

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO – UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNÓLOGICA EM GESTÃO DE  
RECURSOS HUMANOS

ÉRICA DE PAULA DA SILVA PIMENTEL  
RAMIRO AUGUSTO BELO DA SILVA  
VITÓRIA REGINA MOREIRA DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO INTERNA E SUA APLICAÇÃO  
NAS ORGANIZAÇÕES**

RECIFE  
2023

ÉRICA DE PAULA DA SILVA PIMENTEL  
RAMIRO AUGUSTO BELO DA SILVA  
VITÓRIA REGINA MOREIRA DA SILVA

## **A COMUNICAÇÃO INTERNA E SUA APLICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à disciplina TCC II do curso Tecnólogo em Gestão em Recursos Humanos do Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como parte dos requisitos para conclusão do curso.

Professor Orientador: Espec. Emanuel Lima Xavier

RECIFE  
2023

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

P644c Pimentel, Érica de Paula da Silva.  
A comunicação interna e sua aplicação nas organizações/ Érica de Paula da Silva Pimentel; Ramiro Augusto Belo da Silva; Vitória Regina Moreira da Silva. - Recife: O Autor, 2023.  
10 p.

Orientador(a): Esp. Emanuel Lima Xavier.

Trabalho de Conclusão de curso (Graduação) - Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Gestão em Recursos Humanos, 2023.

Inclui Referências.

1. Comunicação. 2. Interna. 3. Organizações. 4. Harmonia. I. Silva, Ramiro Augusto Belo da. II. Silva, Vitória Regina Moreira da. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 658.3

*Dedicamos esse trabalho a nossos familiares*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus em primeiro lugar, por me ajudar a superar todos os obstáculos, encontrados ao longo do curso. A meus filhos que me incentivaram nos momentos mais difíceis. A meu pai que já não está mais entre nós. A meu orientador Professor Emanuel, pelas correções e ensinamentos que me permitiu apresentar um bom trabalho e me ajudou no processo de formação profissional. aos meus colegas Ramiro e vitória pelo companheirismo e paciência nesses meses de muito trabalho.

Érica de Paula da Silva Pimentel

Agradeço primeiramente a Deus por tudo que está acontecendo. Nada foi tão fácil em minha vida, mas com muita disposição e fé, ele me auxiliou a chegar até aqui. Agradecer também a meus familiares e amigos que me incentivaram até aqui. Agradecer a meu orientador Emanuel Lima Xavier, com seu carisma, atenção e compreensão, nos instruiu até aqui. Só tenho a agradecer a todos pela força e palavras de carinho e incentivo. Obrigado.

Ramiro Augusto Belo da Silva

Agradeço a Deus por tudo que tem surgido em minha vida, em meu caminho profissional, em todos os momentos da minha vida. Foi muito difícil estudar, tenho que ter muita força, lutar bastante, batalhar pelos meus sonhos, objetivos e metas na área profissional. Irei encontrar obstáculos para superá-los, mas nunca irei desistir e terei a capacidade de vencer. Acredito que tudo é possível para ser feliz. Agradeço aos meus professores que me ensinaram, com muitas aprendizagens, desenvolvimentos, conhecimentos, com teorias e práticas. Também agradeço a equipe de estudo, que juntos, os estudos e apresentação desse trabalho gratificante.

Vitória Regina Moreira da Silva

*“Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo. Todos nós sabemos alguma coisa. Todos nós ignoramos alguma coisa. Por isso aprendemos sempre.”*

*(Paulo Freire)*

## RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo abordar a comunicação interna das organizações e suas aplicações, visando colocar de forma clara e objetiva para que tenham um bom entendimento. Tendo uma pesquisa de revisão bibliográfica como base, utilizando artigos, livros, sites de pesquisa, para obtenção do conteúdo proposto.

Com os resultados obtidos através de pesquisas descritivas observamos o crescimento no controle e melhoria contínua da comunicação dentro das organizações. Sendo assim, podemos dizer que uma organização que investe em treinamentos e novas tecnologias de informação tem um forte instrumento para influenciar positivamente seus funcionários e parceiros comerciais.

Uma boa comunicação interna pode trazer para empresa, além de harmoniza e conhecimento valores para o futuro e crescimento de todos os envolvidos.

