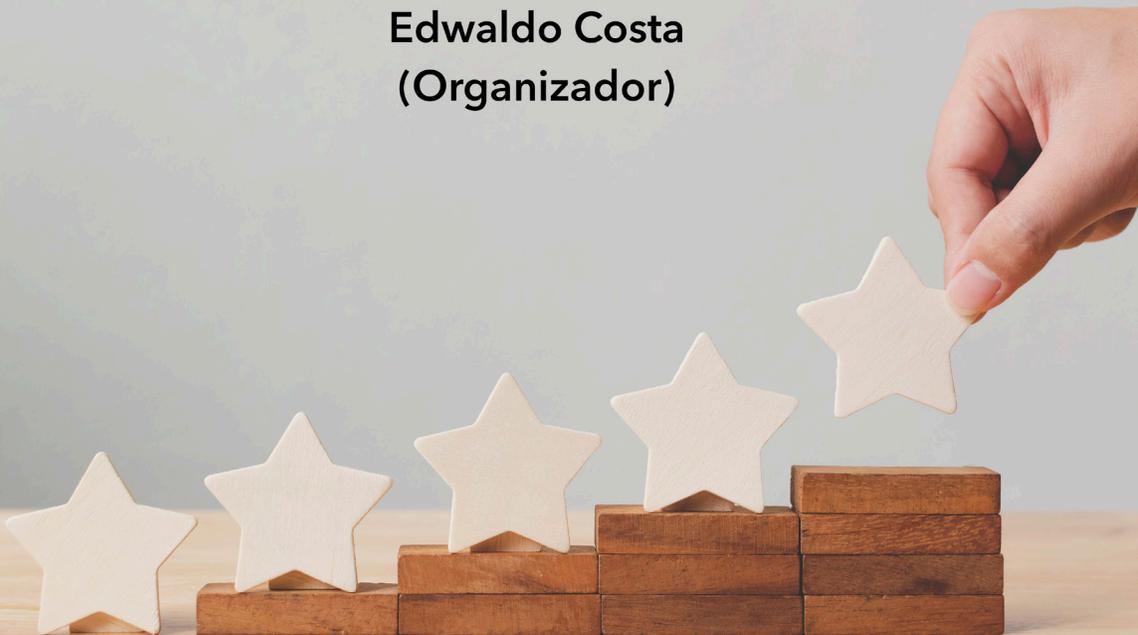


**Atena**  
Editora  
Ano 2021

# Ciências da Comunicação:

Chave para a Ascensão em  
Organizações e Relacionamentos

**Edwaldo Costa**  
(Organizador)

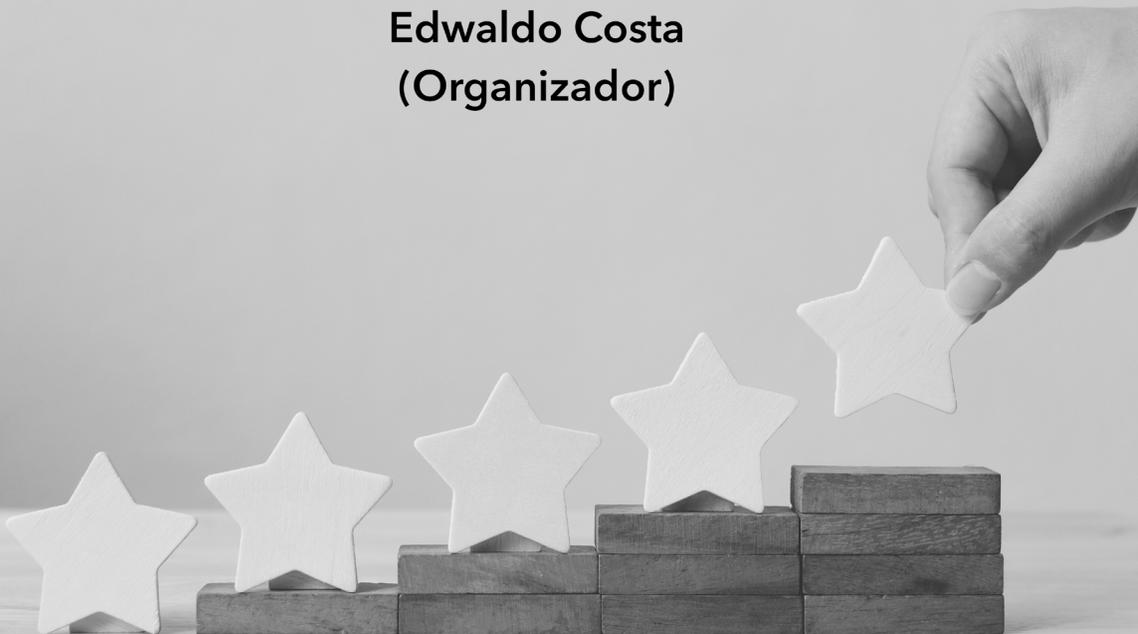


**Atena**  
Editora  
Ano 2021

# Ciências da Comunicação:

Chave para a Ascensão em  
Organizações e Relacionamentos

**Edwaldo Costa**  
(Organizador)



**Editora Chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Assistentes Editoriais**

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto Gráfico e Diagramação**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da Capa**

Shutterstock

**Edição de Arte**

Luiza Alves Batista

**Revisão**

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

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. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant'Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
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 Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
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  
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Prof. Dr. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
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  
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
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  
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
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. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

### **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. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí  
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais  
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras  
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia  
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais  
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar  
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas  
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília  
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa

Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia  
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases  
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina  
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí  
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein  
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora  
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas  
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará  
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri  
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo  
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás  
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  
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza  
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College  
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social  
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe  
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  
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis  
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR  
