



Maria Izabel Machado
(Organizadora)

Diálogo Conceitual e Metodológico das Ciências Sociais Aplicadas com outras Áreas do Conhecimento



Maria Izabel Machado
(Organizadora)

Diálogo Conceitual e Metodológico das Ciências Sociais Aplicadas com outras Áreas do Conhecimento

Atena
Editora
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editores: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof^a Dr^a Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof^a Dr^a Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Prof^a Dr^a Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Luis Ricardo Fernando da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros

Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Prof^a Dr^a Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof^a Dr^a Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Prof^a Dr^a Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Fernando José Guedes da Silva Júnior – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof^a Dr^a Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof^a Dr^a Andrezza Miguel da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof^a Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof^a Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof^a Dr^a Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof^a Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof^a Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof^a Dr^a Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Prof. Me. Heriberto Silva Nunes Bezerra – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof^a Ma. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Prof^a Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Prof^a Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Me. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Me. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
D536	<p>Diálogo conceitual e metodológico das ciências sociais aplicadas com outras áreas do conhecimento 1 [recurso eletrônico] / Organizadora Maria Izabel Machado. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-86002-99-7 DOI 10.22533/at.ed.997201504</p> <p>1. Abordagem interdisciplinar do conhecimento. 2. Ciências sociais – Pesquisa – Brasil. I. Machado, Maria Izabel.</p> <p style="text-align: right;">CDD 302.072</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra Diálogo Conceitual e Metodológico das Ciências Sociais Aplicadas com outras Áreas do Conhecimento nos convida a refletir sobre um conjunto de fenômenos contemporâneos em diálogo com múltiplos saberes e perspectivas, razão pela qual os capítulos que seguem estão organizados por afinidade temática e/ou metodológica.

Do uso de softwares para inclusão, passando pelo design de cidades e ambientes, o que se destaca nos dois volumes aqui apresentados são as imbricações entre áreas de conhecimento com vistas a tornar a vida viável.

Diversos em suas metodologias e métricas áreas como economia, administração, arquitetura, geografia, biblioteconomia, entre outras, confluem na preocupação com necessidade de compreender o mundo, superar seus desafios e propor caminhos que apontem para a o uso sustentável do solo, o direito à cidade, o acesso ao conhecimento.

Boa leitura.

Maria Izabel Machado

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A NATUREZA JURÍDICA DA DECISÃO QUE JULGA PROCEDENTE A AÇÃO DE FALÊNCIA	
Daniel Gomes de Oliveira Guerreiro Celina Rizzo Takeyama	
DOI 10.22533/at.ed.9972015041	
CAPÍTULO 2	15
AS FACÇÕES CRIMINOSAS NO SISTEMA PENITENCIÁRIO BRASILEIRO	
Camila Virissimo Rodrigues da Silva Moreira Lorenzo Pazini Scipioni	
DOI 10.22533/at.ed.9972015042	
CAPÍTULO 3	28
COMUNICAÇÃO INTERNA: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DA ÁREA DA SAÚDE	
Marcia Dayana Fernandes Cláudia Marcele de Campos Flávio Bortolozzi Keyla Christina Almeida Portela Alexandre José Schumacher	
DOI 10.22533/at.ed.9972015043	
CAPÍTULO 4	40
CIDADE, ARTE E ARQUITETURA: ESPAÇO FÍSICO, ESPAÇO VIVENCIADO	
Marlise Paim Braga Noebauer David Merkle	
DOI 10.22533/at.ed.9972015044	
CAPÍTULO 5	58
CASAS INTELIGENTES: NOVO OLHAR SOBRE O CONCEITO DE MORAR	
Luiza Moraes Cosso Flávia Jacqueline Miranda Fonseca	
DOI 10.22533/at.ed.9972015045	
CAPÍTULO 6	69
AUTOMAÇÃO DAS BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA: A EXPERIÊNCIA COM O SOFTWARE SGBIBLIOTECA	
Anderson Francisco de Souza Almeida Cristiana Guerra Matos	
DOI 10.22533/at.ed.9972015046	
CAPÍTULO 7	73
ACESSO À INFORMAÇÃO ACADÊMICA ATRAVÉS DA IMPLEMENTAÇÃO DE TECNOLOGIAS ASSISTIVAS: INCLUSÃO DE DEFICIENTES VISUAIS EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	
Leticia Priscila Azevedo de Sousa Glaucilene Mariano Sales	

Marília Santos Macedo

DOI 10.22533/at.ed.9972015047

CAPÍTULO 8 77

ESTUDO SOBRE EFEITOS DO FENÔMENO DE UNDERPRICING EM OFERTAS PÚBLICAS INICIAIS NO BRASIL NO PERÍODO DE 2010 A 2016

Bruna Pascualin Tonon

DOI 10.22533/at.ed.9972015048

CAPÍTULO 9 89

INFORMAÇÃO PÚBLICA E INFORMAÇÃO CORPORATIVA: UMA REFLEXÃO SOBRE A TRANSPARÊNCIA DOS ALGORITMOS PREDITIVOS NAS CIDADES INTELIGENTES

Suzana Mayumi Iha Chardulo

Francisco Carlos Paletta

DOI 10.22533/at.ed.9972015049

CAPÍTULO 10 95

MITOLOGEMAS E INCLUSÃO SOCIAL DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA FRENTE ÀS BARREIRAS HISTÓRICO-CULTURAIS