**Palavras-chaves:** Comunicação; Interna; Organizações; Harmonia.

## **ABSTRACT**

This research aims to address the internal communication of organizations and their applications, aiming to put it in a clear and objective way so that they have a good understanding. Having a bibliographic review research as a basis, using articles, books, research sites, to obtain the proposed content.

With the results obtained through descriptive research, we observe growth in control and continuous improvement of communication within organizations. Therefore, we can say that an organization that invests in training and new information technologies has a strong instrument to positively influence its employees and business partners. Good internal communication can bring to the company, in addition to harmony and knowledge, values for the future and growth of all involved.

**Keywords:** Communication; Internal; Organizations; Harmony.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>10</b>
<b>3 RESULTADOS .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 Comunicar e informar .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 A comunicação interna .....</b>	<b>12</b>
<b>3.3 A comunicação na organização .....</b>	<b>12</b>
<b>3.4 Os canais de comunicação .....</b>	<b>14</b>
<b>3.5 Os meios de comunicação .....</b>	<b>15</b>
<b>3.6 A aplicação da comunicação dentro das organizações .....</b>	<b>16</b>
<b>3.7 A comunicação interna na produtividade .....</b>	<b>17</b>
<b>3.8 A produtividade e seus processos .....</b>	<b>17</b>
<b>3.9 Produtividades / Eficácias .....</b>	<b>18</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>19</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>20</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

O presente artigo tem por objetivo analisar os processos da comunicação e os elementos necessários para que a mesma aconteça com clareza e haja o entendimento entre os envolvidos no processo.

Uma boa comunicação interna pode trazer harmonia, conhecimento, valores e um bom entendimento para uma empresa, e a falta dela pode gerar conflito. Será abordado o papel e a importância da comunicação.

A comunicação é responsável pelo tipo de fluxo dentro das organizações, a falta de uma boa comunicação pode interferir no conhecimento, nas atividades de produção na motivação e no desempenho das funções dentro das organizações, acarretando brigas entre os colaboradores.

A imagem de uma empresa é muito importante para sobrevivência da mesma, então como a comunicação afeta as relações dentro das organizações? Por que é necessário que haja uma boa comunicação entre empregado e empregador? Esse artigo tratará da importância de uma boa comunicação interna para as instituições, os canais e meios de comunicação e sua eficácia.

Transmitir uma mensagem e receber da maneira correta é um dos pilares importantes para uma boa socialização na empresa, onde pode ser resolvidos conflitos e realizar negociações garantido sucesso na gestão de equipes.

## **2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

A pesquisa bibliográfica trata de levantamentos de bibliografias já publicadas em livros, revistas, google acadêmicos, sites de pesquisas brasileiros, teses e monografia. Este estudo foi feito no período de março a maio de 2023.

De acordo com Stumpt.(2009. p.51)

Um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico.

Diante disto, serão pesquisadas as principais literaturas que abordem o tema: comunicação interna e sua aplicação nas organizações.

## **3 RESULTADOS**

A comunicação é a parte mais importante da empresa. Investir em comunicação sem estratégia e sem planejamento não produz os resultados

esperados. Viabilizar os canais de comunicação é fundamental dentro das empresas, favorecer o relacionamento das pessoas. Elas precisam se sentir valorizadas com isso, a autoestima se elevará e o desenvolvimento profissional também. A comunicação externa representa a imagem da empresa, como ela é vista diante dos seus fornecedores, clientes e sociedade em geral.

### **3.1 Comunicar e informar**

A comunicação é um processo que necessita ser monitorado de forma ampla para atingir o público interno, os funcionários da empresa e também os parceiros prestadores de serviços. É importante salientar que os colaboradores precisam estar bem-informados sobretudo, se comunicar adequadamente de acordo com o meio onde se encontra (ambiente de trabalho), de forma a aumentar a força humana do grupo, estar alinhado aos processos e objetivos da empresa, pois, no mercado afinal, são essas pessoas as responsáveis para que a organização alcance o sucesso.