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu  
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe  
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná  
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz  
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados  
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas  
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo  
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. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará  
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais  
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi  
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília  
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa  
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba  
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão  
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana  
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

# Ciências da comunicação: chave para a ascensão em organizações e relacionamentos

**Bibliotecária:** Janaina Ramos  
**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os Autores  
**Organizador:** Edwaldo Costa

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C569 Ciências da comunicação: chave para a ascensão em organizações e relacionamentos / Organizador Edwaldo Costa. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-109-8

DOI 10.22533/at.ed.098212605

1. Comunicação. I. Costa, Edwaldo (Organizador). II. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

## APRESENTAÇÃO

Este e-book lança um olhar para a Comunicação, mais especificamente sobre a atividade de partilhar informações como alicerce da vida em sociedade. Os textos que o compõem são reflexões que visam compreender os contornos que a Comunicação e seus componentes estabelecem entre si e com outras tessituras sociais. Trata-se, portanto, de uma necessária atitude crítica diante do campo em toda a sua complexidade, para mirar suas reconfigurações, seus atravessamentos e os sentidos que os fatos comunicacionais produzem na contemporaneidade. Neste e-book apresentamos 14 capítulos de 30 pesquisadores brasileiros e estrangeiros.

Os capítulos analisam uma pluralidade de questões, apresentando problemas de pesquisas que abrangem: as práticas comunicativas de brasileiros e venezuelanos interiorizados pela Operação Acolhida; a compreensão de como publicações realizadas no Twitter conseguem agendar o jornal A Folha de São Paulo em sua versão online; narrativas humanizadas em redes sociais; comunicação científica visual; as representações de Michel Temer em Carta Capital; análise da comunicação televisual; identidade no espaço midiático; arquiteturas do digital e suas tendências antropomórficas; software para garantir uma cidade acessível; desenvolvimento das capacidades comunicativas; estudantes na sociedade do conhecimento; preservação do patrimônio histórico e da memória cultural da Bahia; coordenação motora de crianças em vários ambientes de formação pública; etnofotografia como metalinguagem; empresa júnior e formação integrada. Como já mencionado, trata-se de uma obra transdisciplinar.

