FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FABRÍCIA OLIVEIRA DOS SANTOS
FRANCYMARA CARDOSO DA SILVA

EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO: um estudo de caso no Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA

Chapadinha/MA
2016

FABRÍCIA OLIVEIRA DOS SANTOS
FRANCYMARA CARDOSO DA SILVA

EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO: um estudo de caso no Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profª. Silvana da Silva Cardoso.

Chapadinha/MA
2016

Santos, Fabrícia Oliveira dos

Efetividade na comunicação : um estudo de caso no sindicato dos pescadores de chapadinha-MA/ Fabrícia Oliveira dos Santos; Francymara Cardoso da Silva. - Chapadinha, 2016.

65f.

Monografia (Graduação em Administração) – Curso de Administração – Faculdade do Baixo Parnaíba, 2016.

1. Efetividade na comunicação 2. Comunicação organizacional 3. Comunicação sindical. I. Francymara Cardoso da Silva II. Título

CDU 658.3

FABRÍCIA OLIVEIRA DOS SANTOS
FRANCYMARA CARDOSO DA SILVA

EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO: um estudo de caso no Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA.

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em ____/____/_____

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof. Esp. Silvana da Silva Cardoso (Orientadora)
Especialista em Gerência de Recursos Humanos
Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP

_____
Profº. Rodrigo Carneiro Barbosa.
Graduado em Administração
Faculdade do Baixo Parnaíba - FAP

_____
Prof. Lívia Cultrim Lima
Graduada em Engenharia de Produção
Faculdade do Baixo Parnaíba

Dedicamos este trabalho primeiramente à Deus, aos nossos familiares, que sempre nos incentivaram e acreditaram em nosso potencial, aos amigos que se fizeram presente em todos os momentos, e ao corpo docente que contribuiu para nossa formação.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por ter permitido a realização desse sonho;

A minha mãe Ivanete e ao meu tio Antônio, pelo apoio emocional, financeiro e por sempre me incentivado a superar meus limites;

A minha família pelo incentivo e o apoio durante os anos da graduação;

Aos meus amigos de classe pela espontaneidade, alegria e a troca de conhecimentos durante todos esses anos;

A minha orientadora Professora Silvana Cardoso, pelo o incentivo e presteza no auxilio as atividades;

Ao sindicato dos pescadores, por ter aceitado que a pesquisa se desenvolvesse na instituição e por ter me dado a oportunidade de colocar em pratica meus conhecimentos obtidos no curso de Administração;

E, por fim a FAP- Faculdade do Baixo Parnaíba e aos meus professores que de forma significativa contribuíram para minha formação.

Fabrícia Oliveira Dos Santos

À Deus, por ser meu guia, pelo equilíbrio, paz e oportunidade de concluir minha graduação;

À minha família pelos ensinamentos e apoio;

À minha orientadora professora Silvana Cardoso por seus ensinamentos e incentivo;

Ao Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA, por permitir e contribuir na pesquisa;

Aos meus amigos por estarem próximo a mim em momentos maravilhosos, pelo apoio constante e pela experiência compartilhada;

À Faculdade do Baixo Parnaíba e aos professores que contribuíram para formação acadêmica.

Francymara Cardoso da Silva

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível”.

Charles Chaplin.

RESUMO

O presente trabalho, cujo objetivo é identificar como a ausência de comunicação adequada pode inviabilizar o contato com os associados, tem como título, Efetividade na comunicação: um estudo de caso no Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA. Para a realização deste, utilizou-se pesquisas bibliográfica e de campo, pois é imprescindível conhecer a importância da comunicação organizacional bem como suas características e fatores para uma comunicação efetiva. Para tanto, fundamentou-se em autores como Drubrin (2006), Robbins (2005), Bordenave (2009), Lacombe (2011), dentre outros. O estudo teve caráter metodológico qualitativo. Para coleta de dados, foram aplicados, aos associados do aludido Sindicato, questionários com perguntas fechadas e, também, entrevista com perguntas abertas feitas ao gestor e secretário-geral. Identificou-se que a empresa utiliza como principal meio de comunicação o rádio, e trabalha constantemente para obter um bom retorno dos associados, conseguindo realizar uma comunicação clara e objetiva. Assim constatou-se que é essencial que a empresa estudada invista no programa de rádio da organização e faça um acompanhamento dos modos de comunicação adotado dentro do Sindicato.

Palavras-Chave: Efetividade na Comunicação, Comunicação Organizacional, Comunicação Sindical.

ABSTRACT

The present work, whose objective is to identify how the absence of adequate communication can make contact with the associates impossible, has as its title Effectiveness in communication: a case study in the Fishermen's Union of Chapadinha-MA. For the accomplishment of this, the bibliographical and field researches were used, because it is imperative to know the importance of the organizational communication as well as its characteristics and factors for an effective communication. For that, it was based on authors such as Drubrin (2006), Robbins (2005), Bordevane (2009), Lacombe (2011), among others. The study had qualitative methodological character. For data collection, questionnaires with closed questions were also applied to the members of the aforementioned Union, as well as an interview with open questions made to the manager and secretary general. It was identified that the company uses radio as the main means of communication, and works constantly to obtain a good return of the associates, achieving a clear and objective communication. Thus it was verified that it is essential that the company studied invest in the radio program of the organization and follow up the modes of communication adopted within the Union.

Key words: Effectiveness in Communication, Organizational Communication, Trade Union Communication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

p.

Quadro 1 - Número de trabalhos de com acordo com temas e plataforma de pesquisa 12
Quadro 2 - Sexo dos associados entrevistados 43
Quadro 3 - Tempo de associado..... 43
Quadro 4 - Faixa etária dos entrevistados..... 44
Quadro 5 - Formação escolar..... 44
Gráfico 1 - Qual é o meio de comunicação utilizado pelo sindicato para com você cliente/associado?..... 45
Gráfico 2 - As informações fornecidas pelo sindicato aos seus associados são transmitidas de forma que você entenda?..... 46
Gráfico 3 - Você confia nas informações fornecidas pelo Sindicato? 46
Gráfico 4 - O sindicato dá liberdade para você manifestar sugestões ou insatisfações?..... 47
Gráfico 5 - Você recebe orientação adequada quando vai resolver algum problema ou solicitar informações no sindicato?..... 48
Gráfico 6 - Como você classifica as informações que recebe dos membros da Diretoria do Sindicato?..... 49
Gráfico 07 - Em sua opinião, os meios pelos quais a Diretoria se comunica, faz com que as informações cheguem até você?..... 50
Gráfico 8 - Em sua opinião, os modos que a Diretoria do Sindicato utiliza para se comunicar com os associados deve melhorar? 51
Gráfico 9 - Indique o grau de satisfação com a forma que o Sindicato dos Pescadores tem se comunicado com você associado..... 51

SUMÁRIO

		p.
1	**INTRODUÇÃO**	11
2	**UM BREVE MAPEAMENTO BIBLIOGRÁFICO SOBRE EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO**	12
2.1	**SCIELO**	13
2.2	**CAPES**	16
2.3	**BDTD**	18
3	**HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO**	20
3.1	**Conceitos acerca da comunicação**	22
3.2	**Tipos de comunicação**	24
3.3	**Funções da comunicação**	26
3.4	**Barreiras para a comunicação**	27
3.5	**Envio de mensagens**	29
4	**Efetividade na comunicação**	32
5	**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**	34
6	**COMUNICAÇÃO SINDICAL**	37
7	**BREVE HISTÓRICO SOBRE SINDICATO DOS PESCADORES**	38
8	**METODOLOGIA**	38
8.1	**Tipos de Pesquisa**	38
8.2	**Universo E Amostra**	39
8.3	**Instrumentos de coleta de dados**	39
9	**ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS**	40
10	**CONCLUSÃO**	53
	REFERÊNCIAS	54
	APÊNDICES	58

1 INTRODUÇÃO

O ser humano precisa se comunicar constantemente, tanto para manter uma vivência coletiva, quanto para expressar sentimentos, opiniões e anseios. Em meio às mudanças constantes faz-se, necessário, estudos para atestar a efetividade na comunicação no meio organizacional a fim de saber se os meios adotados pela empresa conseguem atingir os resultados esperados pela organização bem como satisfazer seus clientes.

Nessa perspectiva, delineou-se o trabalho, tendo como objetivo central: identificar como a ausência de comunicação adequada pode inviabilizar o contato com os associados? Também foram objetivos da pesquisa certificar como a comunicação pode contribuir para a melhor interação entre sindicato e associado, perceber através de questionários a satisfação dos associados na questão da comunicação exercida pelo sindicato.

Para subsidiar a pesquisa foram utilizados autores, como Drubrin (2006), Robbins (2005), Bordenave (2009), Lacombe (2011), Chiavenato (2009) entre outros, que auxiliaram a fundamentação do tema.

A pesquisa foi realizada no Sindicato dos Pescadores de Chapadinha-MA, para a coleta de dados utilizou-se a aplicação de entrevistas com os gestores e questionários com associados. Essas informações favoreceram a objetividade do estudo sobre a efetividade na comunicação.

Primeiramente, fez-se um breve mapeamento bibliográfico, enfatizando os principais artigos relacionados à temática do trabalho apresentado. O capítulo subsequente refere-se ao histórico, conceitos e tipos de comunicação. No seguinte, é abordado sobre as funções de comunicação. No capítulo posterior, fala-se sobre as barreiras para a comunicação e o envio de mensagens. No próximo refere-se sobre comunicação eficaz. No capítulo seguinte trata-se sobre comunicação organizacional. Já em seguida, é elucidado sobre comunicação sindical e por fim, tem-se a análise de dados da pesquisa realizada para o desenvolvimento do trabalho e a conclusão. Nesse sentido, busca-se compreender os fatores que podem levar a inviabilização da comunicação no Sindicato dos Pescadores.

.

2 UM BREVE MAPEAMENTO BIBLIOGRÁFICO SOBRE EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO

A Efetividade na Comunicação é uma ação que deve ser praticada por toda e qual quer empresa, para tanto, essa ação acompanha vários processos, mas, o seu principal objetivo é obter eficiência e eficácia na transmissão da mensagem e que seja compreendida pelo seu público-alvo.

Diante dessa abordagem, foi realizada uma pesquisa em trabalhos que se relacionavam com o tema, esse processo é definido como "Estado da Arte" onde proporciona fazer um mapeamento dos assuntos discutidos na área que deseja trabalhar, para que se tenha um melhor conhecimento. "Estado da arte ou estado do conhecimento, é definido como caráter bibliográfico, e parece trazer em comum o desafio de mapear e de discutir uma certa produção acadêmica em diferentes campos do conhecimento" (FERREIRA, 2002).

Para a realização deste requerido trabalho, utilizou-se três bases de pesquisas: Portal de Periódicos da CAPES, base SCIELO e a BDTD (Banco de Dados de Teses e Dissertações), visto a grande quantidade de temas relacionados, foram escolhidos aqueles que têm o melhor entendimento e aprofundamento do tema.

As pesquisas foram filtradas de trabalho publicados no Brasil e no período entre 2011 e 2016, que resultou ao todo em 837 artigos. A seguir a tabela explica a divisão de cada tema juntamente com as bases de pesquisa.

Quadro 1: Número de trabalhos de com acordo com temas e plataforma de pesquisa.

Palavras-chaves Fonte: SCIELO (2011 – 2016)	QT. de artigos
Efetividade na comunicação	24
Comunicação organizacional	57
Comunicação sindical	4
Palavras-chaves Fonte: CAPES (2011 – 2016)	QT. de artigos
Efetividade na comunicação	31
Comunicação organizacional	172
Comunicação Sindical	6
Palavras-chaves Fonte: BDTD (2011 – 2016)	QT. de artigos
Efetividade na comunicação	98
Comunicação organizacional	430
Comunicação Sindical	15

2.1 SCIELO

A pesquisa feita na base de dados Scielo sobre o tema Efetividade na Comunicação foi encontrado 24 artigos. Dentre eles, destaca-se o artigo: *O caso do artigo PAC Embrapa: requisitos de uma gestão orientada para resultados no setor público* (Porpino e Stefani,2014) descreve como uma boa gestão pode influenciar a administração pública, oferecendo efetividade para as suas atividades na implantação de projetos e metas. O estudo de caso aborda a Gestão Orientada para Resultados (GpR), uma literatura proposta para a implantação de propostas eficazes para a gestão pública.

Os autores apresentam os benefícios oferecidos pela ferramenta GpR: apoio à gestão, autonomia e qualidade da comunicação estratégica empregada, e bom desempenho da administração pública gerencial. Com a utilização do projeto de literatura haveria uma redução de falta de eficácia nos procedimentos realizados, o que faria com que fosse adicionado valor aos setores, e, consequentemente, ocorreria o cumprimento das metas estabelecidas e dos projetos desenvolvidos.

Nas considerações finais do trabalho, os autores evidenciam que a intenção da realização do trabalho não era diretamente enumerar benefícios que a Gestão Orientada para Resultados pode oferecer com sua aplicação, mas, sim, exibir com clareza a relação positiva que ela pode exercer perante o setor púbico, o que diminuiria o índices de problemas na gestão e aumentaria a comunicação estratégica utilizada pelas organizações, além do aumento da autoestima dos colaboradores, sua maior retenção na organização e aumento positivo da reputação da empresa pública perante a população.

Efetividade da comunicação do pessoal de enfermagem na passagem do plantão (SILVA et al, 2016), trata sobre a efetividade da comunicação no campo de enfermagem, visto que o autor aborda, que a comunicação presente nesse âmbito profissional precisa ter caráter formal e informal, para facilitar o entendimento do ouvinte e que este possa propor um retorno positivo ao emissor da mensagem. O artigo propõe que uma das principais causas dos problemas causados pela falta de comunicação é o ruído que ocorre na troca de plantão dos enfermeiros, ou seja, quando um enfermeiro não passa as devidas informações, ou ainda, quando estas são passadas inadequadamente contribuindo para uma comunicação ineficaz.

O trabalho indaga qual a real condição para que o paciente que recebeu o tratamento do enfermeiro possa se sentir devidamente satisfeito, isso levando em consideração que é necessária uma atenção maior ao ouvinte, a fim de identificar o que ele realmente quer comunicar, isso quer dizer, que nem sempre o que o paciente diz é coerente

com a situação em que ele se encontra. O autor conclui que enfatiza a forma como vem sendo abordada a passagem de plantão, segundo ele, não segue a filosofia da enfermagem, pelo contrario, inviabiliza o contato com os pacientes e enfermeiros, fazendo com que haja ruídos, gerando uma comunicação ineficiente.

Ainda com base na Scielo, foram encontrados 57 artigos sobre o tema Comunicação Organizacional. Diante dos textos consultados, destaca-se o artigo: *As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo* (KUNSCH, 2012). O artigo estuda a Comunicação organizacional interagindo com três elementos existentes na organização (humana, instrumental e estratégica), a pesquisa tem como objetivo saber a maneira que esses fatores se encontram presentes na Comunicação, portanto usam método de pesquisa amostra de 36 empresas brasileiras entrevistadas. Dessa forma o resultado:

> O fato de a Comunicação ocupar um lugar como staff e junto à presidência pressupõe que é considerada como estratégica. No entanto, isto não se deu na prática com as empresas pesquisadas. Chama-se a atenção (tabela 6, a seguir) de que em 28% das empresas, as atividades de Comunicação são realizadas junto à diretoria de recursos humanos; em 14% dos casos, o setor se subordina diretamente à presidência; enquanto que em 5% das companhias é a diretoria de assuntos corporativos a responsável pela área de Comunicação. Por fim, em 3% das respondentes a Comunicação é ligada à diretoria comercial e em outros 3%, à de marketing. Outras respostas totalizaram 36% e 11% não deram resposta alguma. (KUNSCH, 2012, p. 277).

Margarida Kunsch encontra dificuldade para realizar estudos. Um dos obstáculos foi a aceitação por parte das empresas quando o assunto é a exposição ao público dos resultados obtidos. Outro transtorno encontrado, é a falta de valorização das pesquisas baseadas em experiências na área de Comunicação.

O artigo: *Diálogo público, instituições científicas e democracia: reflexões sobre a constituição de uma política de comunicação organizacional* (MAFRA, 2016) objetiva entender como é possível a construção de uma política de comunicação organizacional em que foi marcada pela noção de comunicação pública da ciência nos cenários contemporâneos das instituições científicas. A metodologia usada para construir o trabalho foi o levantamento bibliográfico, que possibilitou uma busca de estudo que se relacionou com o tema, para a obtenção de um melhor entendimento e consequentemente uma eficiente fundamentação.