André Felipe Mautoni Monsores

Edneusa Lima Silva

DOI 10.22533/at.ed.99720150410

CAPÍTULO 11 106

PERCEPÇÃO DOS CONTROLLERS SOBRE A UTILIDADE DE SEUS SISTEMAS DE INFORMAÇÕES PARA A CONSOLIDAÇÃO DA INTELIGENCIA COMPETITIVA DAS ORGANIZAÇÕES

Percival Queiroz

Josemar Ribeiro de Oliveira

Sofia Inês Niveiros

DOI 10.22533/at.ed.99720150411

CAPÍTULO 12 124

UM ESTUDO SOBRE O NÚCLEO HISTÓRICO URBANO DE JUIZ DE FORA: CONFLITOS E POSSIBILIDADES

Gabriela Cruz Rodrigues

DOI 10.22533/at.ed.99720150412

CAPÍTULO 13 136

TECNOLOGIA INCLUSIVA EM BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: UMA PROPOSTA DE USO

Glaucilene Mariano Sales

Letícia Priscila Azevedo de Sousa

Marília Santos Macedo

DOI 10.22533/at.ed.99720150413

CAPÍTULO 14	139
PROMOÇÃO DA ACESSIBILIDADE POR MEIO DA IDENTIFICAÇÃO BRAILLE DO ACERVO DE BIBLIOTECAS NO IFAM: AGENDA 2030 COMO DOCUMENTO NORTEADOR	
Layde Dayelle dos Santos Queiroz Priscila Pessoa Simoes	
DOI 10.22533/at.ed.99720150414	
CAPÍTULO 15	148
PROJETO PERSONA: CONHECER PARA APRENDER A APRENDER	
Cicero Eduardo de Sousa Walter Rafael Ângelo dos Santos Leite	
DOI 10.22533/at.ed.99720150415	
CAPÍTULO 16	160
PROCURANDO POR INOVAÇÃO? QUE TAL USAR UMA FERRAMENTA GRATUITA PARA PROCURAR EM 110 MILHÕES DE PATENTES?	
Arnaldo Di Petta Renato Ribeiro Nogueira Ferraz	
DOI 10.22533/at.ed.99720150416	
CAPÍTULO 17	180
OS DESAFIOS E DILEMAS ENFRENTADOS PELA BIBLIOTECA EUGÊNIO GUDIN_CCJE_UFRJ PARA ADEQUAR O ACERVO AOS NOVOS USUÁRIOS INGRESSANTES COM DEFICIÊNCIA VISUA	
Priscila Gonçalves Soares Josiane Silva de Alcântara	
DOI 10.22533/at.ed.99720150417	
CAPÍTULO 18	188
O MERCADO CONSUMIDOR E O DESCARTE DE CELULARES: UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DO CONSUMO DE “IPHONES” E OS SEUS EFEITOS NA LOGÍSTICA REVERSA DE PÓS-CONSUMO DA APPLE	
Anna Paula Alves Panetta	
DOI 10.22533/at.ed.99720150418	
CAPÍTULO 19	202
O PAPEL DA BIBLIOTECA PÚBLICA E A LEITURA EM REGIÃO DE POBREZA: UM ESTUDO DE CASO NA BIBLIOTECA PÚBLICA DE FUNDÃO	
Gabriela de Oliveira Gobbi	
DOI 10.22533/at.ed.99720150419	
CAPÍTULO 20	213
O BIM NA FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS DESIGNERS PARA AMBIENTES E AS PERSPECTIVAS PARA A ATUAÇÃO PROFISSIONAL	
Edgardo Moreira Neto Thais Mendes Sampaio	
DOI 10.22533/at.ed.99720150420	
SOBRE A ORGANIZADORA	229
ÍNDICE REMISSIVO	230

COMUNICAÇÃO INTERNA: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DA ÁREA DA SAÚDE

Data de aceite: 01/04/2020

Marcia Dayana Fernandes

Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Cuiabá - Mato Grosso

Cláudia Marcele de Campos

Secretária Executiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Cuiabá – Mato Grosso

Flávio Bortolozzi

Professor do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Gestão do Conhecimento nas Organizações - UNICESUMAR
Maringá – Paraná

Keyla Christina Almeida Portela

Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná – Campus Assis Chateaubriand

Alexandre José Schumacher

Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná – Campus Assis Chateaubriand

RESUMO: A comunicação interna da organização tem por objetivo fazer com que os colaboradores estejam bem informados, participativos, engajados e realizados com suas atividades tornando, assim, o ambiente de trabalho agradável e produtivo. Um programa de comunicação interna torna-se importante por possibilitar a criação de estratégias com o intuito

de promover um ambiente mais organizado onde os colaboradores poderão concluir suas atividades com eficiência e conscientizando-se sobre como a comunicação está diretamente relacionada à produtividade. Dessa maneira, amenizam-se as falhas das informações gerando produtividade e, principalmente, assertividade. O objetivo principal deste estudo é propor uma estratégia de comunicação interna, para tanto, as medidas apresentadas buscaram a melhoria do ambiente de trabalho em todas as esferas de atuação dos colaboradores. Para atingir os objetivos, utilizou-se como metodologia a observação de campo e a condução de um questionário para evidenciar a situação da comunicação interna da empresa; também recorreu-se à bibliografia para embasamento da temática. Com o diagnóstico do problema apresentado à diretoria, essa se organizou para atender às sugestões e necessidades levantadas na pesquisa. Após a aplicação da metodologia da comunicação interna, os resultados apontaram uma operação de trabalho equilibrada, com ausência de conflitos das informações e, principalmente, melhoria no relacionamento interno e externo à empresa. A abordagem central sobre comunicação interna foi importante para a elaboração das atividades em equipe, fazendo com que todos reconhecessem a importância do trabalho em conjunto com uma comunicação clara e precisa,

a fim de promover a sinergia para alcançar os resultados almejados.

