desafio para um verdadeiro comunicador.

Na comunicação interpessoal, estamos diante do complexo sistema onde interagem duas ou mais comunicações intrapessoais com exteriorizações pelos canais verbais e não-verbais no nível interpessoal e que portanto, estão alterando segundo a segundo o teor da mensagem que estamos comunicando.

Comunicação não é um processo tão racional quanto se gostaria, o papel das emoções é extremamente relevante. Elas atuam de infinitas maneiras sutis. São como lentes perceptuais que alteram totalmente o conteúdo em questão, seja agregando fatores via conceitos, preconceitos ou “revival” de momentos anteriores ou ainda por perigosíssimas generalizações, racionalizações e até distorções e dissonâncias. Somos nós que emprestamos cor à realidade, retirando ou adicionando algo que ela não possui, que na verdade, projetamos.

## 6. METODOLOGIA

O estudo foi realizado no Colégio Estadual Gilvan Sampaio. O colégio está localizado na Rua Araticum, s/n, fone: 62 3251144.

O prédio é do Estado e conta com 35 professores, 16 funcionários no administrativo e 950 alunos.

A presente pesquisa se enquadra no campo das pesquisas qualitativas de cunho exploratório. Através desta, pretende-se ampliar a percepção do problema da comunicação, foco do trabalho, de forma a alcançar condições para o melhor entendimento do mesmo e propor possíveis soluções.

As técnicas utilizadas foram a observação, elemento básico na investigação científica, pois permite ao pesquisador um contato mais direto com a realidade que se pretende estudar (ROESH, 1996) e a entrevista, que, conforme salientam Alvarenga; Rosa (2001) não é uma simples conversa, necessitando ser orientada para um objetivo definido.

O método empregado para a coleta de dados foi através do questionário. Para Alvarenga; Rosa (2001), questionário é a forma popularmente usada para coletar dados, possibilitando maior exatidão na busca. As perguntas foram ordenadas, do tipo e fechadas que foram respondidas por escrito sem a presença do entrevistador.

De acordo com Sâmara & Barros (1994: 54) nas perguntas fechadas "são fornecidas as possíveis respostas, sendo que apenas uma alternativa de resposta é possível".

A técnica foi adotada por apresentar algumas vantagens, como:

- Economia de tempo;
- Abrangência maior de pessoas simultaneamente;
- Economia de treinamento de pessoal para aplicação de forma indireta;
- Obtenção mais rápida e precisa de respostas;

- Liberdade de respostas, em razão do anonimato;
- Segurança, pela não-identificação das respostas;
- Menor risco de distorção, pela não-influência do pesquisador;
- Maior tempo para responder e em hora mais favorável;
- Uniformidade na avaliação, pela natureza impessoal do instrumento.

## 7. ANÁLISE DE RESULTADOS

Após coletados e analisados, os dados nos remeteram aos seguintes resultados: Quando perguntou-se aos funcionários do Colégio Estadual Gilvan Sampaio sobre seu grau de instrução, obteve-se as seguintes respostas.

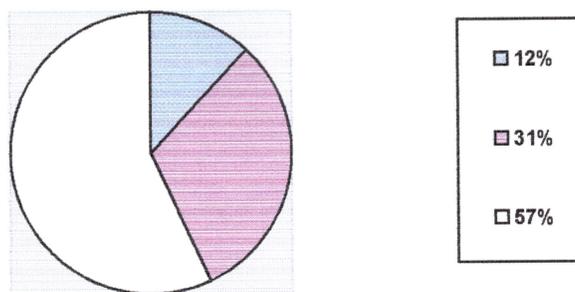


Figura 1: Grau de instrução dos funcionários da organização.

31% dos respondentes nos disseram possuir 2º grau. Mais da metade (57%) dos entrevistados disseram possuir o 3º grau completo/incompleto, ou seja muitos ainda cursam a universidade. Pode-se perceber que uma parcela estritamente baixa, possui pós-graduação (12%) o que nos remete a pensar sobre como é possível que uma parcela tão pequena do quadro de funcionários que trabalha na educação, não consiga o mínimo para seu próprio aperfeiçoamento.

Quando perguntou-se aos funcionários, a quem avisaria se fosse preciso esse ausentar.

Obtivemos os seguintes resultados:

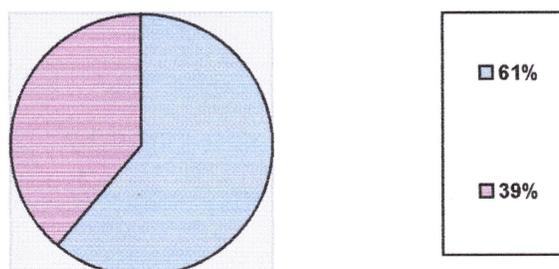


Figura 2: Quem avisa para justificar ausência.