Conclui-se através do trabalho, que a comunicação organizacional tem a possibilita oferecer soluções às instituições científicas fundamentadas da construção de uma política para que, dessa forma, aceite o diálogo público com o entendimento dos interesses da comunicação pública da ciência.

Outro estudo que trata também da comunicação organizacional, com base na Scielo: *Comunicação interna numa empresa de serviços* (VIEIRA; MARQUES; CORREIA, 2013), tem como foco entender como acontece o processo de Comunicação interna em uma empresa de prestação de serviços, para a busca do aperfeiçoamento.

Como metodologia, os autores fizeram uma pesquisa dentro de uma organização de prestação de serviço, onde realizou-se aplicação de questionários, tendo como resultados algumas barreiras como falha na comunicação interna; insatisfação dos funcionários. Em contra partida, puderam contribuir para melhorar a comunicação da organização estudada.

Ainda utilizando a Scielo como base de pesquisa, destacou-se outro trabalho: *As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo comparativo entre França e Brasil* (BOUZON; OLIVEIRA 2015), observa-se que o estudo faz uma comparação da comunicação entre o Brasil e outro pais, onde usou a França para essa comparativa.

Buscaram trabalhos acadêmicos sobre Comunicação Organizacional dos países França e Brasil como método pesquisa para realizar o artigo. No entanto, "o aparecimento e a progressão crescente do Regime de Avaliação Quantitativa (REQ) modificam a paisagem da pesquisa científica, afetam o trabalho dos pesquisadores e transformam as condições de produção acadêmica, revolucionando a dinâmica do conhecimento científico. (BOUZON; OLIVEIRA 2015, p. 131).

O que ocorre devido as condições que pesquisas científicas vêm sofrendo a muito tempo COM várias mudanças, pelo fato das classificações internacionais e das técnicas bibliométricas terem aumentado. Onde acaba tornando o artigo publicado em uma revista científica de forma praticamente voltada somente para trabalhos acadêmicos.

Com o trabalho realizado, foi possível também ter a visão dos dois países correlacionados ao tema, permitindo, também, enxergar a situação real da Comunicação Organizacional nos dois países.

Ainda utilizando os dados da Scielo, dessa vez buscou-se trabalhos relacionados sobre o tema comunicação sindical, sendo que foram encontrados 4 estudos do tema, dentre os destacados estão o trabalho de Raquel Rego, Paulo Marques Alves, Jorge Silva, Reinhard Naumann, com o tema Os sítios na internet dos sindicatos portugueses: navegação à vista? (2013), no qual resulta de uma análise para compreender como as tecnologias de informação e comunicação (TIC), como também a ação da internet como meio de comunicação na democratização do movimento sindical. O método utilizado para a analise foi uma pesquisa com 182 sindicatos, conclui-se que Portugal insere-se em um padrão de uso de tecnologias de

informação e comunicação de sindicatos.

Ainda se referindo ao mesmo tema, foi escolhido outro estudo, *A experiência do Observatório de Saúde do Trabalhador (Observatoriost) no Brasil* (2013), feito por Carlos Eduardo Siqueira, Francisco Pedra, Heleno Rodrigues Corrêa Filho, Maria Maeno e Hermano Albuquerque de Castro. Nesse artigo, o objetivo foi explorar os sindicados e todas as associações que estão ligadas a ele, incluindo estudos sindicais e intersindicais, como também pesquisadores que fundaram o observatório, tanto presencial e virtual para comunicação. utilizou-se para a realização do trabalho um documento feito a partir de relatórios elaborados e apresentados ao Ministério da Saúde. conclui-se que houve avanços na condição politica dos sindicatos, impactando assim nos investimentos na saúde, o que teve como mecanismo principal reuniões e trocas de informações sobre os trabalhadores, usando a comunicação como meio de garantir direitos da saúde.

2.2 CAPES

A referida pesquisa tem como objetivo, mostrar o levantamento bibliográfico acerca da Efetividade na Comunicação, utilizando o periódico: Portal de Periódicos Capes (artigos científicos). Onde teve um total de 31 artigos.

Dos textos que foram pesquisados no periódico Capes, destaca-se o artigo *Medida da cultura de inovação: uma abordagem sistêmica e estratégica com foco na efetividade da inovação* (BRUNO-FARI; FONSECA, 2015). O artigo tem como objetivo fazer da cultura de inovação uma forma aberta e acessível dentro da organização, onde tem como princípio o modelo efetividade da inovação como forma sistêmica e estratégica. Para o sucesso do objetivo desse artigo, foi realizada uma pesquisa exploratória, tento em vista que se encontra cada vez mais difícil a produção cientifica voltada para esse assunto.

Como resultado final do estudo, que foi possível perceber que as organizações possuem um lado positivo, ao se tratar de psicométrica, e deixa claro a importância da realização de estudos posteriores, como forma de verificar se esse processo se encontra ainda em vantagem.

Os dados obtidos do Período CAPES sobre o tema comunicação organizacional, totalizaram em 172. Dentre eles abordamos o artigo*: Blog: ferramenta estratégica de comunicação organizacional* (TASSIGNY, et al., 2012), trabalho este, que um estudo de caso que tem como objetivo discutir a importância da comunicação organizacional e repassar que a nova forma de comunicação influencia positivamente no gerenciamento organizacional, onde acaba motivando o público interno e fidelizando clientes. A pesquisa foi qualitativa, em que

buscou obter melhores informações em dados documental, bibliográficos e pesquisa exploratória, como método para realização do trabalho. Os criadores do artigo, Mônica Mota Tassigny, Marcus Vinicius de Oliveira Brasil, Maria Clara Bugarim e Fábio Luiz Benício Maia Nogueira, percebem:

> Como resultado geral, destacou-se que muitos dos problemas que uma grande empresa costuma enfrentar são consequências da falta de comunicação, seja esta interna ou externa. As estratégias para superação de problemas existem a partir do conhecimento destes, por meio da comunicação organizacional clara e transparente no acesso às informações. (2012, p. 264).

Segundo essa afirmação, os autores tentam repassar que a falta de comunicação está trazendo grandes obstáculos, pois é por meio desta, que a empresa se entre em interação com seus funcionários e clientes, portanto é indispensável que toda e qualquer empresa redobre a sua atenção a esse aspecto.

O artigo: *A comunicação organizacional em unidades de informação* (DUARTE; BRAGA, 2012), busca conhecer a atuação da Comunicação Organizacional incorporada com as unidades de informação no contexto da gestão e da tomada de decisão. Onde utiliza estudo teóricos como método para realizar o estudo. Com o aprofundamento do estudo os autores compreenderam que:

> Dentro de unidade de informação o bibliotecário gestor, exerce um importante papel para o processo da comunicação organizacional. Isto porque, é através dele que a informação é disponibilizada, sendo, portanto, fonte disseminadora de informação para a organização que se insere, dentro da unidade. Nesse sentido, a comunicação gerencial passa a ser fator crucial em relação à comunicação organizacional dentro de uma unidade de informação, pois é através da figura do gerente que determinados fatores podem ser atenuados ou acentuados. (2012, p. 185).

O papel do gestor é de grande importância, aceitando a situação de que deste não se permite erros, ao se tratar de informações, sendo que estas podem estar seguidas de questões importantes, portanto, não pode haver um entendimento errôneo.

Outro texto destacado: *O Uso da Política Cognitiva na Comunicação Organizacional* (SOUZA e AÑEZ, 2012), o tema pretende ter uma noção clara e objetiva a respeito da comunicação organizacional, como também saber qual a sua potencialidade estratégica da comunicação nas organizações.

O método para a realização do estudo foi a pesquisa bibliográfica, exploratória, também foi realizado o trabalho estado da arte para que pudesse obter um mapeamento sobre o estudo. Onde, com a conclusão do estudo, "observa-se que a sociabilidade tem muito a ver com expectativas compartilhadas, ou seja, cumprir com a palavra. A atitude colaborativa é afetada pela dualidade e potencializada pela transparência, o que em outras palavras significa dizer que a capacidade de atuar em equipe requer integridade na comunicação." (SOUZA;

AÑEZ, 2012 p. 175)

No artigo *A Disputa pelo sentido: o jogo de poder na Comunicação Organizacional* (GARÇON; YANAZE, 2013), apresenta que a comunicação em conjunto com as organizações promove interação e disputa por novos sentidos. Onde utilizaram, como método para este trabalho, entrevistas aplicadas de forma qualitativas.

Os resultados dessa pesquisa deu-se uma maior ênfase sobre os interesses particulares como forma de garantir o sentido e o poder.

A pesquisa feita sobre o tema comunicação sindical buscado na base de dados periódicos CAPES, resultou no total de seis trabalhos encontrados.

A imprensa sindical como elemento revelador da territorialização dos sindicatos (BARROS; CARVALHAL, 2013), os autores realizaram a pesquisa afim de saber sobre a territorialização dos sindicatos como também ter um melhor conhecimento sobre comunicação sindical. O estudo mostra que a comunicação sindical é um fator crucial do sindicato. Para a realização do trabalho é feito um aprofundamento sobre comunicação sindical.

Estudar a territorialização dos sindicatos tem importância pelo fato de que a comunicação encarrega-se pela ordem e ação dos sindicatos. “Os Elementos fundamentais presentes no sindicalismo são as atividades desenvolvidas pelos sindicatos na tentativa de se comunicar com a sua base, através de vários mecanismos como: os jornais, boletins, corpo-a-corpo, “aviõezinhos”, revistas, televisão, rádio, e-mail, site, entre outros...” (2013, p.175).

Portanto, percebe-se que a comunicação sindical está ligada diretamente com as metas estratégicas de atividades sindicais e com o ponto de vista das políticas adotadas pelos mesmos.

2.3 BDTD

Diante de outras bases de dados, aqui se insere também outra fonte de pesquisa BDTD, com a pesquisa realizada sobre Efetividade na Comunicação, na fonte foi possível encontrar 98 trabalhos.

Dentre esses trabalhos encontrado, ressalta o artigo: *Recepção da informação a efetividade da comunicação institucional da Embrapa pelos agricultores familiares do assentamento tarumã-mirim, na região metropolitana de Manaus* (TUPINAMBÁ, 2013). É um estudo de caso que tem como foco investigar como está o andamento da comunicação com relação às publicações feitas em trabalhos científicos. E também procuram entender

como acontece troca de saberes entre pesquisadores e produtores rurais. A forma de coleta de dados foi através da observação e aplicação de entrevistas.

Portanto, o trabalho conclui que "a hipótese de que o modelo adotado possibilitou maior aproveitamento das informações técnicas-científica e posterior adoção das mesmas, pois os agricultores puderam opinar, sugerir ou descartar tecnologias agrícolas conforme a vocação e interesse do grupo." (TUPINANBÁ, 2013, p. 13).

O artigo: *Gerenciamento das comunicações em projetos de software: o problema da efetividade das comunicações* (Lourenço, 2011), a pesquisa tem como foco estudar a efetividade das comunicações em projeto software e o que causa a influência dos humanos na mesma. O método utilizado para essa pesquisa foi uma abordagem qualitativa, onde usou pessoas capacitadas na área de informáticas para responder a uma entrevista.

A pesquisa teve como resultado várias formas de melhorias para a efetividade da comunicação, como também o aperfeiçoamento do humano com relação a comunicação.

A pesquisa voltada sobre o tema Comunicação Organizacional, feita na base BDTD, disponibilizou 430 trabalhos. Entre eles temos: *Comunicação Organizacional Integrada na Universidade de Brasília: um estudo de caso* (OLIVEIRA, 2015), o presente trabalho tem o objetivo de compreender a forma de como a comunicação organizacional da Universidade de Brasília atua na atividade dos setores de comunicação social da universidade.

A pesquisa foi realizada com aplicação de entrevistas para as pessoas que trabalham diretamente na área de comunicação da universidade de Brasília, onde pode citar os gestores, servidores e estagiários, outro meio utilizado foi pesquisa documental. A pesquisa permitiu perceber que a implantação de um órgão que administre a comunicação UnB, pode trazer melhorias e eficácia para a mesma.

Sobre o tema comunicação sindical foram encontrados 15 artigos, dentre os quais se destaca o artigo *O Movimento Sindical na UFES: Um estudo sob a ótica dos Servidores Técnicos Administrativos (*BAPTISTA, A. C. D, 2015) o presente trabalho teve como objetivo verificar qual a opinião dos servidores técnicos administrativos da UFES a respeito do movimento sindical na instituição, bem como conhecer minuciosamente através da comunicação para poder propor mudanças e novas opiniões, utilizou-se o método de pesquisa dedutivo , possibilitando uma pesquisa forma e lógica, conclui-se que as organizações demoram atender os pedidos sindicais, isso se deve a grande necessidade de se atender as questões burocráticas que devem ser cumpridas.

O artigo *Práticas informacionais na organização político-sindical dos professores da rede municipal de Belo Horizonte* (PINTO, 2012), teve como objetivo mostrar as práticas

utilizadas por professores da Rede Municipal de Educação de Belo Horizonte (RMEBH) no cotidiano das suas lutas, enfatizando as tecnologias de informação e comunicação. Para que o trabalho fosse realizado foi utilizada a metodologia de entrevistas, onde foram entrevistados 14 professores que trabalham com tecnologias de informação e comunicação. Por fim, concluiu-se que os métodos aplicados pelos professores são ineficazes, ocasionado fatores negativos nas práticas realizadas.

3 HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO

Não se tem registros concretos quanto a origem da comunicação Humana, alguns estudiosos dizem que os primeiros indícios que o homem deu para se comunicar foram gritos, grunhidos, já outros afirmam que os primeiros registros vieram através das pinturas rupestres feitas nas paredes das cavernas. Assim fica difícil afirmar qual foi de fato o primeiro indício de que o homem se comunicava desde o início.

Com o passar do tempo começaram a surgir os primeiros arquivos que mostravam o aparecimento da escrita, na Mesopotâmia e no Egito, esses documentos datavam todos os acontecimentos daquela época, o que mais tarde foi possível ter uma ideia de como aqueles povos se comunicavam.

Depois da descoberta da escrita, surgiu em meados de 59.A.C o jornal, em Roma, por Júlio César, com o intuito de informar seu publico quantos aos acontecimentos políticos que aconteciam naquela época. Depois do jornal, a próxima evolução dos meios de comunicação que ampliavam a interação entre indivíduos, foi o rádio, com sua primeira transmissão em 1.900, este que conseguia ter um alcance maior do que o jornal, depois veio a televisão, que continham todos os elementos utilizados em uma mensagem, imagens, gráficos, palavras, até aí a televisão foi tida como o marco da evolução da comunicação, uma forma inovadora e que assegurava a eficácia do passe e repassa de mensagens entre pessoas. No entanto, a maior evolução da comunicação chegou com a internet, a rede planetária que redefiniu o alcance de informações, e popularizou-se como umas das principais formas de interagir. (PERLES, 2007).

O surgimento destes meios de comunicação, impulsionaram a comunicação nas organizações, no que possibilitou obter uma melhor interação com os colaboradores é aproximação dos clientes.

> Para que a comunicação humana alcançasse o estágio atual, tanto em volume e formatos, quanto em velocidade, foram necessárias diversas transformações fisiológicas e processos tecnológicos revolucionários. Algumas mudanças aconteceram há tanto tempo que quase nunca são mencionadas ou percebidos pelo homem, mas os seus traços se conservam e, vez ou outra, se fazem presentes nos gestos, expressões e ruídos que emitimos. (PERLES, 2007, p. 45).

Qualquer que seja a real origem da comunicação, todos esses fatores vieram a se combinar em determinados momentos, e hoje estão totalmente associados uns aos outros, o que fez a comunicação deixar de ser um elemento, para se tornar uma maneira de percepção do outro e de si mesmo, através da compreensão dos signos emitidos.

Esses processos facilitaram não só a comunicação interpessoal, mas também, a comunicação organizacional, se tornando a principal forma de interagir e entender as informações transmitidas

De apenas grunhidos, rabiscos, evoluíram para a escrita e depois para os signos visuais, complementando assim o processo de comunicação.

> As pessoas não só desejam e precisam receber comunicação, participar na comunicação, mas ainda basicamente desejam expressar suas emoções, ideias, temores e expectativas. A pessoa quer sair do seu mundo interno, do fechamento em si mesmo, e exteriorizá-lo quer por meio de uma simples conversação, expressão corporal, poesia, quer pelo canto ou a dança, pelo ritual e a liturgia, ou ainda pelo próprio silencio partilhado. (BORDENAVE, 2009, p. 31).