PALAVRAS-CHAVE: Organização; Produtividade; Trabalho em Equipe.

INTERNAL COMMUNICATION: CASE STUDY IN A HEALTHCARE COMPANY

ABSTRACT: The internal communication of the organization aims to make the employees are well informed, participative, engaged and carried out with their activities thus making the work environment pleasant and productive. An internal communication program becomes important because it enables the creation of strategies to promote a more organized environment where employees can complete their activities efficiently and become aware of how communication is directly related to productivity. In this way, information failures are mitigated, generating productivity and, especially, assertiveness. The main objective of this study is to propose an internal communication strategy. To this end, the measures presented sought to improve the work environment in all spheres of activity of employees. To achieve the objectives, the field observation and the conduction of a questionnaire were used as methodology to highlight the situation of the company's internal communication. It was also used the bibliography to support the theme. With the diagnosis of the problem presented to the board, it was organized to meet the suggestions and needs raised in the research. After applying the internal communication methodology, the results indicated a balanced work operation, with no conflicts of information and, mainly, improvement in the internal and external relationship with the company. The central approach to internal communication was important for the design of team activities, making everyone recognize the importance of working together with clear and accurate communication in order to promote synergy to achieve the desired results.

KEYWORDS: Organization; Productivity; Team Work.

1 | INTRODUÇÃO

O mundo corporativo, abrangente em sua concorrência, necessita manter sua reputação no mercado de atuação. Para isso, é importante alinhar seus processos de trabalho e, substancialmente, a comunicação interna para que esses processos sejam eficientes, pois falhas recorrentes poderão atingir os clientes e, como consequência, provocar o afastamento deles. Entretanto, as organizações podem melhorar seus produtos, seus serviços, seu atendimento, sua comunicação e a fidelização de seus clientes.

Com a melhoria da comunicação interna a empresa obterá benefícios, pois alcançará melhores níveis de qualidade dos serviços prestados, bem como um diferencial no atendimento aos seus clientes, obtendo, deste modo, o retorno esperado, ou seja, a lucratividade e o desenvolvimento da empresa. De acordo com Portela, Schumacher e Borth (2013, p.14), “a comunicação de qualidade é um dos

grandes diferenças do mercado competitivo, mas tudo dependerá de como será utilizada”.

A comunicação interna é uma área bastante difundida em vários vieses desde a gestão das relações humanas até as estratégias organizacionais, pois está associada a um fator comportamental e cultural não apenas para as organizações como também para o relacionamento interpessoal. Essa abordagem da comunicação, pode-se dizer, é um dos fatores mais importantes dentro de uma empresa, visto que através dela o conhecimento pode ser adquirido e repassado (CURVELLO, 2012).

É importante ressaltar que a comunicação interna objetiva o desenvolvimento e a implantação de estratégias organizacionais, sendo uma ferramenta complementar desde que alinhada aos objetivos e metas da empresa, gerando uma série de benefícios, como aprendizado, desenvolvimento, equilíbrio relacional, transparência das informações, processos de trabalho contínuo e, conseqüentemente, imagem positiva da organização no mercado de atuação (BUENO, 2015).

A principal motivação para o desenvolvimento desse tema ocorreu pela discussão da comunicação interna ser utilizada como estratégia organizacional. E a relevância dessa pesquisa justifica-se pela importância de manter os colaboradores bem informados para o desenvolvimento de suas atividades de forma correta, evitando o retrabalho, conflitos relacionais e conseqüências diretas com os clientes externos, levando, então, a atender ao objetivo geral desse trabalho que é propor um plano de ação para melhoria da comunicação interna na empresa pesquisada.

2 | MATERIAIS E MÉTODOS

Para o desenvolvimento desse trabalho foi realizada uma consultoria em uma empresa da área da saúde, precisamente uma clínica médica que prima pela excelência do atendimento aos pacientes (clientes). Para tanto, utilizou-se como metodologia o levantamento bibliográfico, conforme Gil (2002) a partir das publicações de vários autores disponíveis em livros e meios eletrônicos de revistas científicas da área, como: Robbins (1994) para o conceito de comunicação; Bueno (2003 e 2015) na comunicação estratégica; Lovelock e Wirtz (2006) na comunicação em relação a produtividade e desempenho; Kunsch (2003), Tomasi e Medeiros (2007 e 2010) na análise das práticas da comunicação interna, entre outros que contribuíram para embasar a temática.