Um dos objetivos deste e-book é propor análises e fomentar discussões sobre a comunicação a partir de diferentes pontos de vista: político, educacional, filosófico e literário. Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, temas, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, este e-book ofereça uma contribuição plural e significativa.

Edwaldo Costa

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
REPRESENTAÇÃO VISUAL DE IDOSOS PELA PUBLICIDADE DIGITAL DE NOVE MARCAS	
Tiemy da Silva Moura	
Sandra Maria Ribeiro de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0982126051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>16</b>
COMUNICAÇÃO INTERNA E GESTÃO DE PESSOAS: ESTRATÉGIAS POR TRÁS DO SUCESSO DAS BATERIAS MOURA	
Bianca Johanny dos Santos Lima Assunção	
DOI 10.22533/at.ed.0982126052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>29</b>
CONECTAR X DESCONECTAR: EFEITOS DE SENTIDO EM DISCURSO PUBLICITÁRIO	
Lisiane Alcaria de Oliveira	
Ahiranie Sales dos Santos Manzoni	
DOI 10.22533/at.ed.0982126053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>43</b>
DESPEDIDAS À FLOR DA TELA: MEMÓRIAS DOS USUÁRIOS NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS	
Robson Fonseca Simões	
DOI 10.22533/at.ed.0982126054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>53</b>
CORPO MIDIÁTICO: O DISCURSO DA BOA FORMA E A PRODUÇÃO DE SENTIDO ACERCA DO CORPO FEMININO	
Marília Diógenes Moreira	
Laís Sousa Di Lauro	
DOI 10.22533/at.ed.0982126055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>68</b>
DESIGUALDADES E OPRESSÕES: ANÁLISE DE DISCURSO NO PODCAST “GERAÇÃO P” DO UOL RELACIONADOS À CONSTRUÇÃO DA MAGEM DA MULHER DURANTE A PANDEMIA E OS EFEITOS DA SOBRECARGA DE FUNÇÕES SOBRE ELAS	
Janete Monteiro Garcia	
Pedro Farnese	
Ivete Maria Soares Ramirez Ramirez	
Mariane Silva Paródia	
DOI 10.22533/at.ed.0982126056	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>78</b>
O DISCURSO MACHISTA EM PUBLICIDADES BRASILEIRAS DE MODA FEMININA: UMA ABORDAGEM DIACRÔNICA	
Joel da Silva Fonseca Júnior	

Júlia Lopes Penido Pena

DOI 10.22533/at.ed.0982126057

**CAPÍTULO 8..... 95**

APRENDENDO A CONTAR, APRENDENDO A MUDAR: A EXPERIÊNCIA DA  
CADERNETA AGROECOLÓGICA COMO CONSTRUÇÃO DE NOVAS SUBJETIVIDADES  
FEMININAS

Anna Christina Freire Barbosa

Glaucia Rejane da Costa

DOI 10.22533/at.ed.0982126058

**CAPÍTULO 9..... 110**

IMPACTOS CULTURAIS E ECONÔMICOS PROVOCADOS PELO CINEMA, RÁDIO E TV  
NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Carolina Braga Silva

Maria Elisabete Rabello

DOI 10.22533/at.ed.0982126059

**CAPÍTULO 10..... 114**

TOPOGRAFIA DA CULTURA: UM CONCEITO DESCRITIVO DA MATERIALIDADE  
DISCURSIVA INSCRITA NA MÚSICA POPULAR BRASILEIRA NOS ANOS 1930

Camilla Ramos dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.09821260510

**CAPÍTULO 11..... 127**

A MUDIATIZAÇÃO DO TERRORISMO EM PARIS: PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO  
MIDIÁTICA ATRAVÉS DO PORTAL G1