Fica claro que a comunicação auxilia diretamente a expressão do ser humano, tem função de identidade, faz com que haja uma formação de personalidade, e ainda induz um comportamento que leva o homem a chegar a uma grande potencialidade de conhecimento.

Na concepção de Bordenave, (2009, p. 35) afirma que "a comunicação não é um fato isolado, ou uma série de atos individuais desconexos, mas um fluxo contínuo, de muitas origens e direções, com conteúdos e formas em constante mutação". Independentemente da maneira de como surgiu a comunicação, o fato é que esta sem dúvida é a forma principal de interação entre indivíduos, seja por meios de gestos ou de palavras, uma forma de linguagem que o ser humano usa para passar seus desejos, suas necessidades e seus sentimentos.

> Hoje estamos começando a perceber que os novos meios não são apenas engenhos mecânicos para criar mundos de ilusão, senão novas linguagens com novos e únicos poderes de expressão:...A invenção da imprensa mudou não somente a quantidade de coisas escritas, mas também o caráter da linguagem e as relações entre autor e público. O rádio, o cinema e a televisão empurraram a língua na direção da liberdade e as espontâneas variações da língua falada; eles nos ajudaram a recuperar a intensa consciência da linguagem facial e o gesto corporal. (MCLUHAN,1969 apud BORDENAVE, 2009, p. 63).

Com essas palavras o autor enfatiza que a linguagem serviu para desenvolver a opinião acerca do que é comunicado, tratando os novos meios de comunicação como uma

evolução da sociedade no campo do saber e do expressar, do individualismo e da coletividade por meio de meios de comunicação, meio da exposição de pensamentos outrora resguardados.

É relevante dizer que os novos meios de comunicações foram uma evolução nas organizações também, no momento que facilita a pratica de obter uma comunicação eficaz para se ter um retorno satisfatório para a realização das metas e objetivos da empresa.

3.1 Conceitos acerca da comunicação

A comunicação acontece com o envio e o recebimento de uma mensagem, é um processo que envolve compartilhar, repartir algo, fazendo assim uma socialização.

> [...] a comunicação inclui a transferência e a compreensão de significados. Significados corresponde ao conceito ou a noção do que se quer transmitir, seja através de palavras e gestos, seja através de sinais. Não existe interação e não existe grupo sem a transmissão de significados, ou seja, sem a comunicação. (LIMONGI-FRANÇA, et al, 2002, p. 272.).

As pessoas não são autossuficientes, precisam compartilhar, comunicar-se, expressar-se, isso é feito através da comunicação que envolve a transmissão de mensagens, seja por meio de gestos ou de palavras, englobando, dessa forma, o meio interpessoal e organizacional. A comunicação envolve a transmissão de informações que serão partilhadas entre indivíduos da mesma espécie, visando à compreensão sobre o que foi dito e expressado. De acordo com Chiavenato (2009), uma pessoa sozinha não pode se comunicar, já que sozinha não haverá um retorno positivo ou até mesmo negativo acerca do que foi transmitido.

Para Paschoal (2005, p.219, grifo do autor) no dicionário de língua portuguesa, descreve a comunicação como:

> s.f. 1 transmissão de informação: os meios de comunicação. 2 facilidade ou capacidade para interagir: É um professor dotado de simpatia e comunicação. 3 conjunto de conhecimentos relativos à comunicação, ou que tem implicações com ela. 4 informação; notícia; mensagem. 5 participação, aviso. 6 interação;interligação.7 interação; relacionamento. 8 exposição oral ou escrita, que apresenta resultados de uma pesquisa.

O conceito de comunicação está atrelado ao ato de socialização do homem o que significa que o ser humano tem a necessidade de interagir para se expressar, exprimir o que sente e o que pensa.

> O conceito de comunicação está sujeito a algumas complicações adicionais quando se trata de comunicação humana. Cada pessoa tem seu sistema cognitivo, suas percepções, seus valores pessoais e suas motivações, constituindo um padrão de referência que se torna bastante pessoal e singular sua interpretação das coisas. Esse padrão pessoal de referência age como um filtro decodificador, de modo a condicionar a aceitação e o processamento de qualquer informação. (CHIAVENATO, 2009, p. 150).

O autor explica que para que haja uma comunicação correta é preciso que as pessoas envolvidas tenham uma percepção de si e do outro indivíduo que participa da interação. Isso faz com que o processo de comunicação se torne viável e possa estar livre de ruídos, fato que pode inviabilizar a comunicação.

Para Curvello, (2012, p. 13), comunicação empresarial interna é:

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

Contudo, é valido ressaltar que existem alguns componentes necessários para que aja uma comunicação eficaz nas organizações, tais fatores auxiliam a troca de informações entre organizações e funcionários visando garantir a compreensão de ambas as partes envolvidas. Esses componentes são dotados de conceitos que contribuem para o bom entendimento do que vem a ser comunicação.

> Comunicação Organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. (KUNSCH, Apud LIMA; ABBUD 2016).

O conceito de comunicação organizacional mostra que a comunicação age como um fenômeno que vai atingir a organização como um todo, desde seus colaboradores até os seus clientes.

A comunicação na organização não é somente para garantir a interação e explicar sua cultura, ela também está relacionada com o planejamento estratégico, pois transmitir uma comunicação clara e sem ruídos, garante o sucesso dos objetivos e metas da organização e uma boa interação no meio organizacional e com o público.

> A comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, pois permite à pessoa se tornar sujeito de atividades de ação comunitária, que resulta num processo educativo. Desse modo, a comunicação deixa de ser vista como instrumento e passa a desempenhar um papel transformador e educativo, favorecendo o diálogo permanente entre os diferentes atores sociais, oportunizando a integração e a participação dos públicos no processo de construção da cidadania. (PERUZZO, 2002, Apud LIMA; ABBUD, 2016).

Nas organizações a comunicação também tem como principal função facilitar a troca de mensagens, signos e outras linguagens para aumentar a compreensão do que foi dito pelo emissor e do que foi recebido pelo receptor.

> [...] Para que uma comunicação eficaz ocorra seis componentes devem estar presente: uma fonte que irá transmitir, uma mensagem, um canal; um receptor; o *feedback*; e o ambiente. Quando combinados faz com que as pessoas envolvidas no processo de comunicação tenham uma percepção mais rápida e positiva sem ruídos. (DUBRIN, 2006, p. 204, grifo do autor).

A fonte que irá transmitir a informação é representada pela pessoa que quer passar uma mensagem a alguém, seja ela escrita, por meio de gestos ou não-verbal, é importante que o transmissor passe uma mensagem clara e objetiva. A mensagem é o fator principal da comunicação, necessita de clareza, organização e objetividade para assegurar a eficácia da interação. O canal representa os meios utilizados durante uma mensagem, e que vão facilitar o processo de entendimento, podem ser gestos com as mãos, sorrisos, mensagens escritas ou faladas. O receptor, é quem recebe a mensagem que é passada pela fonte que transmite, este precisa estar atento para evitar a mau percepção da mensagem. Enquanto o *feedback*[1] é a garantia que o receptor passa ao transmissor, se entendeu ou não a mensagem que lhe foi repassada, é a reação que este teve com o que foi transmitido. E por fim, o ambiente, este diz respeito, ao ambiente no qual as mensagens foram transmitidas, tem haver com a influência que o local onde foi passada a mensagem vai implicar no entendimento do receptor. (DRUBIN, 2006).

Um fator que pode atrasar o bom andamento dos seis componentes citados, é o ruído, que é conceituado como sendo qualquer distração ou influência negativa que vai inferir na eficácia da comunicação. (DRUBIN, 2006).

Esse ruído nas organizações pode trazer graves problemas na comunicação, pois faz com que haja distorções nas informações que serão transmitidas.

3.2 Tipos de comunicação

Explica Robbins (2005), que existem três maneiras de comunicação, a comunicação oral, a escrita e a não verbal, estas formas de transmitir algo são utilizadas no mesmo nível que a outra. A comunicação oral, acontece verbalmente, ou melhor pela fala, o que difere esta comunicação é o retorno imediato dado pelo o emissor para o receptor. De acordo com Robbins (2005, p. 235):

> As palestras, os debates formais entre duas ou mais pessoas ou em grupo e a rede informal de rumores são algumas formas comuns de comunicação oral. As vantagens da comunicação oral são a rapidez e o feedback. Uma mensagem verbal pode ser emitida e receber uma resposta em um prazo curto de tempo, se o receptor tiver dúvidas sobre a mensagem, o feedback será dado rapidamente, permitindo quer o emissor corrija seus termos.

---

[1]*Feedback: 2 COMN informação que o emissor obtém da reação de receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão. (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2009, p. 881).*

Em contrapartida, existe a desvantagem da comunicação oral nas empresas, pois a possibilidade de obter erros nas interpretações são maiores, devido ao grande número de receptores. “Cada pessoa interpreta a mensagem de sua própria maneira. Quando o conteúdo chega ao destinatário, está muito modificado em relação ao original.” (ROBBINS, 2005, p. 235). Esse acontecimento pode trazer complicações no método de tomada de decisão da organização, onde pode ocasionar grandes falhas e atrasar o desenvolvimento da empresa.

A comunicação escrita, possui uma qualidade diferente da oral, pois é algo que possui registro e é tangível tanto para o emissor quanto para o receptor, uma vez que pode estar sendo verificada a qualquer momento. “A Comunicação escrita engloba memorandos, cartas, e-mails, transmissões de fax, jornais internos, informativos em murais e qualquer outro que use a linguagem escrita ou simbólica para comunicar informações.” (ROBBINS, 2005 p. 235).

Através da comunicação escrita se transmite a missão, os objetivos, as normas, as regras de uma organização, o que proporciona clareza do que esta sendo transmitido.

A vantagem da Comunicação escrita está no cuidado e um tempo melhor para se pensar no que vai ser repassado, a clareza e a lógica são diferenciais da comunicação escrita devido serem bem elaboradas.

No entanto, o tempo e o ponto negativo da Comunicação escrita, onde se classifica como uma desvantagem. Robbins (2005, p. 235) explica:

> Assim sendo, embora a comunicação escrita seja mais precisa, exige muito mais tempo. Outra desvantagem é a ausência de feedback. A comunicação oral permite que o receptor se manifeste imediatamente em relação a mensagem. A comunicação escrita não possui este mecanismo de feedback embutido em si. Consequentemente, o envio de um e-mail não é garantia de que ele seja recebido, nem de que, caso recebido, seja compreendido pelo receptor da forma que o emissor pretendia.

A interpretação é algo que possui grande importância, na situação da comunicação oral é possível saber se o receptor teve um bom entendimento, basta fazer uma pergunta imediata sobre o entendimento da informação que foi transmitida; na questão da comunicação escrita, um resumo de entendimento dado pelo receptor dá a certeza para o emissor que o comunicado obteve sucesso na compreensão.

A comunicação não-verbal é transmitida através de gestos ou expressões, geralmente essa forma de comunicação vem embutida com a comunicação oral, pois a maioria das vezes ao falar utiliza-se gestos que venha facilitar a compreensão do que se pretende transmitir. A comunicação não-verbal é repassada por meio de gesticulações com a sobrancelhas, encarar uma pessoa por determinado tempo, um sorriso ou até mesmo um aceno com a mão. Isso quer dizer que por meio de um movimento corporal pode ser repassada

qualquer tipo de sentimento.

> Existe quem argumente, inclusive, que todo e qualquer movimento do corpo tem um significado, nenhum deles acidental. Por meio da linguagem corporal, dizemos: “ajude-me, estou sozinho” ou “fique comigo, estou disponível”, ou ainda “deixe-me só, estou deprimido”. Raramente enviamos estas mensagens de forma consciente. Mostramos nosso estado de espirito através da linguagem não-verbal do corpo. Erguemos uma sobrancelha em sinal de descrédito. Coçamos a cabeça quando ficamos confusos. Cruzamos os braços para nos isolarmos ou nos protegermos. Levantamos os ombros com indiferença, piscamos com olho com intimidade, tamborilamos os dedos com impaciência ou batemos na testa quando damos conta de nosso esquecimento. (ROBBINS, 2005, p. 236).

Para uma boa comunicação não-verbal é preciso uma atenção minuciosa por parte do receptor, por que muitas das vezes o emissor repassa algo negativo ou positivo, e é preciso atenção para entender. “Você precisa estar particularmente consciente das possíveis contradições entre essas mensagens. O seu chefe pode lhe dizer que não há problema em conversar sobre o aumento do salário que você está querendo, mas você percebe sinais não-verbais de que não é o momento para discutir o assunto. Independentemente do que está sendo dito, uma pessoa que frequentemente olha para o relógio está enviando a mensagem de que gostaria de encerrar a conversa. (ROBBINS, 2005, p. 237)

Os tipos de comunicação estão cotidianamente presentes no meio da sociedade, é preciso fazer um bom uso dos mesmos para obter a satisfação nas trocas de mensagens.

É importante que no ambiente interno das organizações, os superiores tenham habilidade de se comunicar, ou seja, repassar informações seja ela qual for o tipo, de maneira clara que tenha aceitação e entendimento por parte dos receptores.

3.3 Funções da comunicação

As funções da comunicação têm como papel facilitar a compreensão da mensagem que está sendo transmitida, como também garantir a boa interação de um grupo ou até mesmo dentro de uma organização.

A comunicação não é apenas transmitir uma informação é preciso ter cuidado se a mesma foi compreendida com sucesso pelo receptor. A compreensão igual das duas partes (emissor e receptor) se dá o nome de comunicação perfeita. Este fato é imprescindível para que haja uma boa comunicação nas organizações.

Uma comunicação aberta nas organizações por parte dos colaboradores e superiores facilita a compreensão das necessidades dos funcionários como também da empresa.

De acordo com Robbins (2005), existem quatro tipos de funções que são

classificadas em: controle, motivação, expressão emocional e informação.

O controle, segundo Robbins (2005, p. 233) se refere ao comportamento dos indivíduos de várias maneiras. Trazendo esse entendimento sobre controle para as organizações é sabido que toda e qualquer empresa possui suas regras, hierarquias e orientações formais que devem ser seguidas por seus subordinados; essa forma de organização se refere à centralização do superior que deve ser informado sobre a ocorrência de qualquer problema e/ou seguir os regimentos das políticas da empresa.

A motivação na comunicação é uma ferramenta essencial e poderosa para que se tenha um retorno satisfatório por parte dos funcionários de uma empresa. Compreende Robbins (2005, p. 233), que a motivação facilita esclarecer os deveres dos funcionários, qual a qualidade de seu desempenho e o que fazer para melhorá-lo. O estabelecimento de metas especificas, o feedback do processo em relação a elas é o reforço do comportamento desejável provocam a motivação e requerem comunicação.

Robbins (2005, p. 233) explica que a expressão emocional, está ligada a forma de expressar sentimentos, sejam eles de satisfação ou frustação, esta função se classifica fundamental para uma organização, pois o autor relata que o ambiente de trabalho é usado por muitos funcionários para extrair seus sentimentos por meio da comunicação.

A informação é utilizada pela comunicação como uma forma eficiente para se tomar determinada decisão. “As informações proporciona que as pessoas e os grupos precisam para tomar decisões ao transmitir dados para que se identifiquem e avaliem alternativas” (ROBBINS, 2005, p. 233).

Portanto, a informação precisa ser clara e objetiva, o emissor precisa utilizar métodos de fácil entendimento ao repassar determinada informação, para que o receptor não tenha dúvidas ou entendimentos errôneos, pois uma má interpretação pode trazer graves problemas no meio organizacional.

As funções da comunicação estão presentes para ajudar a transmitir uma informação, dar-se o trabalho da empresa fazer uma boa utilidade e adequá-las em seu ambiente de trabalho. Pois sem dúvidas é uma boa ferramenta para enriquecer a interação dentro de qualquer empresa, por parte dos superiores aos subordinados, como também ter um desenvolvimento satisfatório na questão da comunicação.

3.4 Barreiras para a comunicação

Robbins (2005, p.245), diz que na comunicação existem barreiras que atrapalham

uma boa comunicação, onde ocasiona distorções nas mensagens repassadas pelo emissor para o receptor. Essas barreiras atrapalham também a interação com os clientes de uma organização.