De abordagem qualitativa, utilizou-se como instrumento para a coleta dos dados um questionário semiestruturado com 8 (oito) questões, conduzido para os 6 (seis) colaboradores da empresa, totalizando o universo da pesquisa. As questões fechadas foram direcionadas para identificar os níveis de percepção da comunicação interna, sendo divididas entre excelente, bom, neutro e ruim.

O resultado da pesquisa apontou fragilidades na comunicação interna, por isso recorreu-se à observação de campo na empresa para propiciar o desenvolvimento do diagnóstico e a constatação da problemática, que encaminhou para o desenvolvimento de um plano de ação a fim de melhorar a comunicação interna como um todo.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Comunicação Interna

A comunicação entre duas pessoas é eficaz quando o ouvinte interpreta a mensagem de quem fala da forma que este pretendeu ser entendido. Na maioria das mensagens, podemos citar que 93% delas são compreendidas por elementos não verbais, como posição do corpo, tom de voz e características físicas (ROBBINS, 1994).

A comunicação empresarial é extremamente importante nas organizações devido se tratar de grandes grupos de pessoas que buscam lucros através de uma atividade, visando se destacarem uma entre as outras, diferentes e interdependentes dentro de um mesmo conjunto. De acordo com Portela, Schumacher e Borth (2013, p.14), “[...] a comunicação de qualidade é um dos grandes diferenciais do mercado competitivo, mas tudo dependerá de como será utilizada”.

Tomasi e Medeiros (2007) relatam que até os anos de 1970, nas organizações, a comunicação era tratada apenas como comunicação de negócios, com ênfase na habilidade dos interlocutores e na qualidade das mensagens escritas e orais. A partir dos anos 80, a comunicação passa a ser compreendida como discurso, pois devido à comunicação estar ligada ao comportamento humano, o discurso atua em um espaço entre ciência e arte, perpassando pela psicologia, sociologia, antropologia, filosofia, ética, linguística e semiótica. Na década de 90, a comunicação passa por uma nova abordagem, “[...] constituir-se em um processo integrado que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com todos os seus públicos de interesse”. (BUENO, 2003. p. 7). Desde então, a comunicação é compreendida como uma estratégia para as organizações.

Assim, a comunicação estratégica nas organizações objetiva “[...] abrir os canais de comunicação entre a organização e seus públicos, em busca de confiança mútua, construindo a credibilidade e valorizando a dimensão social da organização, enfatizando sua missão e seus propósitos e princípios”. (KUNSCH, 2003, p. 103).

Algumas características na comunicação representam benefícios dentro do conjunto organizacional, pois uma boa comunicação dentro da empresa não só evita rumores, fofocas e informações desencontradas como também abre espaço para dúvidas e sugestões, além de fazer o colaborador ter o sentimento de pertencimento

ao contribuir, participar. No âmbito da produtividade, a comunicação aumenta o alinhamento da equipe evitando erros e retrabalho, e conseqüentemente, economia de recursos, de tempo, além de proporcionar uma imagem positiva da empresa. Convém ressaltar que segundo Lovelock e Wirtz (2006, p. 105), “Comunicações internas eficazes podem ajudar a assegurar entrega de serviço eficiente e satisfatório, conseguir relacionamentos de trabalho produtivos e harmoniosos e desenvolver confiança, respeito e fidelidade entre funcionários”.

Entretanto, quando abordado o tema comunicação, é preciso identificar que não se trata apenas do ato de falar ou passar informações, a comunicação está em diversos elementos que podem ser codificados, ou seja, interpretados.

Comunicar bem não é só transmitir ou só receber bem uma informação. Comunicação é troca de entendimento e sentimento, e ninguém entende outra pessoa sem considerar, além das palavras, as emoções e a situação em que fazemos a tentativa de tornar comuns conhecimentos, ideias, instruções ou qualquer outra mensagem, seja ela verbal, escrita ou corporal (MATOS, 2009, p. 2).

Devido a esses fatores relevantes sobre a comunicação, fica claro que comunicar não é apenas passar uma informação mas também compreender seus significados. É ainda um dos meios mais importantes dentro da organização, pois uma informação dentro dela não poderá jamais ser de forma desarticulada e caótica, e sim, de forma organizada e coerente, seguindo uma linha de hierarquia de cargos e funções. Assim, todas as informações recebidas são processadas automaticamente, selecionadas e organizadas de acordo com o que a pessoa pensa e interpreta, por isso, faz-se necessário enviar a mensagem corretamente e certificar-se de que o outro a compreendeu.

A comunicação está diretamente ligada ao contexto da informação, que são dados relevantes e com um significado; exige análise para atribuir um contexto e, necessariamente, exige a mediação humana, ou seja, o colaborador que está como responsável pela comunicação direta (DAVENPORT; PRUSAK, 1998). Ainda de acordo com esses autores, a informação organizada e com um significado dentro de um contexto passa a ser concebida como conhecimento, percebe-se, dessa forma, o valor da comunicação (DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

A comunicação interna coloca os seus colaboradores como parceiros, uma vez que quanto mais bem informados, mais engajados estarão com a missão da empresa. E estes, conscientes da importância que o seu trabalho representa na empresa, melhor desempenho terão, promovendo a eficácia organizacional (LEITE, 2006).