Arnaldo Oliveira Souza Junior

Indira Ilana Vanderlei do Vale

Fernanda Ito Ota da Puri icação

DOI 10.22533/at.ed.09821260511

**CAPÍTULO 12..... 141**

PROCEDIMENTOS SEMÂNTICOS E DISCURSIVOS EM REDAÇÕES NOTA 1000 DO  
ENEM/2018

Ana Paula Cordeiro Lacerda Franco

Jairo Venício Carvalhais Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.09821260512

**CAPÍTULO 13..... 155**

UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DO ENTRELAÇAMENTO ENTRE ESTUDO DA  
TRADUÇÃO E JORNALISMO

Lucas Vinicio Stank da Silva

Maria José Baldessar

Ivan Luiz Giacomelli

DOI 10.22533/at.ed.09821260513

<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>165</b>
FUTEBOL, PODER E IDEOLOGIA: ANÁLISES DA RELAÇÃO ENTRE SELEÇÃO E GOVERNO EM 1970 E 2014	
Edwaldo Costa	
DOI 10.22533/at.ed.09821260514	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>188</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>189</b>

# CAPÍTULO 2

## COMUNICAÇÃO INTERNA E GESTÃO DE PESSOAS: ESTRATÉGIAS POR TRÁS DO SUCESSO DAS BATERIAS MOURA

*Data de aceite: 21/05/2021*

### **Bianca Johanny dos Santos Lima Assunção**

Universidade Cândido Mendes  
UCAM (EAD) – UNI ESPG  
Aluna Quero Bolsa EAD  
Belo Jardim – PE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Cândido Mendes como requisito para aprovação no curso de Pós-Graduação de Gestão em Estratégia Empresarial.

Artigo/Monografia apresentada à Universidade Cândido Mendes em como requisito para a aprovação no curso de Pós-Graduação de Gestão em Estratégia Empresarial.

**RESUMO:** Para uma empresa ter uma imagem consolidada, são muitas as estratégias utilizadas. É necessário não só pensar no cliente, mas sim, em quem está todos os dias fazendo o negócio acontecer: os colaboradores. Em decorrência disso, muito tem se discutido sobre a relação empregado/empregador e os vínculos que estabelecem entre si, já que são eles que garantem um melhor funcionamento e aumento da produtividade no ambiente de trabalho. Uma das grandes empresas que tem destaque utilizando as estratégias de comunicação interna e gestão de pessoas é a Baterias Moura. Nesse contexto, este artigo propõe realizar uma análise de ações realizadas pela empresa para o público interno, pois, considerou-se pertinente para o ambiente de pesquisa e o mercado entender sobre esta temática, uma vez que é importante

estar atento às diversas formas de construir um relacionamento com o seu colaborador, e assim, fortalecer o posicionamento e imagem da empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação interna, gestão de pessoas, relacionamento, colaboradores, estratégias.

**ABSTRACT:** For a company to have a consolidated image, there are many strategies used. It is necessary not only to think about the customer, but also about who is doing business every day: the employees. As a result, much has been discussed about the employee / employer relationship and the bonds they establish with each other, since they are the ones that guarantee better functioning and increased productivity in the work environment. One of the big companies that stands out using internal communication and people management strategies is Baterias Moura. In this context, this article proposes to carry out an analysis of actions taken by the company for the internal public, as it was considered relevant for the research environment and the market to understand about this theme, since it is important to be aware of the different ways of building a relationship with your employee, and thus strengthen the company's positioning and image.

**KEYWORDS:** Internal communication, people management, relationship, employees, strategies.

### **INTRODUÇÃO**

O universo empresarial não é fácil. Não basta ter uma equipe de grandes talentos

altamente motivados. Se ela não estiver bem informada, se seus integrantes não se comunicarem adequadamente, não será possível potencializar a força humana da empresa. (Alberto Ruggiero, 2002)

É com a frase acima que afirmo que a comunicação interna é vista como um fator importante para o desenvolvimento e sobrevivências das organizações. Os seus objetivos são: facilitar a comunicação empresarial, informar os colaboradores do que acontece na empresa, integrá-los, e assim, os fazerem parte do negócio.