A filtragem é uma barreira que manipula a mensagem transmitida pelo emissor, essa manipulação se trata de tornar a informação mais vantajosa para o receptor. “O principal determinante da filtragem é o número de níveis de estrutura da organização. Quanto maior o número de níveis verticais, mais oportunidade para a ocorrência de filtragem.” (ROBBINS, 2005 p. 245).

O que Robbins (2005), expõe a filtragem é, que a ocorrência dessa barreira é exatamente a vontade de sempre querer satisfazer aos superiores, onde acaba deixando que o medo vença e não passe uma informação correta e verdadeira. As diferenças de status é um dos maiores motivos para a esse acontecimento.

A percepção seletiva se classificada como outra barreira existente para uma comunicação eficaz, sua ação é a forma de como o receptor ver e entende como as coisas são. O receptor compreende algo quando lhe convém, quando atinge suas necessidades e desejos pessoais. “O receptor projetam seus interesses e expectativas quando decodificam as mensagens.” (ROBBINS, 2005 p. 246). Isso traz a entender que as pessoas interpretam as coisas da forma como elas querem que sejam.

Outra barreira altamente prejudicial para a boa comunicação é a sobrecarga de informações que pode ocasionar uma má comunicação, sem dúvidas, pois a capacidade de processar foi ao limite, portanto ocorre que muitas informações acabam sendo deixada de lado e a meta da comunicação eficaz foi por água abaixo. “O que acontece quando as pessoas têm mais informações do que conseguem organizar e utilizar? A tendência é selecionar, ignorar ou esquecer informações. Ou elas podem deixar de processar informações adicionais até que a sobrecarga seja superada de qualquer maneira, o resultado é perda de informações e comunicação menos eficaz”. (ROBBINS, 2005 p. 246).

Informais em excesso é um grande problema, pois acaba contribuindo com que novas informações julgadas importantes deixem de serem atendidas e, consequentemente, solucionadas, em uma organização isso é uma falha que traz grandes problemas.

Em continuidade sobre as barreiras de uma comunicação eficaz, pode-se incluir também a emoção, a interpretação de uma informação pode ser distorcida de como se encontra seu estado emocional no momento em que é anunciada uma mensagem. Robbins (2005, p. 246) explica, que a maneira que o receptor se sente no momento em que recebe a mensagem vai influenciar sua maneira de interpretá-la. Uma mesma mensagem pode ser

interpretada por você de uma forma caso você se sinta aborrecido ou distraído e de outra forma caso esteja feliz.

As pessoas, na maioria das vezes, deixam-se levar pelas emoções, em casos de emoções relacionadas a problemas pessoais, existe a maior chance de não ter uma boa comunicação. Essa situação nas organizações é comum, onde as pessoas deixam de agir como profissionais para abrirem espaço às emoções negativas. Sendo este motivo a ocorrência de perda do emprego, a queda da produtividade ou até mesmo o fim de um empreendimento. Pois nada mais se torna tão importante hoje do que uma comunicação rica e satisfatória.

A linguagem também é outro método que atrapalha a comunicação, sendo uma das maneiras mais difíceis de lidar, pois se depara com diversas situações e receptores com entendimentos diferentes de palavras.

> As palavras têm significados diferentes para pessoas diferentes. A idade, a educação e o histórico cultural são três variáveis mais óbvias que influenciam a linguagem usada por uma pessoa e as definições que ela dá as palavras. Nas organizações, os funcionários geralmente provêm de origens diferentes e, portanto, possuem padrões diversos de linguagem. (ROBBINS, 2005, p. 246).

Essas diferentes formas de entendimento de palavras na maioria das vezes não são vistas pelo emissor, pois o mesmo pensa que o seu grau de entendimento de uma terminada informação vai ser a mesma para o receptor, é o momento onde acaba trazendo complicações na comunicação. Na organização os gestores devem ficar atentos a essas variáveis: idade, educação e o histórico cultural. Para que não haja complicações na comunicação organização.

O medo de se comunicar é uma grande barreira que traz vários problemas para uma comunicação satisfatória, pois afeta o sistema emocional e traz ansiedade, que prejudica o indivíduo a expressar o que deseja informar. “As pessoas que sofrem desse problema sentem tensão ou ansiedade, sem motivo aparente, em relação à comunicação oral ou escrita. Por exemplo, o medo da comunicação oral pode tornar extremamente difícil uma conversa com outra pessoa ou provocar uma grande ansiedade apenas por falar ao telefone.” (ROBBINS, 2005, p. 246).

A comunicação oral é predominante no meio organizacional, é importante que as empresas estejam atentas a esse fato, a ponto de transmitir aos funcionários que executar as tarefas é tão importante quanto exercer a comunicação oral.

3.5 Envio de mensagens

A melhoria da comunicação é indispensável, é uma forma de minimizar ou excluir

as barreiras que impeçam a percepção correta da mensagem que foi enviada. A ideia de uma comunicação estratégica e planejada na organização, contribui satisfatoriamente com o bom *feedback* do receptor para o emissor.

De com a concepção Drubin (2006), enumera algumas sugestões que as organizações possam implementar para aumentar as chances de uma comunicação eficaz e diminuir ou solucionar os problemas que distorcem o processo. Entre as quais se destacam: esclarecimento das ideias antes de comunicar; motivação ao receptor; discussão sobre as diferenças dos paradigmas; cuidado com o comportamento não verbal; obtenção de *feedback* (retorno do receptor da mensagem enviada pelo emissor) e adaptação ao estilo de comunicação da outra pessoa. Para o autor é de suma importância esclarecer as ideias antes de comunicar, essa prática implica no planejamento do que vai ser transmitido, quando há planejamento a uma redução das chances de comunicação inadequada. No âmbito organizacional, os gerentes e profissionais devem considerar metas e objetivos, o que vai aumentar a possibilidade da comunicação ser clara e eficaz.

O receptor deve ser motivado, isso ocorre quando o emissor da mensagem consegue apelar para as necessidades de quem recebe, fazendo assim com que ele perceba que a mensagem é um canal para contribuir com a obtenção de seus interesses.

Discutir sobre as ideias dos paradigmas, é um método utilizado para entender como as percepções pessoais de cada pessoa podem interferir no modo como ela vai entender a mensagem. Pode ser um modelo ou um ponto de vista, é quando as pessoas pensam diferentes sobre determinado assunto. (DRUBIN, 2006)

É preciso ter cuidado com o comportamento não verbal, uma vez que as pessoas se sentem impactadas com a forma com que a mensagem chega até elas, o tom de voz, a expressão do transmissor durante a emissão das informações vai influenciar a reação do ouvinte e consequentemente o seu entendimento sobre o que dito. (DRUBIN, 2006)

Todo o esforço em melhorar o envio de informações tem como propósito principal obter um *feedback* positivo por parte do receptor, significa que a mensagem foi entendida corretamente, Drubin sugere que uma ótima maneira de saber se a pessoa entendeu perfeitamente o que lhe foi repassado é fazer a pergunta: “Você *poderia resumir o que eu disse?”.*

Por fim, a adaptação ao estilo de comunicação da outra pessoa, diz respeito à ênfase que deve ser dada ao tipo de comunicação que o ouvinte prefere, se este prefere receber mensagens por *e-mails,* dados estatísticos ou até mesmo por anedotas, fica a cargo do transmissor adequar a mensagem ao tipo que o ouvinte considera mais fácil e atrativo. Para

Drubin, (2009) também classifica uma pergunta como forma de saber facilitar a percepção do transmissor sobre a maneira que o emissor que recebê-la, sendo ela: "*Como você prefere que eu apresente a informação*?".

As sugestões apontadas têm como objetivo, facilitar e viabilizar o contato do emissor com o receptor, visando ainda à melhoria da comunicação, tornando-a fácil e eficaz na organização. Consequentemente quando o envio de mensagens é melhorado, o recebimento de mensagens fica mais eficiente, torna o receptor um ouvinte ativo, que é quando este é capaz de entender corretamente a mensagem que foi transmitida.

Quando a mensagem é enviada corretamente e ouvida e entendida adequadamente a redução de incertezas – *feedback negativo*- é menor, o que vai incorrer pontos positivos na comunicação organizacional e afetando o seu desempenho de maneira positiva.

> A comunicação, que antes era pensada apenas como uma "ferramenta" para alcançar os objetivos organizacionais, mas que era utilizada de forma aleatória a partir de uma comunicação que vinha do alto escalão das organizações com objetivo de "manipulação" dos públicos/atores, passa a ser pensada de uma maneira planejada e estratégica. No entanto, para planejar e administrar a comunicação das organizações no contexto complexo diante de um mercado competitivo, requer do gestor conhecimentos que ultrapassam o nível das técnicas e de uma visão linear da implementação de roteiros que muitas vezes ignoram condicionamentos externos e possíveis conflitos. (KUNSCH, 2009 apud Lima e Abbud 2016):

Assim, fica a comunicação ligada ao processo de efetividade organizacional que tem como objetivo principal contribuir para o crescimento da organização, tendo que ser acrescida de ferramentas, ideias, sugestões e modelos, para facilitar o envio de mensagens e aumentar a percepção do ouvinte sobre o que foi transmitido durante a mensagem. Comunicação organizacional é um processo que está em contínuo crescimento e aprimoramento visando a objetividade e o crescimento organizacional.

4 EFETIVIDADE NA COMUNICAÇÃO

A efetividade na comunicação é atingida quando se tem um retorno satisfatório do receptor daquilo que foi emitido. Essa percepção dentro das organizações oferece um bom desenvolvimento na comunicação, pois permite o alcançar os objetivos de maneira fácil.

A efetividade de acordo com Malmegrin e Pinheiro Filho (2005, p. 9 APUD RASLAN, 2009.) "é o efeito ou o impacto transformador causado pelos serviços prestados ou pelos bens disponibilizados por uma organização sobre uma realidade que se pretende modificar".

As organizações alcançam efetividade na comunicação quando encontra uma maneira que contribui para a existência da eficácia e a eficiência do objetivo traçado. É por esse fato que a comunicação nas organizações esta relacionada com planejamento estratégico.

A eficácia da comunicação é atingida quando os meios envolvidos no processo de enviar e receber mensagens conseguem alcançar o objetivo de obter *feedback* (retorno do receptor da mensagem enviada pelo emissor) positivo por meio do envio de signos e linguagens.

> Mensagens são conjuntos organizados de signos de um ou mais códigos, com um sentido. A mensagem é resultante de uma intenção, possui um conteúdo e um sentido: assim como uma estrutura. A mensagem é codificada selecionando-se – no código ou códigos empregado – aqueles signos que reproduzirão o sentido pretendido pelo emissor ao serem decodificados pelo receptor. (BORDENAVE, 2009, p. 54).

Quando a mensagem é decodificada pelo receptor, há uma resposta, às vezes negativas, por conta das falhas durante o envio, ou até mesmo por conta de fatores alheios ao emissor, por exemplo, o receptor pode estar distraído com outra coisa. Quando a resposta é positiva, o emissor e o receptor estavam partilhando a mesma atenção ao que estava sendo repassado.

> Comunicação eficaz é aquela que transforma e que muda a atitude das pessoas. Se a comunicação apenas muda as ideias das pessoas, mas não muda suas atitudes, então a comunicação não atingiu seu resultado. Ela não foi eficaz. A clareza e a certeza de que se foi entendido, representam um dos pilares de um projeto bem sucedido e essa sempre foi uma das principais preocupações de todas as empresas. Varias são as vezes que apenas informamos e não formamos a ideia do que queremos que a outra parte faça (PEREIRA; LARISSA, 2016).

A autora explica que a comunicação é mais que um processo de signos e linguagens, é um conjunto de meios comunicativos, que visam aumentar a compreensão sobre determinado assunto ou coisa.

> A comunicação nas organizações é uma das formas mais eficazes da corporação sobreviver e prosperar no mercado competitivo atual. Essa ferramenta estabelece um relacionamento entre a empresa e os funcionários, permitindo que eles acompanhem as suas principais ações e verifiquem o impacto de suas tarefas no alcance dos resultados traçados. Com isso, os colaboradores ficam mais motivados a contribuir para o sucesso da companhia (MARQUES; ROBERTO, 2016).

Para Marques os colaboradores devem estar devidamente informados quanto aos meios e aos fins das mensagens que lhes são emitidas, isso irá aumentar a eficácia da comunicação organizacional, manter os colaboradores motivados, fazendo com que atinjam os objetivos da organização.

> A implementação de uma comunicação interna eficaz permite a interação e integração de todo o universo corporativo. Entre seus objetivos estão informar os funcionários sobre a empresa e ambiente de trabalho, valorizar a participação de todos os colaboradores no andamento dos negócios, além de facilitar o relacionamento interpessoal. Além disso, a sua prática também é excelente na constituição da imagem passada pela empresa que é propagada pelos colaboradores fora do expediente de trabalho. (MARQUES; ROBERTO, 2016).

Quando há uma boa comunicação entre gestores e colaboradores, acontece uma maior interação entre ambos, o que facilita ainda um bom relacionamento com os clientes, quando isso ocorre a organização cresce e se desenvolve em cima dos pilares de uma organização eficaz.

> A comunicação começa pelos sentidos (visão, audição, tato, olfação e gustação). Uma maneira prática de identificar a forma como uma pessoa está pensando é prestar atenção às palavras que ela utiliza, pois nossa linguagem está repleta de sinais, gestos, posturas e palavras baseados nos sentidos. Observar, ouvir e dar importância para o outro é determinante para a eficácia da comunicação. (PEREIRA; LARISSA, 2016).

O processo de comunicação eficaz, segundo a autora engloba três pontos: observar, ouvir e dar importância ao outro. Observar no sentido de está atento às condições que o outro indivíduo apresenta durante a comunicação, seus gestos e palavras. Ouvir atentamente a mensagem que lhe está sendo passada para evitar ruídos durante o processo de emissão e recepção e dar importância para o outro a fim de fazer com que a comunicação seja um conjunto harmonioso entre os envolvidos, para que haja eficácia no processo.

> O feedback é uma ferramenta de suma importância para a eficácia do processo de comunicação nas organizações e também uma das tarefas dos gestores. Esse retorno permite acompanhar como a mensagem foi recebida pelos colaboradores, certificando-se que ela cumpriu o objetivo e, de fato, gerou a atitude esperada. Caso isso não ocorra, a mensagem deverá ser transmitida novamente, dessa vez, da forma mais apropriada às características da equipe em questão. Procure entender quais são as dúvidas a fim de esclarecê-las e melhorar cada vez mais a comunicação existente entre você e seu receptor. (MARQUES; ROBERTO, 2016):

O retorno do ouvinte para o emissor é de suma importância para que seja detectado algum ruído que tenha interferido durante a emissão da mensagem, ou uma má interpretação do que lhe foi repassado, caso o processo não tenha obtido sucesso uma nova

mensagem mais detalhada deve ser repassada para que os ruídos sejam excluídos e a mensagem possa ser eficaz.

> A prática da comunicação deve fazer parte das tarefas de todos os níveis hierárquicos. Como intermediários entre os interesses da empresa e dos funcionários, os gestores precisam desenvolver essa habilidade para exercer sua função adequadamente. Essa ferramenta ajuda a construir um relacionamento melhor com sua equipe, em que há mais entendimento com relação as atividades delegadas. Todas as decisões gestacionais devem envolver uma comunicação objetiva e precisa, até aquelas mais cotidianas. Para citar um exemplo, no ambiente organizacional, qualquer tipo de comunicação mal feita — e-mails mal escritos, memorandos com erros, telefones que não funcionam, informações confusas ou qualquer outro ruído na comunicação — pode atrapalhar o processo de disseminação da linguagem corporativa. Por isso, a comunicação assertiva é um cuidado que deve ser tomado pelos gestores para manter sua equipe sempre informada e motivada. (MARQUES; ROBERTO, 2016).

Quando a comunicação ocorre de maneira efetiva dentro da organização facilita o entendimento do que deve ser feito o que possibilita que o colaborador coopere positivamente com a organização e com os clientes desta organização.

5 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação organizacional pode ser constituída no setor estratégico, pelo fato de agregar valores, facilitar a interação da organização, permitir que os colaboradores entendam melhor a cultura organizacional e os objetivos da empresa. Portanto, é importante realizar uma comunicação clara para que possa ser compreendida por todos os colaboradores e com os seus diferentes públicos.