Através da comunicação é possível identificar uma sequência de fatores tanto positivos como negativos dentro da organização. Para alcançar uma comunicação de qualidade, alguns princípios básicos de entendimento e persuasão devem ser

considerados. Assim, Tomasi e Medeiros (2010) demonstram três formas de analisar a relação da comunicação com a organização, a saber: a contenção, a produção e a equivalência.

A contenção considera a comunicação como algo localizado dentro de uma estrutura organizacional material. Se uma estrutura não funciona, a organização desaba. A produção examina o modo como as organizações produzem comunicação, ou a comunicação produz a organização. Nesse caso, as organizações deixam de ser recipientes dentro dos quais as comunicações se estabelecem. A terceira abordagem trata a comunicação e a organização como uma entidade só. Assim, a comunicação é organização e organização é comunicação. (TOMASI; MEDEIROS, 2010, p. 30).

No exposto, existe uma linearidade entre os meios da comunicação organizacional, sendo considerado como modelo estratégico, pois o sucesso da estratégia de comunicação depende de um sólido desempenho da gestão para apoiar e alinhar aos objetivos da missão e visão da empresa (ARGENTI, 2006). Portanto, através da comunicação é possível obter um bom funcionamento tanto em termos operacionais como corporativos, gerando um bom trabalho de forma conjunta e alinhada, seguindo todos os objetivos da empresa no que se resume em fazer com que os colaboradores se tornem e se sintam pertencentes e presentes, obtendo benefícios como aumento no desempenho, geração e inovação de ideias de melhorias para empresa. Ressalta-se que, com essa proposta, é possível gerar pessoas mais envolvidas em desempenhar suas atividades com excelência e eficácia, criando defensores da marca organizacional (LOVELOCK; WIRTZ, 2006).

3.1.1 Barreiras na Comunicação

No contexto das organizações, a comunicação às vezes não atinge totalmente os objetivos por conta dos fatores que interferem no processo, pois qualquer ruído, ou seja, elemento que confunda, interfira ou perturbe a comunicação, fatalmente influenciará o resultado. Por esse motivo, essas barreiras precisam ser identificadas e corrigidas. “É possível minimizar essas dificuldades, corrigindo esses problemas, construindo uma comunicação sadia e transparente. Para tanto, a empresa deve investir, identificando e sanando as falhas e lacunas existentes”. (LEMES, 2012, p. 35).

Um fator que se torna preocupante nas organizações é a situação gerada pelo ruído da comunicação, algumas vezes ocasionado pelas pessoas que criam barreiras entre elas, tornando-se negativo quando leva um colaborador a seguir a estagnação e a repetição de comportamentos. O quadro 01 exemplifica os tipos de barreiras mais comuns ocasionados na comunicação.

Barreiras Humanas	Barreiras Físicas	Barreiras Semânticas
Limitações pessoais	Espaço físico	Interpretação de palavras
Hábitos de ouvir	Distância	Translação de linguagem
Emoções	Interferências físicas	Significado de sinais
Preocupações	Falhas mecânicas	Significado dos símbolos
Sentimentos pessoais	Ruídos ambientais	Decodificação de gestos
Motivações	Ocorrências locais	Sentido das lembranças

Quadro 1: Barreiras na comunicação

Fonte: Portela, Schumacher, Brauer (2015, p.18)

As barreiras de comunicação, uma vez identificadas, tornam a comunicação entre o emissor e o receptor no mesmo nível tanto nas relações interpessoais quanto nas pessoas que estão envolvidas para receber a informação. Segundo Robbins (1994), é importante avaliar a fonte de onde vem a informação, seja de uma pessoa, de um documento, de reportagens, artigos, é sempre válido checar para não passar uma informação incorreta. É importante também saber que as pessoas possuem percepções diferentes umas das outras, cada uma tem sua maneira de pensar, agir e se expressar.

3.1.2 Práticas e Ferramentas da Comunicação Interna

Conforme exposto, a comunicação interna é de suma importância porque equilibra o relacionamento entre os colaboradores e eleva a qualidade do funcionamento dos processos de trabalho, proporcionando um clima organizacional harmonioso e, em consequência, uma boa imagem da empresa perante os seus clientes. Segundo Tomasi e Medeiros (2010), a comunicação precisa respeitar o organograma hierárquico, caminhando por um sistema de redes e de fluxos internos e que podem ser: vertical ascendente, vertical descendente e horizontal.



Figura 1: Tipos de Comunicação Interna

Fonte: Tomasi e Medeiros (2010) adaptado

Para os autores, a comunicação descendente é o processo de informações da

cúpula diretiva da organização para os subordinados, isto é, dos níveis superiores aos inferiores. Utilizada para fornecer instruções, atribuir atividades e informações aos colaboradores, bem como identificar conflitos e ajudar a desenvolver as soluções. Assim, os autores relatam que a comunicação descendente, entre diretoria e gerência, apresenta melhor eficácia do que as comunicações entre gerência e chefes subordinados.

Nesse fluxo, a comunicação ocorre formalmente, porém com informações ou conteúdos massivos congestionando os canais. Em concordância, Torquato (2002) afirma que os canais devem ser priorizados em suas mensagens a fim de evitar a massificação, pois a comunicação descendente possui característica operacional de uso imediato, portanto deve ser repassada.