A gestão de pessoas, por sua vez, é caracterizada pela participação, capacitação, envolvimento e desenvolvimento do bem mais precioso de uma organização: o Capital Humano, que nada mais é do que as pessoas que a compõe.

Juntando essas duas grandes forças, as empresas buscam promover um melhor relacionamento e integração entre os setores, e assim, ter um ambiente de trabalho mais propício a bons resultados. Para conseguir apresentar de forma prática esses conceitos no contexto dessa pesquisa, serão analisadas algumas ações internas promovidas pela Baterias Moura atualmente.

Buscou-se problematizar o fenômeno, questionando de que forma a comunicação interna e a gestão de pessoas desenvolvidas pela Baterias Moura estreitam o relacionamento interno e fortalecem a imagem da marca. O interesse surgiu ao identificar como os colaboradores Moura são engajados e orgulhosos por fazerem parte do quadro de funcionários da empresa.

De acordo com Eduardo Pinto (1994, p. 21), A finalidade primordial de uma política de comunicação empresarial é obter compreensão sobre as atividades da organização, esclarecer autoridades e público em geral sobre a sua verdadeira natureza, as finalidades e metas a serem alcançadas, suas posições em relação à comunidade e ao País, além de informar sobre suas tradições e personalidade.

A metodologia utilizada na construção desse projeto se dá inicialmente por uma pesquisa bibliográfica, onde será realizado um levantamento bibliográfico de vários conceitos que serão apresentados nos tópicos abaixo. Em seguida, uma pesquisa qualitativa por questionário é apresentada para interpretar o sentimento dos colaboradores perante a empresa e finaliza com relatos coletados nas redes sociais da empresa, que mostram como estas estratégias refletem no público externo. O desenvolvimento da pesquisa possibilitou compreender como as empresas tem agido diante da necessidade de estreitar relacionamentos com o seu colaborador e como isso é refletido na imagem da marca.

## **COMUNICAÇÃO E COMUNICAÇÃO INTERNA: CONCEITOS**

Segundo Gomes (1997), a palavra comunicação deriva do latim *communis*, que tem como significado a ação de tornar comum, dialogar, relacionar e entender-se. É possível também classificar a comunicação conforme propõem os dicionários, assim o termo

seria apenas mais um substantivo feminino: “1. ato de comunicar; informação, aviso; 2. passagem, caminho, ligação”. (Rocha 1997, p.154).

O ser humano tem a necessidade de se comunicar, e dentro da empresa, não seria diferente. Se torna essencial para manter as tarefas realizadas e o relacionamento agradável no ambiente de trabalho.

A função da comunicação interna é inerente à cultura da empresa e sua função principal é garantir que todos na empresa sejam participantes ativos do modo como a organização sente, pensa, age e reage ao mundo externo. (Blog Social Base, 2016)<sup>1</sup>

Dentro do contexto da comunicação interna, se encontra a comunicação organizacional, que de acordo com Gary Kreps (1995, p. 28), é essencial no processo das relações humanas dentro do ambiente de trabalho.

A comunicação é um processo dinâmico e contínuo. É o processo que permite aos membros da organização trabalhar juntos, cooperar e interpretar as necessidades e as atividades sempre mutantes da organização. A comunicação humana não começa e nem termina. As pessoas estão envolvidas constantemente com a comunicação consigo mesmas e com outras, especialmente na vida da organização. A vida da organização proporciona um sistema de mensagens especialmente rico e variado. Os membros da organização devem ser capazes de reconhecer e interpretar a grande variedade de mensagens disponíveis, para que lhes permitam responder de maneira apropriada a distintas pessoas e situações. Não pode existir sem comunicar-se. A comunicação é uma realidade inevitável de pertinência a uma organização e da vida da em geral. (KREPS, 1995, p. 28)

Nota-se que dentro do grupo Moura, os colaboradores estão sempre informados sobre tudo que acontece na empresa, não só no ambiente de trabalho, mas em todas as menções da marca no Brasil e no mundo.