Os avanços da tecnologia da informação impulsionaram diretamente a comunicação, esses avanços contribuíram para o processo de receber e utilizar informações, sendo cruciais tanto na comunicação interpessoal, aquela exercida sem propósitos formais, quanto na comunicação organizacional, exercida com propósitos formais.

> Trata-se de um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações. Se analisarmos profundamente esse aspecto relacional da comunicação do dia a dia nas organizações, interna e externamente, percebemos que elas sofrem interferências e condicionamentos variados, de uma complexidade difícil até de ser diagnosticada, dado o volume de diferentes tipos de comunicação existentes que atuam em distintos contextos sociais. (KUNSCH, apud LIMA; ABBUD, 2016).

A comunicação organizacional vem sendo cada vez mais estudada, uma organização que emite mensagens sem ruídos tem maior destaque perante o cenário em que atua, uma vez que a comunicação é essencial para garantir o entendimento das atividades que devem ser cumpridas.

Segundo Lima e Abbud (2016) “Os estudos que, anteriormente, tinham um caráter prescritivo e foco na comunicação como meio-mensagem, centrada no emissor, passam a priorizar as práticas cotidianas, a interação entre as pessoas e os processos simbólicos ocorridos nos contextos organizacionais”. Assim a comunicação ganhou notoriedade no meio organizacional, deixando de ser um processo de emissão de mensagens do alto escalão da empresa, para se tornar uma maneira eficaz de analisar e levar a organização a atingir seus objetos, isto quando seus componentes são utilizados de maneira correta

Portanto a organização precisa ser objetiva quanto aos canais que utiliza para facilitar a comunicação com os clientes e colaboradores. O canal é qualquer meio através do qual mensagem podem ser enviadas. Nesse modelo, a escolha do canal, sua natureza e características desempenham papel importante na efetividade da comunicação. (LIMONGI-FRANÇA et al., 2002).

Os canais de informação são as formas que as informações chegam ao receptor, seja ele um colaborador ou um cliente, quando utilizados de forma errada, esses canais tentam a ficar com ruídos, o que dificulta que as informações cheguem claramente ao receptor. Fazendo assim que as organizações não alcem a efetividade na comunicação.

De acordo com Dubrin, (2006) lista os canais em três tipos: canais formais de informação, canais informais e a boataria. Os canais formais de informação é o caminho oficial, delimitado pela empresa que a informação deve percorrer. Os canais informais dizem respeito à forma não oficial, é quando as pessoas utilizam-se de informações passadas por outras pessoas quando necessitam de algo. O último tipo é o principal canal informal, a boataria surge quando a informação não tem precisão e pode ser claramente distorcida durante o processo de emissão.

Quando uma empresa que tem como principal veículo a comunicação para tratar com seus clientes, e utiliza mais canais informais do que formais para o repasse de informações está fomentando mesmo que indiretamente o insucesso da informação, gerando um *feedback* negativo. Isso pode ser causado, ainda, quando o processo de informações encontra barreiras durante o percurso de emissão.

De acordo com Chiavenato, (2009, p. 153),

> [...] existem barreiras que servem como obstáculos ou resistências à comunicação entre as pessoas. São variáveis que intervêm no processo de comunicação e que afetam profundamente, fazendo com que a mensagem tal como é enviada se torne diferente da mensagem tal como é recebida.

O autor ainda destaca três tipos de barreiras que interferem o sucesso da comunicação, são: barreiras pessoais, barreiras físicas e barreiras semânticas.

As barreiras pessoais são as interferências que decorrem da percepção de cada pessoa, é a forma como ela vai absorver o que foi transmitido. Barreiras físicas, são as distrações que podem acontecer durante o recebimento de uma mensagem, como; uma porta que se abre e barulhos do ambiente. Barreiras semânticas dizem respeito aos símbolos que são utilizados durante a comunicação, uma vez que gestos e sinais podem ter significados diferentes para quem recebe a mensagem. Na comunicação organizacional existem meios para se comunicar, que são classificados em redes formais, redes de rumores e os meios eletrônicos. Robbins (2005, p. 238) cita as formas que facilitam a comunicação organizacional:

> Redes de formais: as redes formais na organização podem ser complexas. Elas podem incluir, por exemplo, centenas de pessoas e dezenas de níveis hierárquicos.
> - Redes rumores: a rede de rumores tem três principais características. A primeira, ela não e controlada pela direção da empresa. Segundo, é tida pela maioria dos funcionários como mais confiável e fidedigna do que os comunicados formais vindos da cúpula da organização. E a terceira que é largamente utilizada para servir aos interesses pessoais dos que interagem. Os rumores emergem como reação a situações importantes para as pessoas, quando há ambiguidade, e sob condições que despertam ansiedade.
> - Comunicação eletrônica: a comunicação nas organizações atuais vem sendo aprimorada e enriquecida pela tecnologia da computação. Isto inclui o correio eletrônico (ou e-mail), redes intranet e extranet, e a videoconferência. A utilização do correio eletrônico, por exemplo, reduziu significativamente o número de memorando, cartas e telefonemas que os funcionários tradicionalmente usavam para se comunicar entre si ou com fornecedores, clientes e outros grupos externos.

Portanto, compreende que a comunicação organizacional é importante, pois facilita a comunicação entre gestores e funcionários, é preciso uma maior atenção por partes dos funcionários para que as informações possam ser disseminadas por toda a organização, neste sentindo a comunicação na organizacional pode ter vista como processo estratégico.

A comunicação estratégica, nas instituições, tem o como foco alcançar a efetividade na comunicação, ou seja, gerar mudanças construtivas e positivas, que estejam relacionadas com os objetivos da empresa.

6 COMUNICAÇÃO SINDICAL

A Comunicação Sindical deve acontecer de forma clara e objetiva para que possa existir um bom entendimento para quem envia e para quem recebe, pois através da comunicação existe a informação, diante dessa afirmação, a informação é a forma que fornece conhecimento de interesses relacionado ao sindicato ou para o público que faz parte do mesmo, dessa forma facilitar a interação com os colaboradores juntamente com o público que participa da instituição.

> A forma de comunicação mais eficaz seria a estratégia mais persuasiva, ou seja, uma linguagem capaz de comunicar e envolver o público-alvo da comunicação. Significando dizer que, o veículo comunicativo é aquele que traz um conteúdo informativo e consegue transmitir, informar a política e o plano de ação e ainda atrair de forma positiva o público-alvo, de maneira que, cooptado pela retórica e forma, este passa a ser fiel às comunicações sindicais e ao próprio sindicato. (BAPTISTA; ANDRADE, 2016).

Os sindicatos precisam ter qualidade na prestação de informações para seu público, em vista de que existe contato direto com os sócios, e não só por isso, para que não exista trocas de informações errados ou entendimentos errôneos.

> Para alcançar o interesse da classe trabalhadora, acredita-se ser de bom alvitre que a entidade sindical tenha foco e objetivos alicerçados em uma pauta de informações, apelos e estímulos. Isto é considerado pela doutrina um grande desafio ao sindicato, já que este necessita se comunicar com sua clientela, inclusive para adensar a adesão sindical. (BAPTISTA; ANDRADE, 2016).

A comunicação é algo indispensável em qual quer tipo de instituição, onde se destaca como algo principal que não deve deixar de existir, "de certa forma a comunicação é o processo pelo qual conduzimos nossas vidas. Assim que dois ou mais indivíduos se reúnem, há a necessidade de comunicação entre eles, algum modo de facilitar o entendimento do que cada um quer e precisa daquela situação. (BOWDITCH; BUONO, 2004, p. 80).

A comunicação sindical tem como objetivo ter trocas de informações claras e de fácil compreensão para todos, dessa forma conseguir a efetividade na comunicação no meio sindical. "Assim, fala-se que, dentre as características de efetividade sindical, está aquela que consegue dialogar com os trabalhadores, efetivando um canal de comunicação claro e bem acessível: esclarecedor, formador e, ao mesmo tempo, aglutinador, visando formar criticidade e cidadania no sindicalizado." (BAPTISTA; ANDRADE, 2016).

Portanto a comunicação como é visível existe em todo lugar, uma falha na troca de informação pode tratar graves problemas.

7 BREVE HISTÓRICO SOBRE SINDICATO DOS PESCADORES

O Sindicato dos Pescadores é uma entidade que atua no mercado de Chapadinha-MA desde 2007, situado na travessa Santo Antônio, no bairro Campo Velho, número 54, possui foco nas atividades rurais desenvolvidas por pessoas de baixa renda, que não possuem carteiras assinadas e precisam de um auxílio para desenvolverem de maneira correta suas atividades e aumentarem sua renda financeira.

O Sindicato possui alvará de funcionamento, como também a autorização da portaria do IBAMA 43 de 01/07/2005. O sindicado está vinculado à Federação de Pesca de São luís através da confederação de Brasília.

A organização atualmente está com 852 sócios. O sindicato teve como primeiro presidente Daniel Britto, atualmente a presidência está em posse da presidente Fernanda Reis e conta com participação de 5 colaboradores: um presidente, um vice, secretário-geral, secretário administrativo, secretário de atendimento.

Os serviços ofertados visam promover as atividades desenvolvidas pelos associados dentro do município de Chapadinha e assim contribuir para o crescimento da qualidade dessas atividades, sendo elas de pesca, criações de peixes, mariscos entre outras. O Sindicato dos Pescadores auxilia o desenvolvimento para pessoas de baixa renda, associadas, bem como assegura os direitos ao defeso, que é um auxilio financeiro no valor de um salário mínimo durante o período que não se pode pescar, devido à reprodução dos peixes, o que acontece normalmente no período de novembro a fevereiro.

8 METODOLOGIA

8.1 Tipos de Pesquisa

Com o intuito de estudar a efetividade na comunicação do Sindicato dos Pescadores, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e exploratória, a fim de se conhecer minuciosamente teorias e análises em relação ao tema.

A pesquisa bibliográfica é importante para o pesquisador, na forma de possibilitar materiais para a fundamentação de um determinado tema. Enquanto a pesquisa exploratória, é um método eficiente quando se deseja obter informações relevantes para a realização de um trabalho, pois possibilita aplicação de entrevistas e questionários.

De acordo com Marconi e Lakatos (2011, p. 12), “a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”.

8.2 Universo e Amostra

Universo (população), Amostra, são ferramentas que contribuem diretamente para a qualidade do trabalho desenvolvido. Sendo o universo representado pelo sindicato dos pescadores e, a amostra pelos clientes, estes deverão contribuir de maneira significativa para a realização do trabalho. (VERGARA, 2011).

O estudo foi realizado no sindicato dos Pescadores que conta atualmente com 852 sócios, utilizou-se aplicação de ferramentas que auxiliaram no desenvolvimento do trabalho como entrevistas e questionários, visando, assim obter o maior número de informações possíveis a respeito da efetividade na comunicação usada no sindicato dos pescadores, foram aplicados questionários a 86 sócios, correspondentes a 10% dos associados do sindicato, e realizada entrevista com os gestores da organização, sendo eles a presidente e o secretário-geral.

Os dados coletados foram analisados na forma qualitativa e quantitativa, assim para que o trabalho apresente objetividade e informações verídicas sobre os dados da empresa como um todo.

8.3 Instrumentos de coleta de dados

Com o foco de entender a comunicação no sindicato dos pesquisadores da cidade de Chapadinha e a realização de desenvolvimento produtivo deste trabalho, foi realizada pesquisa *in loco*, a fim de contribuir de maneira significativa para a qualidade do trabalho desenvolvido e para atestar a veracidade das informações obtidas.

Para a coleta de dados serão aplicados questionários, observações e pesquisas de campo. Essas ferramentas serão utilizadas para auxiliar a obtenção de dados sobre o sindicato e sobre a maneira como a comunicação é usada na gestão para aprimorar os serviços juntamente com os colaboradores, a fim de aumentar a satisfação dos clientes através da mesma.

A aplicação de questionários abertos e/ou fechados na empresa campo irá viabilizar o conhecimento sobre a comunicação feita na empresa, sendo o questionário uma ferramenta prática e precisa de tabulação de dados.

Por fim, a pesquisa documental da empresa, para enriquecer e aumentar o banco de dados da pesquisa para a realização do trabalho.

9 ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para que a coleta de dados apresente bons resultados, entende-se que se deve fazer questões pertinentes e específicas, cujo objetivo é ter informações detalhadas e corretas. As informações que serão descritas a seguir foram adquiridas através de uma entrevista com os associados e gestores do Sindicato dos Pescadores. Primeiramente, serão analisadas as respostas da presidente e do secretário geral, a fim de se entender mais sobre o referido assunto do trabalho.

Inicialmente, foi indagada a presidente e o secretário geral: qual o meio de comunicação mais utilizado pelo Sindicato para se comunicar com os associados. Obteve-se as seguintes respostas:

> **Presidente:** *O rádio é o meio mais utilizado, isso porque o sindicato dispõe de um programa diariamente na rádio local, em segundo lugar vem as redes sociais e em terceiro o telefone, como a maioria dos associados são residentes de zonas rurais o rádio consegue ter mais eficiência.*
>
> **Secretário geral:** *O rádio e o telefone.*

Constata-se que, através das respostas dos gestores, que o rádio é apresentado como sendo um dos meios de comunicação com mais facilidade em atingir o público-alvo do sindicato, isto porque, segundo Bordenave (2009) o rádio, combinado com satélites, é o campeão de penetração e multiplicação; conforme Lacombe (2011) a mensagem pode ser transmitida na forma de documento ou de uma comunicação visual ou audível.

Percebe-se que a utilização do rádio como meio principal do Sindicato para se comunicar com seus associados, consegue atingir, adequadamente, principalmente pelo fato de que a maioria reside na zona rural, onde o rádio é o principal meio de manter os moradores informados.

Em seguida, foi questionado se estes meios atingem os resultados que o sindicato almeja? Os mesmos responderam:

> ***Presidente:*** *Sim, pois, com estes conseguimos atingir o público do sindicato.*

> ***Secretário geral:*** *sim, pois é maneira mais adequada para nos comunicarmos com os associados.*

Conforme a resposta, foi possível notar que a empresa não busca novos meios de se comunicar com seus associados. Para Lacombe (2011) boa parte de nossos problemas resulta de comunicações inadequadas, inoportunas ou falhas. Todo processo de comunicação é falho e sujeito a distorções. Sendo necessário um aprimoramento constante dos meios utilizados.

Em seguida, foi indagado aos gestores se eles avaliam que as informações fornecidas pelo sindicato são transmitidas de forma que o associado entenda. Responderam que:

> ***Presidente:*** *Sim. Sempre passamos as informações da forma mais clara possível.*
>
> ***Secretário geral:*** *Sim. Pois tentamos sempre falar claramente, para que todos possam entender.*

Enviar mensagens sem ruídos, é a maneira mais fácil de obter um retorno positivo do receptor. No sindicato, as informações passadas pelos gestores não foram suficientes para testar a eficiência das mensagens enviadas por eles aos associados.

Na pergunta seguinte, foi questionado se o sindicato dá liberdade aos associados para manifestarem sugestões ou insatisfações,

> ***Presidente:*** *Sim. Temos uma comunicação aberta com os associados, e eles podem elogiar ou reclamar dos serviços que lhes são oferecidos.*
>
> ***Secretário geral:*** *Sim. Oferecemos todas as condições para que eles tenham liberdade, em nos falar qualquer coisa.*

Com as informações adquiridas, foi possível perceber que, apesar dos gestores falarem que dão toda liberdade, nem sempre esse ato é feito de forma abrangente e nem todos os sócios se sentem à vontade com essa abertura. Para Bordenave (2009) as pessoas não só desejam e precisam receber comunicação, participar na comunicação, mas, ainda, basicamente, desejam expressar suas emoções, ideias, temores e expectativas. Sendo assim, conforme o autor descreve, o ouvinte, precisa expressar-se a fim de partilhar as suas opiniões.

Em seguida, foi questionado se os meios utilizados pela Diretoria do Sindicato para se comunicar com o associado fazem com que as informações cheguem até eles. Os representantes responderam:

> ***Presidente:*** *Sim. Utilizamos os meios mais acessíveis para os associados.*
>
> ***Secretário geral:*** *Sim. Sempre procuramos oferecer condições necessárias para que os associados entendam claramente o que queremos repassar e, portanto, temos cuidado com os meios que utilizamos.*

Lacombe (2011) uma boa comunicação nos dois sentidos requer um esforço

permanente da administração para criar condições de confiança indispensáveis. Corroborando com o autor, é válido enfatizar que, para a comunicação ter efeito nos processos em que a organização está envolvida, é necessário o acesso dos ouvintes às informações, sem ruídos e signos de difícil entendimento. Portanto, é importante que o Sindicato ofereça as devidas condições para obter uma boa comunicação com os associados.