A comunicação ascendente é o inverso do fluxo descendente, isto é, dos níveis inferiores para os níveis superiores. É um *feedback* das estratégias propostas pela direção, assim, serve para avaliar os resultados, controlar e reorganizar processos, servindo de base para as decisões pois permite uma visão global das atividades colocadas em prática (TORQUATO, 2002).

A comunicação horizontal, também conhecida como comunicação lateral ou entre pares, estabelece a troca de informações ou orientações entre pessoas do mesmo nível hierárquico, pois possuem forte relevância de conhecimento e poder para a sistematização e uniformização de ideias. Ainda nesse fluxo, é possível identificar a comunicação diagonal, ocorrida entre níveis de departamentos diferentes, isto é, o gerente de um departamento com um subordinado de outro departamento. Isso ocorre em organizações pouco burocráticas e com maior abertura de comunicação interna (TOMASI; MEDEIROS, 2010).

Para iniciar um planejamento de comunicação a organização necessita identificar seu público, além de definir o que deseja da comunicação interna e o que é essencial para o desenvolvimento do trabalho. O planejamento comunicacional é o início de um trabalho constante e diário que a longo prazo poderá proporcionar resultados positivos e valores essenciais que permanecerão com a empresa (CLOSS, 2018).

Segundo Closs (2018, p. 10), “A escolha dos canais de comunicação que serão utilizados na sua estratégia de comunicação interna vai depender do perfil dos colaboradores, estrutura física e hierárquica da empresa, recursos disponíveis [...]”. Durante o planejamento de comunicação interna também é necessário identificar e definir os canais/ferramentas que serão utilizados de acordo com a finalidade e o contexto, conforme apresentado no quadro 2.

Murais: em formato de quadro, neles são divulgadas informações impressas. Apesar de serem um canal de comunicação antigo, ainda são bastante usuais. São instalados em locais estratégicos dentro da empresa, com informações curtas e objetivas, normalmente em corredores, para que todos os colaboradores possam visualizar.

<p>Jornais e revistas impressos: possuem o formato tradicional de notícias, mas com menor número de páginas. O conteúdo pode se apresentar em textos e imagens, aproveitando o espaço disponível. Podem ser apresentadas notícias institucionais de comunicação interna e ou externa, seguir alguma temática sazonal entre outras informações que possam ficar disponíveis em longo prazo, ou seja, não se devem utilizar informações com data de validade para evitar o descarte de imediato.</p>
<p>Intranet: a intranet ou internet interna tem o objetivo de interligar unidades e departamentos com acesso exclusivo dos colaboradores através de uma rede corporativa. É utilizada também para o acervo digital da empresa pois todas as informações ficam armazenadas nos servidores.</p>
<p><i>Newsletter</i>: é um recurso de comunicação digital com os colaboradores utilizada tanto para informar como para motivar os funcionários. Tendo uma periodicidade quinzenal, seu objetivo é destacar atividades desenvolvidas pelos colaboradores, como eventos internos, por exemplo.</p>
<p><i>E-mail</i> Corporativo: forma de comunicação escrita, digital, com linguagem formal dentro do contexto organizacional. Utilizado também como fonte de informações e de checagem, pois acabam utilizando o <i>e-mail</i> como um armazenamento de arquivos e documentos.</p>
<p>Rede Social Corporativa: ferramenta que permite interação e contribuição de todos os colaboradores, o que favorece a comunicação horizontal, sendo que todos são emissores e receptores. Promove também a construção do conhecimento, pois aproxima diferentes áreas da organização.</p>
<p>Aplicativos – Apps: recurso mais recente no Brasil, os Apps tornaram a comunicação interna mais dinâmica. Existem diversos Apps com funcionalidades variadas que facilitam a comunicação interna e também externa. As organizações já contratam atendentes de <i>WhatsApp</i> para que possam atender seus clientes, sanar dúvidas, fazer o pós-vendas etc. Além disso, existem empresas de softwares que desenvolvem Apps nos moldes personalizados para cada empresa.</p>
<p>TV Corporativa: a proposta da TV corporativa é estabelecer a comunicação interna por meio de um canal exclusivo para os colaboradores. São exibidos vídeos institucionais, campanhas internas, avisos, além de promover a cultura organizacional. As telas são posicionadas em lugares específicos para atrair a atenção do colaborador.</p>
<p>Rádio Corporativa: a rádio corporativa, ou rádio interna, é um canal utilizado para realizar campanhas, divulgar notícias e informações de conhecimento geral, reforçar lembretes de treinamentos, datas e até mesmo para entretenimento. O canal é interessante para promover a comunicação com os colaboradores que trabalham em ambientes de fábrica, longe das telas, e as informações são colocadas no ar apenas quando necessário comunicar.</p>

Quadro 2: Ferramentas da comunicação interna

Fonte: Closs (2018) adaptado

Observa-se que cada canal de comunicação possui objetivos para a utilização e funcionalidade, alguns podem ser combinados para trabalhar em conjunto, manter as informações em sintonia e integração. O essencial no planejamento é ter na organização profissionais com habilidade e competência para desenvolver estratégias de comunicação interna e considerar quais canais serão mais adequados, pensando no contexto informacional e, principalmente, nos colaboradores, que são os receptores.