Sempre que se vai comunicar algo a alguém, é de extrema importância que se defina o tema da conversa e o resultado que se quer obter, pois, existe grande diferença entre comunicar e informar. Informar é apenas transmitir a informação, sem saber se o receptor recebeu de forma correta e se ele entendeu. Já, comunicar é o processo de troca de informações, é estabelecer um diálogo entre duas ou mais pessoas. Garantir que o receptor, além de receber o mesmo entenda a mensagem passada, responda e assim fechado assim um ciclo na comunicação. Para Ferreira (2004), comunicar quer dizer associar, estabelecer comunicação entre; ligar, unir, compartilhar, tornar comum.

### **3.2 A comunicação Interna**

A comunicação é o que conduz todas as ações do ser humano. Segundo, (houaiss 2001), a Comunicação Interna é “aquela que se exerce entre a Instituição e o seu público interno e é diferente também da Comunicação Administrativa, conjunto dos meios e procedimentos utilizados em uma Organização para transmissão de informações, ordens, solicitações, orientações, etc”.

Segundo Matos (2005), a falta de cultura do diálogo, de abertura a conversação e a troca de ideias, opiniões, impressões e sentimentos, é, sem dúvida

alguma, o grande problema que prejudica o funcionamento de organizações e países.

A comunicação corporativa é um processo diretamente ligado à cultura da empresa, ou seja, aos valores e ao comportamento das suas lideranças e às crenças dos seus colaboradores. Tem que ter uma comunicação coerente e de fácil entendimento onde muitas das vezes, não são apresentadas na organização.

A comunicação interna é uma ferramenta indispensável para o sucesso das organizações, pois atua sobre os resultados e age diretamente nas relações de trabalho, no humor, na valorização e no entendimento, ela deve tornar as organizações, mas flexíveis, e facilitar o entendimento entre todos os funcionários.

A comunicação adequada pode transmitir além da informação o conhecimento, que disseminam interna e externamente as informações, a eficiência na informação, requer confiança e comprometimento das partes envolvidas no intuito de promover valores e sucesso para o futuro da organização.

### **3.3 Comunicação nas organizações**

Nas organizações a comunicação se apresenta de diferentes formas que variam de acordo com os elementos, contexto e tipo de comunicação a ser usado. A comunicação pode ser: comunicação verbal e comunicação não verbal. A comunicação verbal envolve participação, transmissão e trocas de conhecimento e experiências entre os envolvidos. A comunicação verbal pode ser: interna – quando o processo acontece dentro da empresa e externa – quando o processo ultrapassa os limites da empresa, ocorrendo entre esta e funcionários ou instituições de fora da empresa. Quanto à transmissão da mensagem, a comunicação ocorre de duas formas: oral e escrita. Segundo (Du Brin 2001), a Comunicação não verbal tem o propósito de exprimir sentimentos sem usar a palavra, através de gestos, expressões, movimentos faciais, timbre de voz, postura, reflexão, vestuário.

A comunicação se transformou em 'corporativa', não por um capricho da linguagem ou por querer introduzir mais complexidade no mundo das empresas, mas pela força das coisas. Daí que as organizações estejam despreparadas diante de uma nova realidade emergente, que é, ela mesma, produto da complexidade generalizada e da atuação tecnológica que caracterizam nossa sociedade e nossa civilização (COSTA, 1995, p. 95 apud MEDRANO, 2007).

A comunicação interna não é um fim em si mesma; é apenas um meio de obter os objetivos corporativos. Para tanto, é necessário que as organizações considerem as informações como um ativo (que há de gerir) e um recurso (que há de aproveitar), ao invés de considerá-la como um suporte de suas diferentes atividades. Quando assim acontecer, a comunicação interna poderá ser entendida como um “indicador de modernidade da cultura corporativa dessa organização” (URRUTIA, 1999).

A comunicação está ligada diretamente à transmissão da mensagem, que ocorre com alguns elementos essenciais:

**Emissor:** chamado também de locutor ou falante, o emissor é aquele que emite a mensagem para um ou mais receptores.

**Receptor:** denominado de interlocutor ou ouvinte, o receptor é quem recebe a mensagem emitida pelo emissor.

**Mensagem:** é o objeto utilizado na comunicação, de forma que representa o conteúdo, o conjunto de informações transmitidas pelo locutor.