Quando questionados se existem dificuldades para Diretoria do Sindicato se comunicar com seus associados. Os representantes responderam:

> ***Presidente: Não.*** *Apesar de considerar que a comunicação exercida pelo sindicato atende a todos os requisitos necessários para com os associados, sempre existirão falhas, o que temos que fazer é diminuí-las e exclui-las.*
>
> ***Secretário geral:*** *Não. Fazemos o possível, para atendê-los adequadamente.*

A resposta está de acordo com os parâmetros de comunicação, onde se deve buscar a clareza e objetividade na emissão de mensagens. E mostra a preocupação dos gestores para realizarem um processo de comunicação acessível, clara e objetiva.

Em seguida, foi questionado aos gestores como eles avaliam a comunicação do Sindicato para com seus associados,

> ***Presidente****: Boa. Apesar de considerar que a comunicação exercida pelo sindicato atende a todos os requisitos necessários para com os associados, sempre existirão falhas, o que temos que fazer é diminuí-las e tentar exclui-las.*
>
> ***Secretário geral****: Boa. Sempre vai haver pontos onde se precisa melhorar, para melhor atender aos associados.*

De acordo com os depoimentos acima constatou-se que o sindicato está preocupado em melhorar seus serviços para atender e satisfazer aos associados.

Portanto a partir da concepção de Lacombe (2011), umas das principais barreiras para as falhas da comunicação é o fato de que cada pessoa tem tendência para julgar, avaliar, aprovar ou reprovar qualquer declaração dentro do seu entendimento. De acordo com o autor, quando uma pessoa utiliza todas as suas percepções, sem capacidade de filtrar o que mais importa no recebimento de mensagens, sempre vai ocorrer falhas.

Posteriormente, perguntou-se, também: O sindicato já realizou pesquisa sobre o grau de satisfação dos associados em relação à comunicação?

> ***Presidente:*** *Sim. Sempre estamos fazendo de tudo para nos comunicar corretamente e evitar falhas na comunicação com os associados.*
>
> ***Secretário geral: Sim.*** *Sempre fazemos pesquisas informais, quando algum sócio vem ao sindicato, perguntamos sobre sua opinião acerca dos serviços, nas reuniões também. Fazemos isso para que sempre possamos oferecer os serviços adequados e que também possamos comunicar com clareza para todos entender.*

Diante das falas acima compreende-se que apesar do sindicato querer atender

adequadamente os associados, as informações não foram suficientes para testar a veracidade das respostas e constatar que o sindicato faz realmente tais pesquisas. Segundo Lacombe (2011) não basta só comunicar de cima para baixo, é preciso ouvir, para proporcionar os canais adequados. O autor abrange a importância de ouvir os clientes e colaboradores para que se possa oferecer o melhor tipo de comunicação.

Para ratificar as informações fornecidas pelos gestores, foram aplicadas entrevistas com 10% dos sócios do sindicato, ao que foram oitenta e seis entrevistados. As análises dos dados obtidos serão dispostas nos gráficos a seguir.

Quadro 2: Sexo dos associados entrevistados

SEXO	PORCENTAGEM
Feminino	38,37
Masculino	61,63

Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

No que diz respeito ao sexo dos entrevistados, os resultados revelaram que 38,37% são do sexo feminino, e 61,63% do sexo masculino, sendo deste último, o maior número de associados do Sindicato dos Pescadores. Isso se dá ao fato de que o maior número de pescadores, vendedores e criadores de peixes, são do sexo masculino.

Quadro 3: Tempo de associado.

TEMPO DE ASSOCIADO	PORCENTAGEM
06 meses	5,81
1 ano	15,12
2 anos	18,60
3 a 5 anos	23,26
Mais de 6 anos	37,21

Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

De acordo com o gráfico, é possível notar que a menor porcentagem é de 5,81%, das pessoas que têm apenas 06 meses de associado, em segundo, vem 15,12% dos que estão com 1 ano no sindicato, depois 18,60% que cabe aos sócios que estão a 2 anos, 23,26% dos associados que estão de 3 a 5 anos e de 37,21% correspondente aos associados que estão mais de 6 anos.

A maior parte está associada a mais de 6 anos, isso se dá pelo fato de que dificilmente o sindicato abre inscrições para novos associados, isso porque os procedimentos

necessários são muito burocráticos. Quando há uma inclusão, como no caso dos sócios que estão de 6 meses a 1 ano, foi porque saíram alguns, então o Sindicato abre inscrições para preencher as vagas que ficaram abertas.

Quadro 4: Faixa etária dos entrevistados.

FAIXA ETÁRIA	PORCENTAGEM
De 18 a 21 anos	3,49
De 21 a 28 anos	9,30
De 28 a 35 anos	13,95
De 35 a 45 anos	32,56
Mais de 45 anos	40,70

Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

No que diz respeito à faixa etária dos entrevistados, nota-se que 3,49% são os associados que possuem de 18 a 21 anos, 9,30% são os que tem de 21 a 28 anos, 13,95% correspondem aos que têm idade entre 28 a 35 anos, 32,56% aos que estão na faixa etária entre 35 a 45 anos e a maior porcentagem de 40,70% diz respeito aos que estão com mais de 45 nos de idade. Foi possível perceber que os associados com mais de 45 anos são aqueles que estão a mais tempo desenvolvendo atividades de pesca, bem como, são os que mais frequentam o sindicato. Já os demais sócios, vêm eventualmente ao sindicato quando são solicitados ou quando tem alguma pendência para resolver.

Quadro 5: Formação escolar.

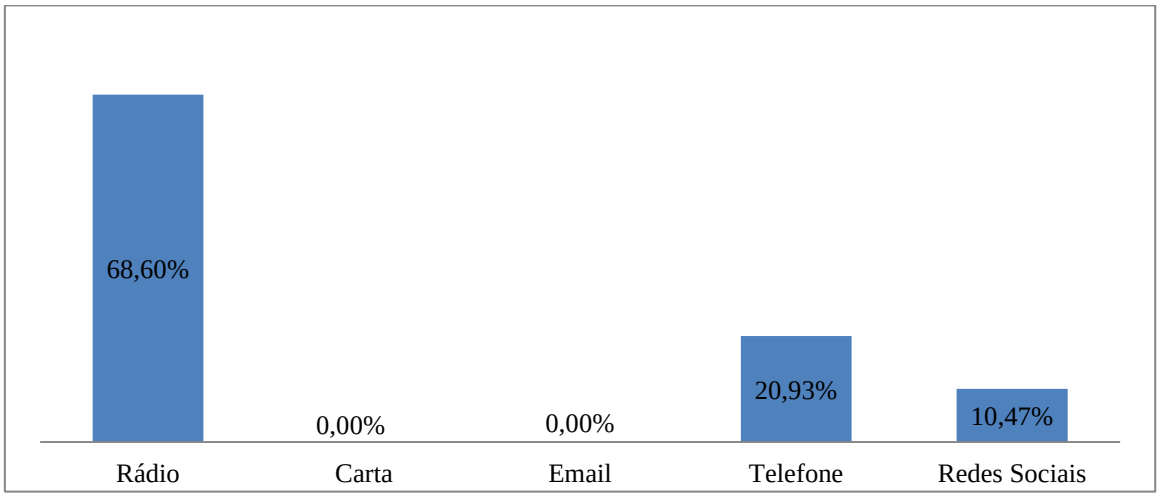
FORMAÇÃO ESCOLAR	PORCENTAGEM
Não alfabetizado	41,86
Ensino fundamental completo	15,12
Ensino fundamental incompleto	25,58
Ensino médio completo	3,49
Ensino médio incompleto	10,47

Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Diante do resultado acima, percebe-se que a maioria é não alfabetizado, somando 41,86% dos entrevistados. Outra parte possui ensino fundamental completo, somando 15,12%, outra com ensino fundamental incompleto totalizando 25,58%, possuem ensino médio completo apenas 3,49% e ensino médio incompleto 10,47%.

O fato da maioria dos associados serem residentes na zona rural, considerados de baixa renda, e com mais de 45 anos, pode-se através desses fatores justificar a questão da maioria ser não alfabetizado. A outra parcela dos associados que não possuem o ensino fundamental ou ensino médio completo pode ter como justificativa o fato de alguns estarem estudando e outros, que por fatores externos, desistiram dos estudos.

Gráfico 1: Qual é o meio de comunicação utilizado pelo sindicato para com você cliente/associado?



Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Diante dos dados mostrados no gráfico acima, constata-se que o meio de comunicação mais utilizado pelo sindicato, para se comunicar com os seus associados, é o rádio, correspondendo 68,60%, em seguida o outro meio mais utilizado é o telefone, com 20,93% e as redes sociais com 10,47%, as opções carta e e-mail ficaram com 0%.

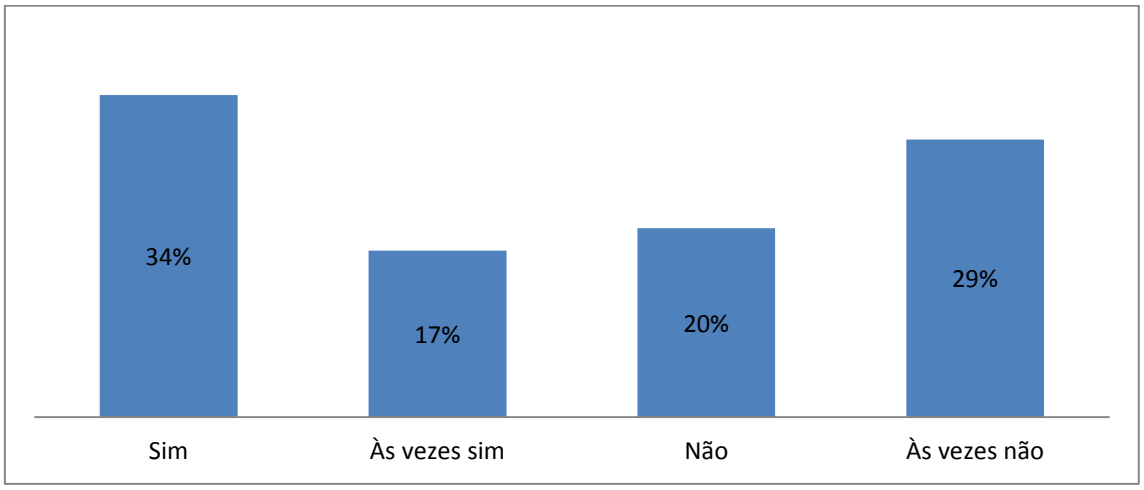
Com isso, evidenciou-se que as respostas dos associados estão de acordo com as respostas da presidente e do secretário-geral, de fato, o rádio é o meio mais utilizado e que consegue ter mais efetividade na comunicação do sindicato.

Para Lacombe (2011) Os meios eletrônicos já são, nas empresas, a forma mais usual e importante de comunicação e a tendência é de aumento de sua importância. O autor enfatiza que os meios eletrônicos são a forma mais eficaz de se comunicar em uma organização. O sindicato dá preferência ao rádio, a justificativa é que o rádio consegue atingir tanto os associados que vivem na cidade, quanto aos que vivem na zona rural, para isso o sindicato tem um programa de rádio de segunda a sexta feira para manter os associados informados sobre os acontecimentos da Instituição.

Através do programa de rádio, os gestores se preocupam em falar com clareza para que os associados possam entender corretamente o que lhes é passado. Segundo Gil (2011, p. 73) a comunicação só é considerada eficaz quando a compreensão do receptor

coincide com o significado pretendido pelo emissor. Desse modo, tem que haver uma linguagem clara para que a mensagem possa chegar ao receptor sem ruídos.

Gráfico 2: As informações fornecidas pelo sindicato aos seus associados são transmitidas de forma que você entenda?

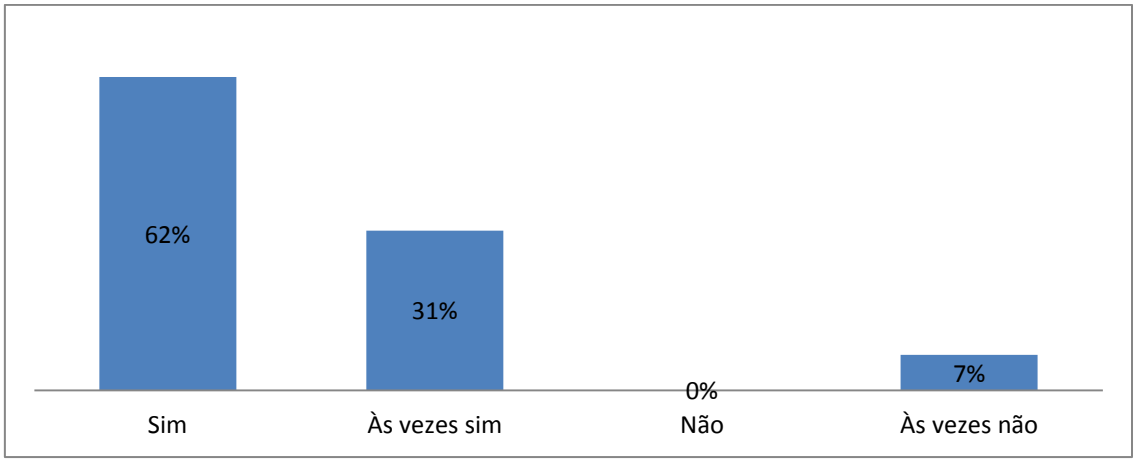


Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

De acordo com os dados exibidos no gráfico 2, é possível observar que 34% afirmam que conseguem entender o que é transmitido pelo sindicato, 17% conseguem entender às vezes e outras não assimilam muito bem, 20% não conseguem entender o que o sindicato passa, precisando ser orientados por outras pessoas sobre o que fazer no sindicato e 29% classificam que as vezes não compreendem o que deve ser feito no sindicato.

Comparando as respostas com as informações dos gestores, é possível perceber que a comunicação sindical está sendo expressa com ruídos, pois uma parcela significativa não está satisfeita com o modo como as informações são transmitidas. O que entra em desacordo com as palavras dos gestores que enfatizaram que os associados entendem as mensagens que lhes são transmitidas.

Gráfico 3: Você confia nas informações fornecidas pelo Sindicato?



Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

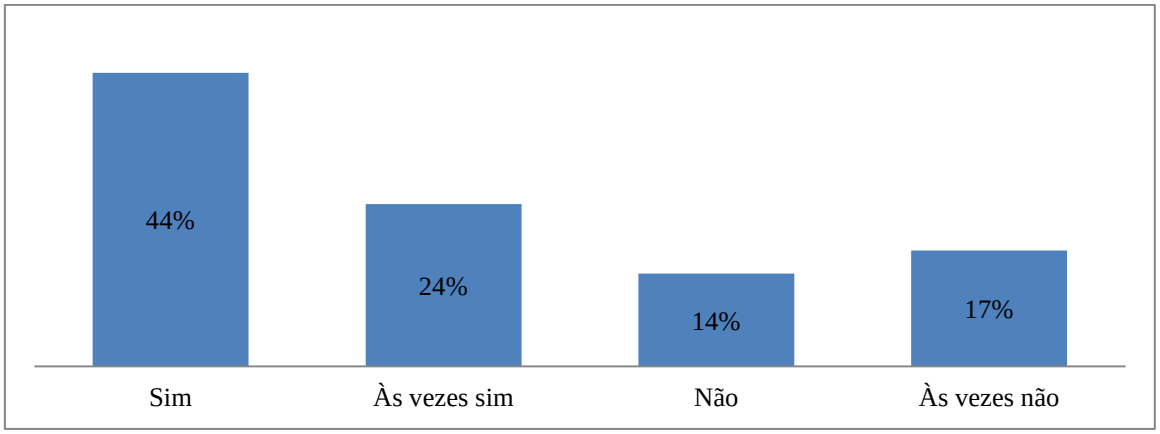
Ao serem questionados sobre a confiança nas informações fornecidas pelo Sindicato, os resultados obtidos foram: 62% confiam totalmente nas informações, 31% confiam apenas às vezes, nenhum entrevistado respondeu que não confia nas informações, 7% responderam que às vezes não confiam nas informações, ou porque recebem de terceiros ou porque não compreendem o que dito.