Para alcançar o objetivo geral desse trabalho um questionário foi conduzido para os colaboradores e todos participaram. Os resultados apontaram, em concordância de 100% (cem por cento), que a comunicação interna é um instrumento essencial para o desenvolvimento correto das atividades e, em contrapartida, 52% (cinquenta e dois por cento) dos colaboradores evidenciaram que a comunicação interna passa

por problemas. De posse desses resultados foi desenvolvido um plano de ação embasado na bibliografia apresentada, a fim de promover melhorias na comunicação interna da empresa onde foi realizada a consultoria.

O projeto foi criado para estabelecer uma melhoria da comunicação dentro da empresa visando facilitar o trabalho no cotidiano, melhorar o clima organizacional e a produtividade dos colaboradores. No projeto, foram apontados alguns elementos essenciais para a operacionalização da proposta:

- 1) Criação de um espaço para comunicação em que todos tenham a oportunidade de falar e sugerir ideias para um bom funcionamento de todo o conjunto laboral, facilitando, assim, a comunicação.
- 2) Realização de reuniões periódicas para que as informações sejam colocadas e que todos possam fazer perguntas e compartilhar preocupações sobre questões do cotidiano da organização. Com a inclusão de todos e a equipe poderá manter-se envolvida, fazendo com que os colaboradores tenham uma sensação maior de pertencimento dentro da organização refletindo em atividades positivas e satisfatórias.
- 3) Interação presencial e virtual com o uso de ferramentas como *Skype* e *WhatsApp* costumam ser mais eficientes em troca de perguntas e respostas rápidas. Porém, é importante ressaltar que a comunicação face a face tem um valor muito grande em termos de sinceridade e autenticidade, pois através da interação dentro de uma comunicação interna são elevados vários fatores positivos dentro de todo conjunto laboral.
- 4) *Feedback* entre a equipe para dar oportunidade para que todos falem sobre questões cotidianas, como compartilhar seus sentimentos abertamente, evitando conversas paralelas dentro do ambiente de trabalho, buscando um ambiente mais harmonioso e equipes mais unidas em prol de resultados satisfatórios tanto para empresa como para os colaboradores. O *feedback* permite que a equipe se engaje mais em suas atividades, principalmente na questão de resolução de problemas ou sugestões de ideias com visão de ambiente mais satisfatório e equipe unida.

O projeto segue sequências importantes com base em pesquisas bibliográficas de como obter uma comunicação interna eficaz na organização. São pontos positivos que trazem benefícios no quesito clima organizacional, produtividade, criatividade, sensibilidade, incentivar trabalho em equipe e motivação. Primordialmente, as informações transmitidas dentro da empresa tenham alcance para todos os colaboradores envolvidos no contexto da mensagem e as informações devem ir e vir de forma clara e objetiva, dando voz, assim, às equipes para que possam também contribuir com ideias de melhorias e inovação dentro da organização.

Após a implantação do projeto de comunicação interna dentro da empresa, em avaliação recorrente da observação direta em busca dos novos resultados,

constatou-se que as informações estavam sendo mais rápidas e precisas, de forma transparente e que o relacionamento entre a equipe e os gestores melhorou consideravelmente, uma vez que a comunicação interna eficaz tornou o ambiente organizacional equilibrado em suas relações e processos.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os impactos causados pela comunicação interna dependerão de como as ferramentas para estabelecer uma comunicação eficaz serão utilizadas, pois uma estratégia de comunicação interna bem direcionada resultará em benefícios como a qualidade dos serviços prestados, clientes satisfeitos, crescimento e desenvolvimento da empresa (TOMASI; MEDEIROS, 2010); (PORTELA; SCHUMACHER; BORTH, 2013).

A partir do aporte teórico, buscou-se a compreensão da importância da comunicação interna nas organizações, bem como suas práticas e ferramentas para a operacionalização de forma estratégica. Por essa razão, o objetivo desse trabalho foi compreender como estava a questão da comunicação interna na clínica, sob a perspectiva dos colaboradores. Conforme exposto na bibliografia, com uma boa comunicação interna e diálogo entre os colaboradores é possível promover atividades produtivas e colaboradores participativos à organização.

A etapa do levantamento dos dados junto aos colaboradores da empresa foi de suma importância para desenvolver o diagnóstico e o plano de ação para sanar o problema apresentado, pois o resultado desse estudo apontou pontos negativos na comunicação interna da clínica.

Após a implantação do plano de ação, concluiu-se que para manter o equilíbrio das atividades laborais, bem como o relacionamento interpessoal positivo, faz-se necessário que, periodicamente, durante as reuniões, sejam analisados os processos de trabalho e se estão ocorrendo anomalias para que, então, seja revisto em comum diálogo com todos os envolvidos.

Ressalta-se que o objetivo da comunicação interna é promover um ambiente equilibrado e em sintonia com os objetivos organizacionais, visto que todas as ações e reações internas impactarão de alguma forma no ambiente externo, o que consolidará uma personalidade empresarial junto aos seus clientes. Desse modo, a construção de uma imagem positiva no mercado de atuação dependerá do uso da comunicação de forma correta quanto aos elementos do processo de comunicação e das ferramentas adequadas para que as informações e mensagens sejam circuladas sem ruídos ou transtornos, e que os gestores tenham em mente que o sucesso não depende apenas de recursos tecnológicos, depende, e muito, dos colaboradores

internos, tornando-os aliados nos processos decisórios.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2003.