61% dos funcionários avisa a chefia imediata ou seja a direção da organização e 39% comunica somente a um colega de trabalho, que não é correto para que haja um bom andamento na instituição de ensino, pois tem que haver uma integração entre os funcionários.

Foi perguntado aos funcionários com que eficácia os instrumentos de comunicação são usados.

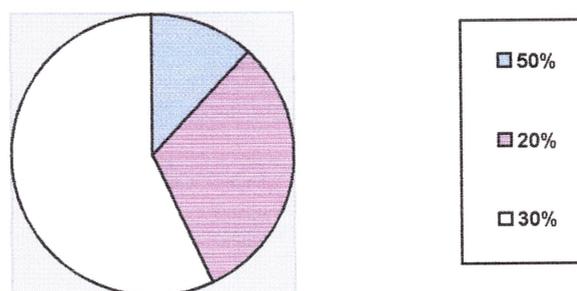


Figura 3: Classificação dos instrumentos quanto a sua eficácia.

50% dos funcionários acham que o telefone ainda é o mais eficiente meio de comunicação, 30% dos entrevistados optam pelas reuniões e 20% ou seja, a minoria, pelo quadro de avisos. Percebemos que os quadros de avisos são de pouca eficiência, pois muitas vezes passam despercebidos pelos funcionários.

Quando perguntou-se de como era informado a respeito dos períodos de férias e viagens de compromissos dos seus colegas de trabalho, 70% dos funcionários ficam sabendo de outras pessoas que trabalha na Escola e 30% do próprio colega. Seria muito bom, se houvesse uma comunicação mais ágil e freqüente, facilitaria a integração e poderia ter um melhor andamento na Escola.

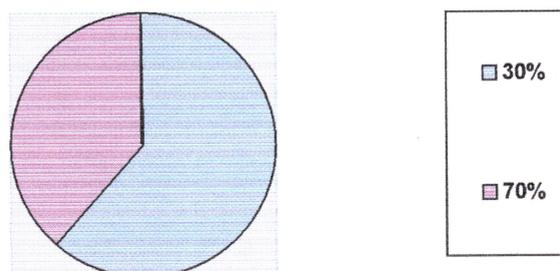


Figura 4: Informações a respeito de férias e viagens dos funcionários.

Quando perguntou-se que freqüência era o quadro de aviso.

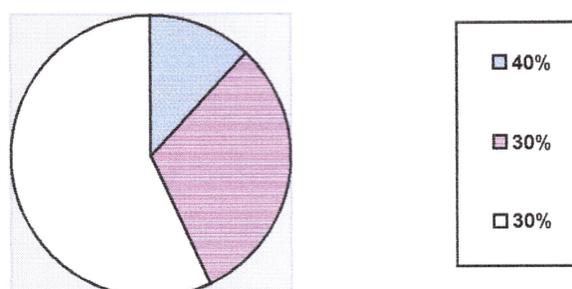


Figura 5: Com que freqüências são lidos os quadros de aviso.

40% dos respondentes lê semanalmente porque a leitura é a principal veículo de obter informações mas, deveriam ser mais assíduos. 30% lêem todos os dias, pois sabem das necessidades e o quanto a informação é valiosa e para obterem sucesso em tudo que fazem e adquirem informações sobre a Escola. 30% nunca lêem, isto é um absurdo, sendo uma instituição educativa sabemos que a leitura é o meio prioritário para o sucesso.

Foi perguntado como são classificadas as distribuições das informações:

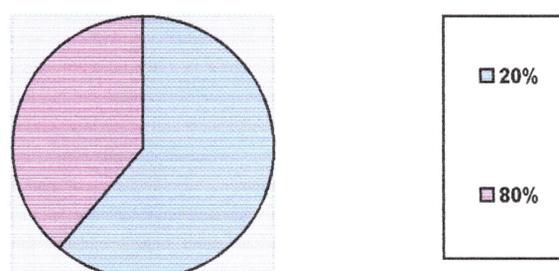


Figura 6: Como são feitas as distribuições das informações.

20% dos entrevistados classificam a distribuição descentralizada e de difícil acesso, precisando assim buscar um meio de informações que ajude a melhorar esta distribuição e 80% classificam como sendo descentralizada e de fácil acesso.

Quando foi perguntado como era visto a divulgação interna dos trabalhos desenvolvidos na escola, obtiveram os seguintes resultados.