A partir do gráfico, percebe-se que a maioria confia nas informações emitidas pelo sindicato, comprovando o que foi obtido através do questionário, a empresa sempre passa informações verídicas, quanto aos associados que só entendem algumas vezes, isso pode haver ruídos na comunicação, o que faz com que não compreendam e não entendam o que foi emitido.

Para Gil (2011, p. 74), “muitas vezes o emissor tem uma vaga ideia do que pretende comunicar, mas, em lugar de aperfeiçoá-la, passa a transmiti-la assim mesmo. Comunica que seu interlocutor se incumbirá naturalmente desse aperfeiçoamento”. O autor destaca que o emissor deve ter certeza do que vai comunicar, a fim de evitar impasses e dificultar o processo de entendimento por parte do receptor, neste caso, representado pelo associado.

Segundo Bordenave (2009, p. 96,) os meios de comunicação são utilizados para pôr em contato comunidades distantes, de modo que percebam que têm problemas comuns, estabelecendo um fluxo de trocas que leva a uma ação conjunta. Para o autor, quando há uma conexão positiva das partes envolvidas no processo de comunicação, tanto do emissor, quanto do receptor, há maior chance de se estabelecer um contato seguro, pois as ideias e os pensamentos vão está claros e condizentes com o que estará sendo abordado.

Gráfico 4: O sindicato dá liberdade para você manifestar sugestões ou insatisfações?



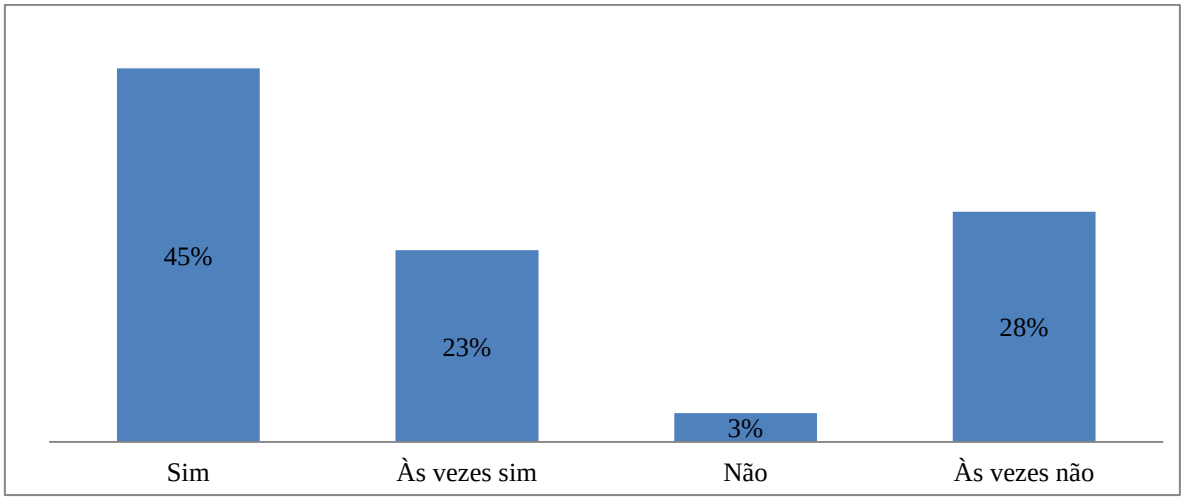
Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Quando foi indagado aos entrevistados, se o Sindicato dá liberdade para que eles manifestem sugestões ou insatisfações, 44% afirmaram que sim, 24% responderam que apenas às vezes o sindicato oferece essas condições, 14% responderam que nunca perceberam qualquer abertura do sindicato para manifestar suas opiniões e críticas, e 17% afirmaram que somente às vezes, ou seja, nem sempre a empresa dá liberdade. Percebe-se que alguns associados afirmam que o sindicato nem sempre oferece condições, ou na concepção de alguns, nunca ofereceu. Com as informações obtidas, observou-se que algumas vezes o Sindicato não deixa claro para o associado que ele pode expressar sua opinião.

Segundo Gil (2011, p.78) "a qualidade da comunicação também tem muito a ver com a atitude de escuta, que não é espontânea e nem fácil". Fica claro nas palavras do autor que é necessário para o sucesso da comunicação, que sejam expressadas opiniões para que haja uma constatação do pensamento de quem está recebendo a mensagem.

Uma avaliação criteriosa é um dos pontos chaves para se entender o que precisa ser melhorado e o que deve ser potencializado para tornar a comunicação eficaz na organização. As condições oferecidas pelo sindicato para que os associados expressem suas satisfações ou insatisfações com o modo de comunicação utilizado pela empresa para se comunicar, nem sempre atingem os resultados esperados, sendo necessário que a maioria consiga identificar essa abertura oferecida pela organização, para que o processo de comunicação possa ser efetivo.

Gráfico 5: Você recebe orientação adequada quando vai resolver algum problema ou solicitar informações no sindicato?

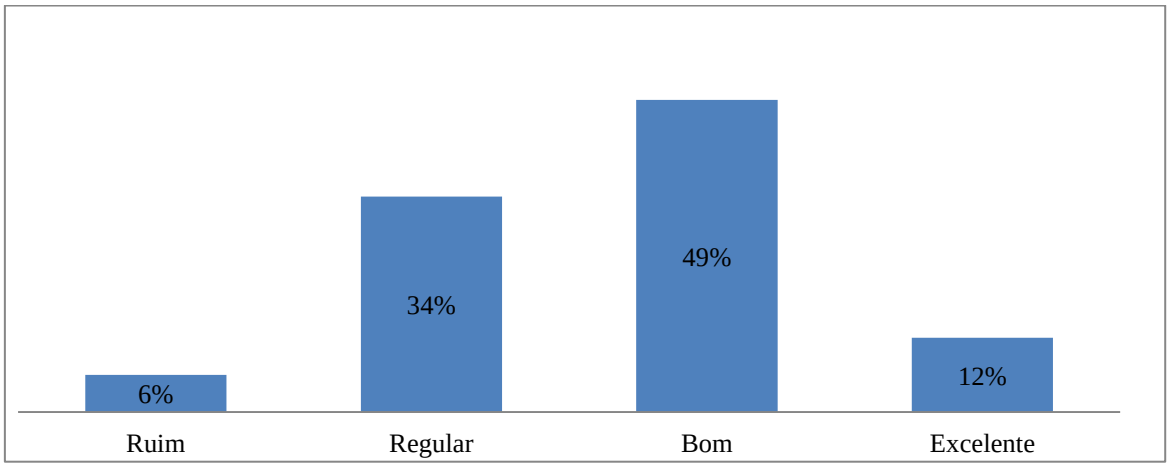


Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

A partir dos dados mostrados no gráfico, é possível constatar que 45% responderam sim, quando perguntados se recebem orientação adequada quando vão resolver ou solicitar algo no sindicato, 23% afirmam que apenas às vezes recebem orientação correta, 3% destacam que não recebem, e 28% responderam que às vezes não recebem auxilio para resolverem algum assunto na empresa. Constatou-se, a partir das informações, que os associados, não sua maioria, dividem-se em os que recebem orientação sempre e os que recebem às vezes.

Apesar disso, é possível perceber que uma parcela significativa afirma que às vezes não recebem orientação para realizarem o que precisam no Sindicato, isso é um problema para a organização, uma vez que os associados não se sentem devidamente informados sobre os procedimentos que devem realizar.

Gráfico 6: Como você classifica as informações que recebe dos membros da Diretoria do Sindicato?



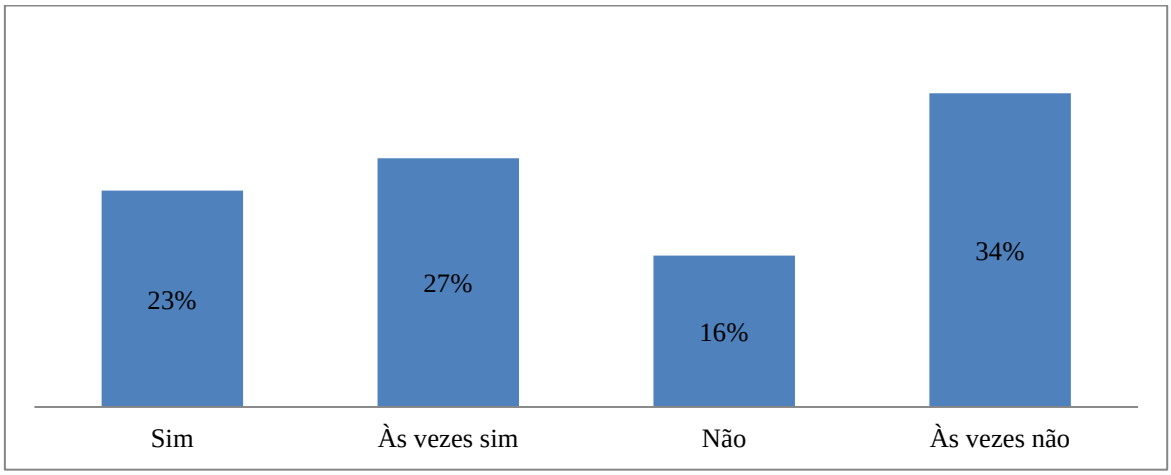
Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Conforme apresentado no gráfico, quando indagados sobre como classificariam as informações que recebem da diretoria do sindicato, 6% consideram ruim, 34% classificam como regular, 49% consideram bom, e 12% afirmam que as informações são excelentes. É notável que o sindicato trabalha para melhorar e tornar cada vez mais clara e objetiva a maneira que informa e se comunica com os associados.

A satisfação dos associados é o ponto principal para o bom desenvolvimento do sindicato. No caso do sindicato, isso se dá principalmente pela comunicação, já que é uma questão importante para a organização que precisa está em constante análise sobre o modo que usa para se comunicar com seus associados.

Quando os associados classificam como boa ou excelente as informações que recebem, significa que o sindicato está recebendo um bom *feedback* sobre o que faz e oferece. Segundo Gil (2011, p. 222) existem alguns fundamentos essenciais para que o processo de comunicação seja eficaz dentro da organização, dentre os quais ele destaca que buscar a atenção do ouvinte, faz com que este consiga entender as mensagens que lhes são transmitidas o que faz com o que este ouvinte classifique a informação recebida como sendo útil e eficaz. De acordo com as respostas analisadas, percebe-se que os associados estão em sua maioria satisfeitos com as informações que recebem da diretoria, o que para a organização representa que o processo de comunicação usado, está dando resultados satisfatórios.

Gráfico 07: Em sua opinião, os meios pelos quais a Diretoria se comunica, faz com que as informações cheguem até você?



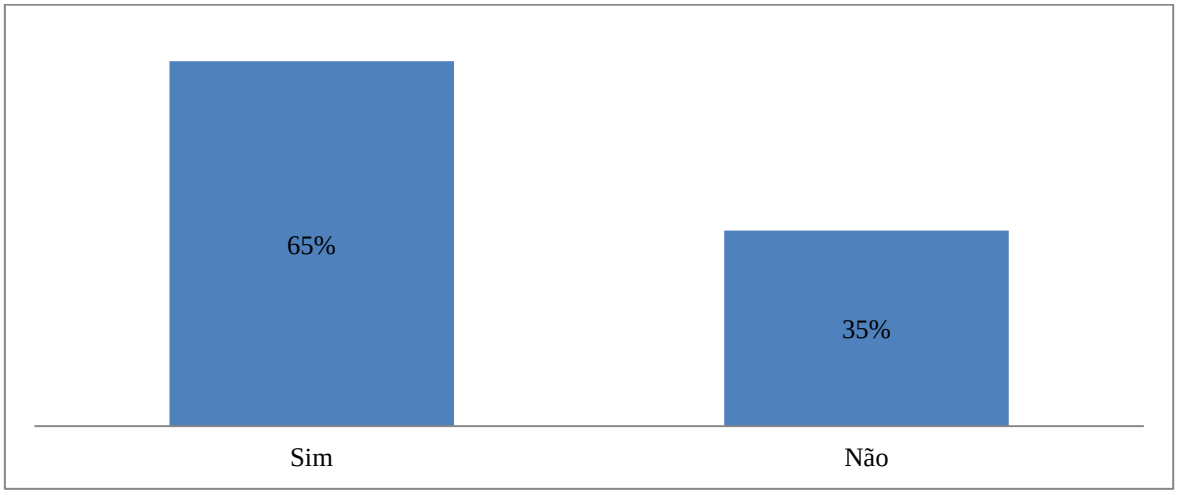
Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Questionou-se aos entrevistados se os métodos utilizados pelo sindicato para se comunicar são eficazes, 23% responderam que sim, 27% afirmaram que só as vezes, 16% relataram que não são eficazes e 34% disseram que às vezes não são.

Quando a empresa faz com que as informações cheguem até seus associados, está cumprindo seu papel de levar comunicação clara e fazendo com que os sócios entendam o que o sindicato propõe, mas, como se percebe na análise do gráfico, a maioria respondeu que às vezes a diretoria do sindicato, representada pelos gestores, não faz com que as informações cheguem até eles, alegando assim, mesmo indiretamente, que há ruídos nas formas de envio de mensagens.

Para Lacombe (2011, p. 295,) é necessário que no meio organizacional haja comunicação, de modo que compreendamos uns aos outros e saibamos as necessidades, objetivos, percepções e modo de fazer as coisas de cada um. Corroborando com o autor, enfatiza-se a necessidade de se comunicar com clareza e efetividade para que a comunicação possa atingir os resultados almejados dentro da empresa.

Gráfico 8: Em sua opinião, os modos que a Diretoria do Sindicato utiliza para se comunicar com os associados deve melhorar?



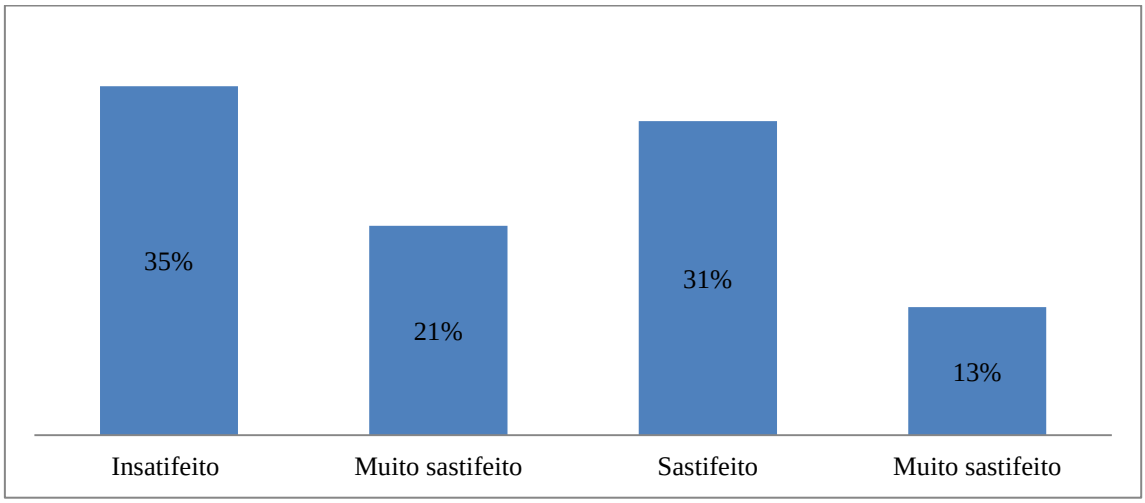
Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Com a análise do gráfico, percebe-se que 65% responderam que os modos de comunicação do sindicato devem melhorar e 35% disseram que não.

> Embora a comunicação constitua uma das capacidades humanas mais fundamentais e seu desenvolvimento nos indivíduos se dê de forma que pode ser considerada natural, a verdade é que a grande maioria das pessoas não sabe comunicar-se. Infelizmente, isto é verdadeiro também no âmbito das empresas. (GIL, 2011, p.71).

De acordo com o autor, as empresas precisam se aprimorar sempre sobre o modo que utilizam para se comunicar com os seus clientes, esse aprimoramento está atrelado a uma avaliação, que tem como intenção identificar o que está ruim, minimizar ou excluir.

Gráfico 9: Indique o grau de satisfação com a forma que o Sindicato dos Pescadores tem se comunicado com você associado.



Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2016.

Foi questionado aos entrevistados para que indicassem seu grau de satisfação com a forma de comunicação do sindicato, 35% se declaram insatisfeitos, 21% responderam que estão muito insatisfeitos, 31% estão satisfeitos e 13% afirmaram que estão muito satisfeitos. Diante das respostas apresentadas, pode-se afirmar que o sindicato não está tendo sucesso nos métodos que utiliza para se comunicar com os associados.