**Código:** representa o conjunto de signos que serão utilizados na mensagem

**Canal de Comunicação:** corresponde ao local (meio) onde a mensagem será transmitida, por exemplo, jornal, livro, revista, televisão, telefone, dentre outros.

**Contexto:** trata-se da situação comunicativa em que estão inseridos o emissor e receptor.

**Ruído na Comunicação:** ele ocorre quando a mensagem não é decodificada de forma correta pelos interlocutores.

A comunicação precisa ser usada como forma de estimular, motivar e levantar a imagem da empresa para que a mesma se torne bem-vista não só pelos colaboradores, mas também no mercado, muito embora sua função principal dentro da organização seja de solucionar conflitos, criar e facilitar a compreensão das pessoas com pontos de vista diferentes.

Muitas vezes, a comunicação não acontece de forma eficaz em virtude da falta de habilidade do emissor/ou receptor, constituindo-se verdadeiras barreiras entre ambos. Consideram-se barreiras da comunicação: motivação e interesse baixos, reações emocionais e desconfianças que podem limitar ou distorcer as comunicações; diferenças de linguagem, colaboradores com conhecimentos e

experiências diferentes também podem se constituírem barreiras da comunicação numa organização.

### **3.4 Os Canais de Comunicação**

Os canais formais da comunicação influenciam na eficácia da comunicação, os canais cobrem uma distância cada vez maior a medida que as organizações crescem e se desenvolvem no mercado, atingir a comunicação eficaz em uma grande organização é muito mais difícil do que em uma organização menor por com o aumento das organizações ou organizações já de grande porte, tem diversos colaboradores tanto da limpeza até a gestão e visto que são diversas ideias e visões diferentes e para atingir isso é muito complexo.

Verifica-se também a diferença entre a comunicação dos trabalhadores e os gerentes de nível mais alto, para cada grupo de trabalhadores existe uma comunicação diferente. Segundo (Du Brim, 2001), os canais de comunicação podem ser formais e informais. Os canais formais de comunicação são os caminhos oficiais para o envio de informações, tendo como fonte o organograma da organização.

Através dos canais pode-se enviar mensagens de diferentes tipos como: Boletins informativos, jornais, reuniões, memorandos escritos correio eletrônico, quadro de avisos tradicionais e eletrônicos.

Canais informais de comunicação representam à rede de comunicação, não oficial. Conforme, (Du Brin 2001), são dois importantes canais informais de comunicação: rádio corredor e os encontros casuais. O rádio corredor (conhecido popularmente de rádio peão) é o principal meio de transmissão de boatos e até pode criar problemas à organização. Boatos falsos podem ser prejudiciais à moral e à produtividade da empresa, pois uma falsa informação pode trazer discursões, preocupações e brigas nos casos mais graves. Reuniões com empregados para discutir o boato é a melhor forma de evitar que tais boatos comprometam a imagem dos funcionários da Organização. Visto que o mesmo fica mal visto dentro da organização e na pior das hipóteses, uma justa causa sujando sua imagem.

Encontros casuais não programados - acontecendo entre os superiores e empregados podem representar um canal de informação eficiente. Além das reuniões formais, muitas informações valiosas podem ser coletadas nesses encontros casuais. A alta direção, preocupados com a Comunicação interna, utilizam

desses canais sem preconceito, coletando informações que os ajudam na tomada de decisões importantes. Porque esses líderes, dentro das organizações e principalmente nas de grande porte, não tem muito acesso, pois são muitas as tarefas e não tem tempo de saber de tudo. E com isso, facilita bastante a localizar e entender para tomar uma decisão mais rápido e eficaz.

### **3.5 Os Meios de Comunicação**

Nota-se que nas empresas o ato de comunicar utiliza três principais mecanismos, sendo eles: correio eletrônico (e-mail), intranet corporativa e reuniões de equipe. Embora se tenha uma ampla divulgação das informações, na grande maioria dos casos as mesmas notícias são comunicadas por estes três instrumentos de comunicação, aumentando – se a chance de não se dar a real importância à informação recebida.

Santos (2010) defende que o e-mail é uma forma de comunicação extremamente conveniente e amplamente utilizada em todo o mundo, é um meio de comunicação diferente dos demais e no mundo globalizado é utilizado nas empresas como uma das principais ferramentas de comunicação, por essa razão ele deve ser eficiente e profissional. Isto porque agiliza a disseminação de informações, é válido como qualquer documento assinado, armazena dados por tempo indeterminado, garantindo segurança e facilidade de acesso.