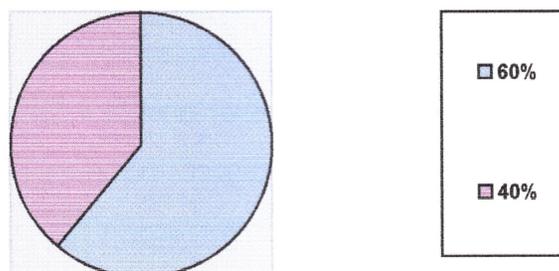


Figura 7: Divulgação interna de trabalhos na Escola.

60% acham que a divulgação interna dos trabalhos desenvolvidos na Escola são bem divulgados porque ajuda na integração e incentivo entre os funcionários e 40% acham que a divulgação ainda é parcial, que precisa melhorar em alguns aspectos.

## 8. CONCLUSÃO

Através dos estudos podemos chegar a conclusão que a comunicação é um termo muito importante para toda e qualquer empresa seja ela de pequena ou de grande porte. Porém, não deixa de ser importantíssimo para a sobrevivência da empresa ter uma boa comunicação.

Os profissionais desta empresa (Colégio Estadual Gilvan Sampaio) estão cada vez mais preocupados em se comunicar melhor internamente para que seu futuro seja promissor.

Sabemos que hoje, as organizações estão cada vez mais preocupadas com a comunicação interna que é indispensável o envolvimento de todos os profissionais. Sendo assim, o sucesso da política da comunicação interna depende desta integração entre todos os colaboradores.

É evidente que o incentivo e auto-estima são ponto relevante para uma informação partilhada e organizada.

Existem muitos obstáculos, mas precisamos admitir e concordar que a comunicação interna é o instrumento que permite motivar, estimular e promover uma organização voltada para a produtividade.

O que nos leva a perceber que os funcionários do Colégio Estadual Gilvan Sampaio, estão cada vez mais preocupados com a comunicação interna, pois é essencial para o desenvolvimento das instituições.

## REFERENCIAS BIBIOGRÁFICAS

AKTOUF, O. *Administração entre a tradição e a renovação*. São Paulo: Atlas, 1996.

ALVARENGA, M.A. de; ROSA, M. V. de F. *Apontamentos de metodologia para ciência e técnicas de redação científica*. São Paulo: Saraiva, 2001.

ALMEIDA, J. R. V. de. *Comunicação Empresarial: In: Eficientes Publicações do Conselho Regional de Administração da Bahia – CRA/BA*, ano 12, maio / 2002.

CHANLAT, J. F. *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Atlas, 2002. 205 p. ISBN 85-224-1367-3.

FREITAS, R. F.G; SANTOS, L. L. *Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas*. São Paulo: Summus, 2002.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991. 159 P. ISBN 85-224-0724-X.

KNUSCH, M. M. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.

NASSAR, P. Administrar e comunicar. *Vida & Trabalho*, São Paulo, n. 153, p.29, dez. 2002.

REGO, F. G. T. do. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento, e técnica*. São Paulo: Summus, 1986. 179 P. ISBN 85-323-0240-8.

ROBBINS, S. P. *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2002. 524 p. ISBN 85-020-3009-4.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*: São Paulo: Atlas, 1996. 301 p. ISBN 85-224-2338-5.

SANTOS, E. R. M. dos. *Comunicação na pequena, média e grande empresa*. Rio de Janeiro: TecnoPrint, 1980.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

  
Célia Romano do Amaral Mariano  
-Bibliotecária - FACER-  
CRB-1/1528

# **ANEXOS**

## PESQUISA

Prezado respondente, este questionário faz parte de uma pesquisa realizada pela acadêmica Cristhyane Braga e que tem por finalidade identificar possíveis deficiências existentes na organização, no tocante à comunicação interna.

1. Grau de instrução:

- a) Ensino Fundamental
- b) b) universitário
- c) c) pós-graduação

2. Se é preciso se ausentar por um breve período, você avisa:

Marque apenas uma alternativa

- 1. a telefonista/recepcionista
- 2. a secretária
- 3. a chefia imediata
- 4. um colega de trabalho
- 5. não avisa ninguém
- 6. mais de uma pessoa

3. Classifique os seguintes instrumentos quanto à sua eficácia, sendo:

1 sem eficiência, 2 pouca eficiência, 3 neutro, 4 eficiente, 5 muito eficiente

1-memorando

2-telefone

3-quadro de avisos/ mural

4-reuniões

5-seminários

6-escaninhos

7-contato pessoal

8-interfone

4. Como é informado a respeito dos períodos de férias e viagens de compromissos dos seus colegas de trabalho, com os quais se relaciona?