Para Lacombe (2011, p. 303,) “Uma boa comunicação nos dois sentidos requer um esforço permanente da administração para criar as condições de confiança indispensáveis”.

Portanto, faz-se necessário um esforço mútuo para que possam ser excluídos todos os fatores externos que possam ter efeito negativo sobre o que foi transmitido.

Segundo Lacombe (2011, p. 303), [...] é preciso não esquecer que a comunicação é um meio. A prioridade com a sofisticação da forma pode transformá-la num fim, tornando o conteúdo e o resultado a ser obtido secundários em relação à forma. O autor enfatiza que é primordial que ambas as partes envolvidas no processo de comunicação tenham entendimento de que a comunicação, que seria um retorno de mensagem sem ruídos por parte do emissor e do receptor, é um meio utilizado para que eles cheguem a um determinado fim.

10 CONCLUSÃO

É de suma importância estudar e analisar a comunicação nas empresas a fim de saber se as mesmas estão obtendo um retorno positivo, com os métodos de comunicação que tem adotado para se comunicar com os clientes. A efetividade na comunicação diminui o retorno negativo, bem como impulsiona o bom desenvolvimento da relação cliente-empresa, se tornando imprescindível no meio organizacional.

As organizações vivem em um processo contínuo de aprimoramento das suas atividades, mudar os métodos utilizados para se comunicar com os clientes deve ter um impacto na satisfação dele, fazendo assim com que a comunicação adotada na organização seja clara e objetiva para o receptor.

Diante da análise do processo da efetividade na comunicação do Sindicato dos Pescadores, verificou-se que a empresa utiliza como meios para se comunicar com os associados, rádio, telefone redes-sociais, e através dos referidos meios, o sindicato consegue atingir aos resultados propostos pelos gestores, porém, ainda há a necessidade de melhorar a comunicação na empresa estudada,

Constatou-se, portanto, que o objetivo da pesquisa foi alcançado, uma vez que foi possível perceber como a ausência de comunicação adequada pode inviabilizar o contato com os associados, concluiu-se que o sindicato não oferece as devidas condições para uma comunicação efetiva, pois alguns associados reclamam dos métodos e procedimentos utilizados pela empresa para se comunicar. Sendo essencial que a empresa esteja melhorando os seus modos de comunicação para com os associados para que então, possa deixá-los satisfeitos. Assim sugere-se ao Sindicato dos Pescadores que invista mais no programa de rádio para assegurar a propagação de informações verídicas para os associados; e além disso faça ainda, um acompanhamento do modo de comunicação adotado, a fim de que possa satisfazer as necessidades dos associados, gerando confiança e fidelizando o cliente.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Alcimere e ANDRADE, Dirce**. Movimento Sindical, Comunicação e Impacto na Representatividade sob a Ótica do Servidor da Universidade Federal do Espírito Santo.** PMK, São Paulo, Brasil, V. 18, p. 1-12, abril, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v48n2/a04v48n2.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2016.

BARROS, Thiago e CARVALHAL, Marcelo. **A imprensa sindical como elemento revelador da territorialização dos sindicatos.** Revista Pegada – vol. 14 n.1 166 Julho/2013.

BAPTISTA, Alcimere Cristiani Degen**. O Movimento Sindical na UFES: Um estudo sob a ótica dos Servidores Técnicos Administrativos.** Universidade Federal do Espírito Santo, 9-Mar-2015.

BORDENAVE, Díaz Juan E. **Além dos meios e mensagens:** introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BOUZON Arlette e Ivone de OLIVEIRA, Lourdes. **As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo comparativo entre França e Brasil**. Intercom – RBCC São Paulo, v.38, n.1, p. 129-149, jan./jun. 2015.

BRUNO-FARIA, Maria de Fátima e FONSECA, Marcus Vinicius. **Medida da cultura de inovação: uma abordagem sistêmica e estratégica com foco na efetividade da inovação**. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 12, n.3 p. 56-81, jul./set . 2015.
CEGALLA, Domingos Paschoal. **Dicionário escolar da língua portuguesa**. São Paulo. Companhia Editora Nacional, 2005.

BOWDITCH, James L. BUONO, Anthony F**. Elementos de Comportamento Organizacional.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

CHAVES, Lúcio Edi, et al. **Gerenciamento da comunicação de projetos.** 2 ed., Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**. 7 ed. Barueri, SP: Manole, 2009.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional**. 2 ed., Brasília: Casa das Musas, 2012.

DUARTE, Elizabeth e BRAGA, Rogério. **A comunicação organizacional numa empresa de serviços**. p. 57 a 68, jul/set 2013.

_____. **Comunicação organizacional em unidades de informação.** Inf. Inf., Londrina, v. 17, n. 3, p. 181 – 197, set./dez. 2012.

DUBRIN, Andrew J. **Fundamentos do comportamento organizacional.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. **As pesquisas denominadas "estado da arte".** Educ. Soc. [online]. 2002, vol.23, n.79, pp. 257-272. ISSN 0101-7330. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v23n79/10857.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2016.

GARÇON, Márcia e YANAZE, Mitsuru. **A Disputa pelo sentido: o jogo de poder na Comunicação Organizacional.** Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas:** enfoques nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2011.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KUNSCH, Margarida. **As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo.** Intercom – RBCC São Paulo, v.35, n.2, p. 267-289, jul./dez. 2012.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos:** princípios e tendências. 2 ed. São Paulo: Sarava, 2011.

LIMA, Manuela Corrêia Dantas, ABBUD, Maria Emília de Oliveira Pereira. **Comunicação Organizacional:** Histórico, Conceitos e Dimensões.. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Manaus – AM. 2015.

LIMA, Manuela Corrêia Dantas, ABBUD, Maria Emília de Oliveira Pereira**. As dimensões da comunicação organizacional: Um olhar sobre o terceiro setor.** Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Pará,2014.

LIMONGI-FRAÇA Ana Cristina et al. **As pessoas na organização.** 10 ed., São Paulo: Editora Gente, 2002.

LOURENÇO, Vânia. **Gerenciamento das Comunicações em Projetos de Software: o problema da efetividade das comunicações.** (Pós-Graduação em ciência da Computação). p. 152. Recife. Universidade Federal de Pernambuco, 20011.

MAFRA, Rennan. **Diálogo público, instituições científicas e democracia: reflexões sobre a constituição de uma política de comunicação organizacional.** Intercom – RBCC São Paulo, v.39, n.2, p.161-174, maio/ago. 2016.

MARQUES, Roberto José. **A importância da comunicação eficaz nas organizações.** Portal IBC, disponível em < ibccoaching.com.br>. Acesso em 18 de Novembro de 2016.

MALMEGRIN, Maria Leonídia; PINHEIRO FILHO, Rivaldo. **Custo e eficiência: uma abordagem organizacional.** Escola Nacional de Administração Pública. Brasília: ENAP, 2005.Disponívelem: <www.enap.gov.br/downloads/ec43ea4fCusto_eficiencia_texto_F1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2016.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos:** do operacional ao estratégico. 14 ed., São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, Ricardo. **Comunicação organizacional integrada na universidade de Brasília: um estudo de caso.** (PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA). p. 154. Brasília. FACULDADE UnB DE PLANALTINA (FUP), 2005.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania.** São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>. Acesso em: 12 nov. 2016.

PEREIRA, Larissa Mônica, **Comunicação nas empresas:** o poder da comunicação eficaz. Qualyteam, Disponível em: < blog.qualidadesimples.com.br>. Acesso em: 18 Nov 2016.

PERLES, Batista João. **Comunicação:** conceitos, fundamentos e história. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. Covilhã, Portugal, 2006.

PINTO, Flávia Virgínia Melo. **Práticas informacionais na organização político-sindical dos professores da rede municipal de Belo Horizonte.** Biblioteca Digital- ufmg. 20-06-2012.

PORPINO, Gustavo e STEFANI, Emerson. **O caso do PAC Embrapa:** requisitos de uma gestão orientada para resultados no setor público. Rev. Adm. Pública — Rio de Janeiro 48(2):343-366, mar./abr. 2014.

RASLAN, Eliane; **Análise de efetividade na comunicação estratégica em instituições:** um estudo na arquidiocese de belo horizonte. Belo Horizonte, 2009.

REGO Raquel, Paulo Marques Alves, Jorge Silva e Reinhard Naumann. **Os sítios na internet dos sindicatos portugueses:** navegação à vista? Sociologia, Problemas e Práticas no. 73 Oeiras set. 2013.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional.** 11 ed., Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2005.

SIQUEIRA, Carlos Eduardo, Francisco Pedra; Heleno Rodrigues Corrêa Filho; Maria Maeno; Hermano Albuquerque de Castro. **A experiência do Observatório de Saúde do**

Trabalhador (*Observatoriost*) no Brasil. Rev. bras. saúde ocup. vol.38 no.127 São Paulo Jan./June 2013.

SOUZA, Rosana e AÑEZ, Miguel Eduardo. **O Uso da Política Cognitiva na Comunicação Organizacional.** ISSN**,** São Bernardo do Campo Vol. 8, n. 15, p. 18. jan.-jun. 2012.

TASSIGNY, Mônica; BRASIL, Marcus; BUGARIM, Maria Clara e NOGUEIRA, Fábio Luiz. **Blog: Ferramenta Estratégica de comunicação organizacional.** Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 5, n. 2, p. 262-276, MAI./AGO. 2012.

TUPINAMBÁ, Maria**. Recepção da informação a efetividade da comunicação institucional da embrapa pelos agricultores familiares do assentamento tarumã-mirim, na região metropolitana de Manaus. (**Pós-graduação em sociedade e cultura na Amazônia). p. 87, Manaus. Universidade Federal do Amazonas. 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2011.

VIEIRA, Marlene; MARQUES, Adilson; CORREIA, Eduardo. **Comunicação interna numa empresa de serviços.** p. 57 a 68, Rev. portuguesa e brasileira de gestão. Lisboa, jul/set 2013.

APÊNDICES

FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
Curso: Administração

APÊNDICE-A: Questionário aplicado aos Associados

O presente questionário destina-se à coleta de dados para o trabalho de conclusão de curso, sobre a efetividade na comunicação do Sindicato dos Pescadores.

A sua colaboração é imprescindível, pelo que agradecemos o preenchimento e entrega desta ficha. Será resguardada a identidade do Cliente/Associado, e não necessita colocar o nome.

Associado

1. Sexo:
   ( ) Feminino
   ( ) Masculino

2. Há quanto tempo você é associado a este Sindicato?
   ( ) 06 meses
   ( ) 01 ano
   ( ) 02 anos
   ( ) 03 a 05 anos
   ( ) mais de 06 anos

3. Faixa etária:
   ( ) De 18 a 21 anos
   ( ) De 21 a 28 anos
   ( ) De 28 a 35 anos
   ( ) De 35 a 45 anos
   ( ) Mais de 45 anos

4. Formação escolar:
   ( ) Não alfabetizado
   ( ) Ensino fundamental completo
   ( ) Ensino fundamental incompleto
   ( ) Ensino médio completo
   ( ) Ensino médio incompleto

5. Qual é o meio de comunicação utilizado pelo sindicato para com você cliente/associado?
   ( ) Rádio
   ( ) carta
   ( ) email
   ( ) telefone
   ( ) redes sociais (WhatsApp, Facebook, etc.)

6. As informações fornecidas pelo sindicato aos seus associados são transmitidas de forma que você entenda?
   ( ) Sim
   ( ) Às vezes sim
   ( ) Não
   ( ) Ás vezes não

7. Você confia nas informações fornecidas pelo Sindicato?
   ( ) Sim
   ( ) Ás vezes sim
   ( ) Não
   ( ) Ás vezes não

8. O sindicato dá liberdade para você manifestar sugestões ou insatisfações?
   ( ) Sim
   ( ) Ás vezes sim
   ( ) Não
   ( ) Ás vezes não

9. Você recebe orientação adequada quando vai resolver algum problema ou solicitar informações no sindicato?
   ( ) Sim
   ( ) Ás vezes sim
   ( ) Não
   ( ) Ás vezes não

10. Como você classifica as informações que recebe dos membros da Diretoria do Sindicato?
    ( ) Ruim
    ( ) Regular
    ( ) Bom
    ( ) Excelente

11. Em sua opinião, os meios pelos quais a Diretoria se comunica com você, faz com que as informações cheguem até você?
    ( ) Sim
    ( ) Ás vezes sim
    ( ) Não

( ) Às vezes não

12. Em sua opinião, os modos que a Diretoria do Sindicato utiliza para se comunicar com os associados devem melhorar?
( ) sim
( ) não

13. Indique seu grau de satisfação com a forma que o Sindicato dos Pescadores tem se comunicado com você associado.
( ) Insatisfeito
( ) Muito insatisfeito
( ) Satisfeito
( ) Muito satisfeito

FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
Curso: Administração

APÊNDICE-B: Questionário aplicado ao Presidente

O presente questionário destina-se à coleta de dados para o trabalho de conclusão de curso, sobre a efetividade na comunicação do Sindicato dos Pescadores.

A sua colaboração é imprescindível, pelo que agradecemos o preenchimento e entrega desta ficha. Será resguardada a identidade do Cliente/Associado, não necessita colocar o nome.

Presidente (a)

1. Sexo:
( ) Feminino
( ) Masculino

2. Há quanto tempo você é associado a este Sindicato?
( ) 06 meses
( ) 01 ano
( ) 02 anos
( ) 03 a 05 anos
(X) mais de 06 anos

3. Faixa etária:
( ) De 18 a 21 anos
( ) De 21 a 28 anos
( ) De 28 a 35 anos
( ) De 35 a 45 anos
( ) Mais de 45 anos

4. Formação escolar:
( ) Não alfabetizado
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino médio completo

( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Ensino superior incompleto

5. Qual é o meio de comunicação utilizado pelo sindicato para se comunicar com seus associados?

6. Esses meios atingem os resultados que o Sindicato almeja?

7. Você avalia que as informações fornecidas pelo sindicato aos seus associados são transmitidas de forma que ele entenda?

8. O sindicato dá liberdade para os associados manifestarem sugestões ou insatisfações?

9. Em sua opinião, os meios utilizados pela Diretoria do Sindicato para se comunicar com o associado, faz com que as informações cheguem até ele?

10. Existem dificuldades para Diretoria do Sindicato para se comunicar com seus associados?
11. Como você avalia a comunicação do Sindicato para com seus associados:

12. O sindicato já realizou pesquisa sobre o grau de satisfação dos associados em relação à comunicação?

FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
Curso: Administração

APÊNDICE-C: Questionário aplicado ao Secretário (a) Geral

O presente questionário destina-se à coleta de dados para o trabalho de conclusão de curso, sobre a efetividade na comunicação do Sindicato dos Pescadores.

A sua colaboração é imprescindível, pelo que agradecemos o preenchimento e entrega desta ficha. Será resguardada a identidade do Cliente/Associado, não necessita colocar o nome.

Secretário (a) Geral

1. Sexo:
( ) Feminino
( ) Masculino

2. Há quanto tempo você é associado a este Sindicato?
( ) 06 meses
( ) 01 ano
( ) 02 anos
( ) 03 a 05 anos
(X) mais de 06 anos

3. Faixa etária:
( ) De 18 a 21 anos
( ) De 21 a 28 anos
( ) De 28 a 35 anos
( ) De 35 a 45 anos
( ) Mais de 45 anos

4. Formação escolar:
( ) Não alfabetizado
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino médio incompleto

( ) Ensino superior completo
( ) Ensino superior incompleto

5. Qual é o meio de comunicação utilizado pelo sindicato para se comunicar com seus associados?

6. Esses meios atingem os resultados que o Sindicato almeja?

7. Você avalia que as informações fornecidas pelo sindicato aos seus associados são transmitidas de forma que ele entenda?

8. O sindicato dá liberdade para os associados manifestarem sugestões ou insatisfações?

9. Em sua opinião, os meios utilizados pela Diretoria do Sindicato para se comunicar com o associado, faz com que as informações cheguem até ele?

10. Existem dificuldades para Diretoria do Sindicato para se comunicar com seus associados?
11. Como você avalia a comunicação do Sindicato para com seus associados:

12. O sindicato já realizou pesquisa sobre o grau de satisfação dos associados em relação à comunicação?