Já a intranet é utilizada como ferramenta para o contato direto e de comunicação contínua com o colaborador. Bueno (2010) afirma que a Intranet corporativa “precisa ser pensada como uma rede que potencializa a circulação de informações de interesse da organização e de seus públicos internos, e promove a interação entre a organização e os seus funcionários”, como por exemplo, comunicados oficiais, história, missão e valores da empresa.

A comunicação por meio de reuniões de equipe deve ocorrer com informações claras e objetivas, e com a integração e participação de todos os colaboradores para que não haja nenhuma dúvida referente as informações passadas.

### **3.6 A Aplicação da comunicação dentro das organizações**

As organizações analisam cada vez mais suas atividades, a fim de atingir a eficiência em seus processos. Existindo um controle de melhoria contínua através de treinamentos e novas tecnologias, identificando os problemas e buscando soluções.

Descrever o objetivo e as funções de cada um dos envolvidos no processo, divulgar as normas, os regulamentos e os manuais necessários nas empresas, estudando e definindo os ciclos da organização e assim avaliar os impactos das ações decorrentes das informações recebidas.

A teoria das relações humanas identificou que o processo de comunicação entre as empresas era falho. A troca contínua de informações entre os operários, e entre esses e os superiores, a respeito das questões organizacionais, promoviam um ambiente de maior cooperação dos operários, havendo um melhor desempenho das atividades, pois os mesmos intendem o que se quer passar, sem ficar nenhuma dúvida.

A falta de disposição para falar com os operários, o excesso de informações, além da complexidade das mensagens são fatores que influenciam na aplicação da comunicação nas empresas visto que tem que ser usado palavras de fácil entendimento, pois não são todos que iram intender de forma clara e objetiva o que se quer transmitir. Tem que ser verificada a forma de como se fala com diferentes setores na organização.

Chiavenato (2002), afirma que a tendência é fazer com que todas as pessoas, em todos os níveis da organização, sejam os administradores – e não simplesmente os executores – de suas tarefas. Além de executar as tarefas, cada pessoa deve conscientizar de que ele deve ser o elemento de diagnóstico e de solução de problemas para obter uma melhoria contínua de seu trabalho dentro da organização. E é assim que crescem e se solidificam as organizações bem-sucedidas.

### **3.7 A Comunicação Interna na Produtividade**

A Organização e a empresa moderna nasceram com a revolução industrial em virtude do avanço tecnológico e da produtividade, com a nova tecnologia os processos de produção, a administração e a gerência das empresas passaram a ser a preocupação maior dos proprietários.



Segundo Mayo na experiência em Hawthorne o nível da produção é resultado da integração social, do comportamento social dos operários, das recompensas, relações humanas e aspecto emocional.

Uma empresa interage com seus clientes externos para produzir produtos e isso se transforma em benefícios de acordo com atendimento e expectativas destes. A importância da comunicação empresarial influencia na qualidade e entrega dos produtos. A comunicação na empresa garante o alinhamento dos funcionários com os objetivos a serem alcançados e pode ainda ajudar na prevenção de possíveis contratemplos, pois, a empresa tem a possibilidade de interceder conflitos e buscar soluções com antecedência.

### **3.8 A Produtividade e seus processos**

A produção e fornecimento de um determinado serviço exigem vários procedimentos, tais como:

- Planejar as atividades produtivas.
- Promover o pessoal de instruções de trabalho, com critérios da qualidade.
- Controlar os processos de produção.

Na produtividade a empresa precisa considerar que o treinamento é a melhor forma de comunicação interna onde irá ter uma comunicação, instruções de procedimentos e como fazer tal função ou tarefa para que saia com excelência, quanto mais habilitados forem seus funcionários, menor o número de erros durante os processos produtivos. Processos lentos, complexos ou burocráticos costumam gerar muitos problemas para as empresas onde há perda de tempo, dinheiro, e assim, reduzir a produtividade e sendo não bem-vista no mercado e ocasionando o fechamento de suas portas. Nenhuma empresa deseja isso pra ela.