Marque apenas uma alternativa

- a. através da telefonista
- b. do próprio colega
- c. da secretária
- d. do Recursos Humanos
- e. de outras pessoas
- f. dos quadros de aviso
- g. não toma conhecimento
- h. outra fonte

5. Com que frequência lê os quadros de avisos ?

- a. todos os dias
- b. semanalmente
- c. quinzenalmente
- d. mensalmente
- e. nunca

6. Como você classifica a distribuição das informações no Colégio Estadual Gilvan Sampaio?

- a. centralizada e de fácil acesso
- b. centralizada e de difícil acesso
- c. descentralizada e de fácil acesso
- d. descentralizada e de difícil acesso

7. Como vê a divulgação **interna** dos trabalhos desenvolvidos pela Escola?

- a. são bem divulgados
- b. são divulgados parcialmente
- c. não são divulgados
- d. não sabe

## DADOS DO ALUNO

Nome: *Cristhyane Franco Braga Barbosa*

Nº da Matrícula: *0187*

Endereço: *Rua Buritirama, nº 290, Setor Aeroporto*

CEP: *76350-000* Cidade: *Rubiataba* Estado: *Goiás*

Tel.: *(061) 96269939*

Estágio realizado na área: *Administrativa*

Empresa: *Colégio Estadual Gilvan Sampaio – Rubiataba-Go.*

Resp. pelo estágio na empresa: *Núbia Socorro Barbosa Alves*

Endereço: *Rua Araticum, s/nº, Setor Aeroporto - Rubiataba-Goiás*

Telefone: *(062) 325-1144*

## AVALIAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE ESTÁGIO

<b>Nome do Estagiário:</b> <i>Cristhyane Franco Braga Barbosa</i>		
<b>Local do Estágio:</b> <i>Colégio Estadual Gilvan Sampaio</i>		
<b>Critérios de Avaliação</b>	<b>Conceito Atribuído</b>	
<u>Justificativa da Aplicação do Trabalho</u> Considerar os argumentos apresentados, a nível de Entidade Concessionária. Considerar os problemas que serão solucionados com o presente trabalho.	A	B C D E
<u>Capacidade Crítica</u> Considerar o sentido de análise da situação bem como o domínio da mesma e a capacidade de compreensão e proposta demonstrada pelos estagiários.	A	B C D E
<u>Capacidade de Inovação</u> Considerar o valor e a praticidade das propostas apresentadas a nível inovador para a Entidade Concessionária objeto da ação do estagiário.	A	B C D E
<u>Percepção e Profundidade de Conhecimento Específicos</u> Considerar a capacidade demonstrada pelo estagiário em dominar o tema objeto de seu trabalho, bem como a utilização de terminologia técnica específica.	A	B C D E
<u>Capacidade de Defesa do Trabalho de Conclusão de Estágio</u> Considerar a capacidade demonstrada pelo estagiário em responder aos questionários de avaliação do Professor Orientador.	A	B C D E
<u>Verificação da Metodologia do Trabalho</u> Considerar a ordenação do presente trabalho e o cumprimento de cada uma de suas etapas.	A	B C D E
Parecer		
DATA	Assinatura do Prof. Orientador	Conceito Final

## REFERENCIAS BIBIOGRÁFICAS

AKTOUF, O. *Administração entre a tradição e a renovação*. São Paulo: Atlas, 1996.

ALVARENGA, M.A. de; ROSA, M. V. de F. *Apontamentos de metodologia para ciência e técnicas de redação científica*. São Paulo: Saraiva, 2001.

ALMEIDA, J. R. V. de. Comunicação Empresarial: In: *Eficientes Publicações do Conselho Regional de Administração da Bahia – CRA/BA*, ano 12, maio / 2002.

CHANLAT, J. F. *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Atlas, 2002. 205 p. ISBN 85-224-1367-3.

FREITAS, R. F.G; SANTOS, L. L. *Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas*. São Paulo: Summus, 2002.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991. 159 P. ISBN 85-224-0724-X.

KNUSCH, M. M. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.

NASSAR, P. Administrar e comunicar. *Vida & Trabalho*, São Paulo, n. 153, p.29, dez. 2002.

REGO, F. G. T. do. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento, e técnica*. São Paulo: Summus, 1986. 179 P. ISBN 85-323-0240-8.

ROBBINS, S. P. *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2002. 524 p. ISBN 85-020-3009-4.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*: São Paulo: Atlas, 1996. 301 p. ISBN 85-224-2338-5.

SANTOS, E. R. M. dos. *Comunicação na pequena, média e grande empresa*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1980.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

  
Célia Romano do Amaral Mariano  
-Bibliotecária - FACER-  
CRB-1/1528