_____. **Política de Comunicação: só poucas organizações podem ter**. Comunicação empresarial, 2015.

CLOSS, Daniéli. **Comunicação Interna: Tudo que você precisa saber para melhorar a da sua empresa**. PROGIC, 2018. Disponível em: <https://endomarketing.tv/comunicacao-interna/#.XSVaAz9KJIU>.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação Interna e Cultura Organizacional**. 2. ed. rev. e atual. – Brasília: Casa das Musas, 2012.

DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LEITE, Quézia de Alcântara Guimarães. **A importância da comunicação interna nas organizações**. 2006. Disponível em: <<https://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2006/05/05/442402/importancia-da-comunicacao-interna-nas-organizaes.html>>

LEMES, Priscila dos Santos. **A Importância da Comunicação Interna nas Organizações e suas Ferramentas**. FEMA. ASSIS-SP: 2012. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0911261102.pdf>>

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de Serviço: pessoas, tecnologia e resultado**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MATOS, Gustavo Gomes. **Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo**. São Paulo: Manole, 2009.

PORTELA, Keyla Christina Almeida; SCHUMACHER, José Alexandre; BORTH, Marcelo Rafael. **Ferramentas do secretariado executivo**. 2. ed. Cuiabá: Dos autores, 2013.

PORTELA, Keyla Christina Almeida; SCHUMACHER, Alexandre José, BRAUER, Karen Claudia Nin. **Comunicação Institucional**. Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2015.

ROBBINS, Harvey A. **Como Ouvir e Falar com Eficácia**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____, _____; _____, _____. **Comunicação Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação e imagem**. 3º impressão. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 46, 51, 52, 53, 62, 73, 75, 76, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 147, 180, 181, 183, 184, 186, 214

Agenda 2030 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147

Algoritmos 89, 90, 91, 92, 93, 94

Apple 188, 190, 192, 193, 194, 198, 199, 200

Arquitetura 40, 41, 42, 43, 44, 46, 50, 51, 52, 53, 56, 57, 60, 62, 68, 135, 213, 214, 216, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227

Arte 31, 40, 41, 46, 49, 50, 51, 53, 54, 168, 205, 206, 207, 208, 212

B

Biblioteca pública 142, 202, 203, 205, 209, 210, 211

Bibliotecas 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 91, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 180, 182, 183, 186, 202, 203, 204, 205, 206, 211, 212

Biblioteconomia 89, 147, 179, 181, 186, 212

Big data 89, 90, 97, 104

BIM 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 223, 224, 225, 226, 227, 228

Braille 74, 75, 136, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 181, 184

C

Casas inteligentes 58, 60, 61, 67, 68

Comunicação 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 53, 61, 89, 109, 117, 130, 136, 155, 156, 181, 191, 192, 217

Conservação 134

Consumo 24, 60, 63, 65, 79, 97, 181, 188, 189, 190, 192, 193, 199, 200

Controladoria 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122

Coparticipação 42, 43, 45

Crime organizado 18, 26

D

Deficiência visual 74, 75, 136, 137, 138, 139, 141, 142, 144, 145, 147, 181, 182, 183, 184, 185, 186

Design de ambientes 58, 65, 67, 216

Direito 1, 5, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 22, 23, 25, 46, 51, 90, 101, 102, 103, 104, 142, 163, 203, 207

Dosvox 74, 76, 136, 137, 138

F

Facções 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26

Falência 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14

G

Gestão 28, 30, 33, 61, 63, 69, 70, 71, 72, 76, 87, 89, 90, 91, 93, 109, 110, 112, 114, 118, 119, 121, 125, 131, 135, 151, 158, 159, 177, 179, 181, 191, 215, 228

Gestão da informação 89, 90

I

IFAM 139, 140, 142, 143, 144, 145, 146

Inteligência competitiva 106, 108, 109, 116, 117, 119, 120

IPO 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 86, 87, 88

J

Julgamento 3, 4, 11, 91, 100, 110, 207

L

Leitura 51, 54, 75, 126, 130, 131, 139, 144, 145, 157, 181, 183, 184, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212

Logística reversa 188, 189, 190, 193, 197, 198, 199, 200, 201

M

Mercado de capitais 77, 78, 79, 86

Mineração de patentes 160, 162, 176

P

Patentes 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 176, 177, 178, 179

Patrimônio 11, 80, 124, 125, 126, 129, 130, 131, 134, 135

Pessoas com deficiência 53, 73, 95, 96, 99, 101, 102, 103, 104, 136, 141, 142, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187

Planejamento urbano 124, 126, 131

Pobreza 6, 141, 202, 203, 204, 205, 209, 211

Políticas públicas 95, 96, 100, 160, 203, 205

S

Saúde 7, 28, 30, 90, 102, 155, 156, 203, 204

Sistema prisional 21, 26

Sistemas de informação 111, 115

Softwares 36, 66, 69, 145, 148, 155, 167, 172, 221, 222

T

Tecnologia assistiva 74, 76, 136, 137, 138, 181, 183, 187

U

Underpricing 77, 78, 79, 81, 82, 84, 86, 87, 88

 **Atena**
Editora

2 0 2 0