### **3.9 Produtividade/Eficácia**

É por meio da comunicação que se estabelecem os objetivos da empresa, o que se espera de cada colaborador, e comunicam-se os recursos que estão a sua disposição. Para que essa comunicação seja eficaz é indispensável a disseminação das informações por parte de todos os colaboradores da organização.

A produtividade é definida como a relação entre os recursos utilizados e os resultados obtidos. A eficácia envolve a comparação entre objetivos e resultados

alcançados, afinal de contas não adianta produzir muito se não for produção com qualidade, o objetivo das organizações é a satisfação dos seus clientes, não o contrário.

Contudo a eficácia só pode ser adquirida através do conhecimento, da aprendizagem dos processos, e na aplicação dos mesmos na produção e com isso tem que ter um bom treinamento, onde se passa como vai fazer os produtos com qualidade para a satisfação de seus clientes e crescimento e satisfação da organização.

Acreditamos que a organização não está em suas atividades, mas na interpretação delas. E trabalhar através de uma interpretação é um processo social (de fato o processo social que chamamos de comunicação”) por meio de cada membro, ambos em busca da compreensão (no entanto tentativas) do que os eventos significam, organizacionalmente, enquanto eles simultaneamente reconfirmam suas próprias posições na rede através dos papéis que eles representam no processo interpretativo. (TAYLOR et al. 1996, p. 4, tradução livre)

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através do embasamento teórico e das reflexões expostas no estudo foi possível verificar a importância de um bom entendimento dentro das organizações, que um bom relacionamento é essencial dentro das empresas. E que a comunicação é de extrema importância para que tenha uma excelência de resultados. Os autores demonstram nas suas citações, concordância sobre o tema exposto, associando à comunicação as relações de trabalho, a motivação e a produtividade.

De acordo com o objetivo geral do trabalho. A comunicação interna e sua aplicação nas organizações, às dificuldades estão na burocracia, na hierarquia das funções e no grande número de canais de comunicação que possui o que não representa diretamente uma qualidade.

No âmbito das atividades dentro das empresas, a comunicação é de extrema importância, com base nos dados analisados, a comunicação é a ferramenta mais utilizada e entrelaça todos os setores da organização, tanto do funcionário de serviços gerais até o dono da instituição.

O trabalho está baseado em citações de diversos autores e sites de extrema importância para o meio acadêmico, por falta de tempo, não foi feita nenhuma pesquisa de campo, deixando a possibilidade de trabalhos futuros. Após todas as análises feitas neste trabalho foi possível verificar a importância da comunicação

interna. Ela impulsiona a produtividade além da redução de incidentes nas empresas como brigas, discursões, desentendimento for faltar uma boa comunicação e de um entendimento eficaz.

As organizações têm um grande desafio ligado a velocidade com que as informações se disseminam dentro das mesmas, afetando suas lideranças, colaboradores e a cultura organizacional da mesma. Não basta garantir a comunicação, é necessário quebrar as barreiras percebendo que todos os envolvidos tenham assimilado o conteúdo passado e não deixando que essa ferramenta passe despercebido.

Todos têm a capacidade da comunicação, uns menos, outros mais, só basta ter um bom incentivo e treinamento para ser um bom comunicador dentro de uma organização.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Revista brasileira de Administração. São Paulo, 2014. Disponível em < <http://www.portaldosadministradores.com.br> > acesso em 17 de abr 2023.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- DUBRIN, Andrew J.. **Princípios da Administração**. Tradução Roberto Minadeo. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.
- FRANÇA, Fábio. **Conceituação Lógica de Públicos em Relações**. Revista de Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. São Paulo, 2003.
- MATOS, Gustavo Gomes. **Por que é Preciso Comunicar?** São Paulo, 2005. Disponível em: < <http://www.rh.com.br> > acesso em : 01 jun 2023.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato, **Comunicação empresarial / Comunicação Institucional. Conceitos, Estratégias, Sistemas, Estruturas, Planejamentos e Técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.
- STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; Barros, Antônio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- THAYER, Lee O. **Comunicação: Fundamentos e Sistemas na Organização, na administração, nas Relações Interpessoais**. São Paulo: Atlas, 1976.
- TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2009.