(...) a organização persegue um equilíbrio entre as partes que a formam. Seu equilíbrio é resultante da disposição ordenada entre suas partes. Essa integração é obtida graças ao processo comunicacional. (...) Pode-se afirmar, em consequência, que quando se organiza uma empresa, como bem lembra Lee Thayer, na verdade está se organizando o processo de comunicação entre suas partes. (REGO, 1986, p. 16)

Em um cenário altamente competitivo, é notável que a comunicação vem sendo utilizada como instrumento estratégico dentro das empresas. Podemos notar isso nas Baterias Moura, que leva tão a sério a comunicação, que os seus colaboradores possuem uma rede social exclusiva, chamada Moura+ (imagem abaixo). Isso é refletido no alto engajamento dos colaboradores em relação a empresa, pois, se sentem parte do processo, como de fato, são. E é interessante pontuar como isto é relevante nos tempos atuais, a empresa consegue fazer sua comunicação interna de maneira interativa e online, se adaptando as realidades que vivemos hoje no ambiente digital.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://blog.socialbase.com.br/comunicacao-interna-aliada-da-cultura-organizacional/>. Acesso em maio de 2020.



Imagem 01: Logotipo do aplicativo Moura+.

Fonte: App Store.<sup>2</sup>

Além dessa ferramenta poderosa, que ajuda no relacionamento e engajamento, os colaboradores seguem a Cultura Empresarial Moura (CEM), que conversa diretamente com o seu propósito de comunicação interna que é “Fortalecer vínculos garante um futuro melhor”. A sua missão, visão e valores<sup>3</sup> também dialogam com o que querem transmitir internamente e externamente, e isso contribui para o fortalecimento da imagem da empresa.

Outra forma de estabelecer uma comunicação interna eficaz, que é por meio das “notícias em cascata”, onde a mesma informação tem como objetivo alcançar todas as pessoas de todos os departamentos. Fica claro que para a comunicação acontecer da melhor forma, é preciso planejamento e diálogo entre todos os departamentos.

Este é um trabalho em conjunto com todos os setores, mas posso citar os departamentos mais integrados nesse processo, são eles: Gestão de Pessoas, Recursos Humanos e Marketing. No próximo tópico falaremos um pouco sobre a gestão de pessoas e seus processos para garantir um melhor relacionamento e engajamento interno.

## **GESTÃO DE PESSOAS E SEUS PROCESSOS DENTRO DA EMPRESA**

Segundo Soviensk (2008, p. 53), vivemos na sociedade do conhecimento, onde o talento humano e suas capacidades são vistos como fatores competitivos no mercado de trabalho globalizado. Porém, esse talento e essa capacidade têm que ser vistos com outros olhos, olhos de colaboradores e não de concorrentes. Precisamos assim resgatar o papel do ser humano na organização, a fim de torná-los competentes para atuar em suas atividades como colaboradores. É com esse cenário que as organizações devem ter a visão de que o Capital Humano será seu grande diferencial. Assim, surge um novo conceito em gestão de pessoas.

(...) antes de ser um empregado, o indivíduo é um ser humano e um cidadão. Portanto, não pode ser visto apenas como alguém que vai “servir ao cliente”. Ele atua num ambiente organizacional formado por pessoas que buscam

2 Fonte: <https://apps.apple.com/br/app/procuradores/id1205981554>. Acesso em maio de 2020.

3 Disponível em: <https://www.moura.com.br/sobre-nos/#cultura-empresarial>. Acesso em maio de 2020.

interagir em virtude da consecução dos objetivos gerais das organizações. Não é, portanto, um espaço de mercado.

A Gestão de Pessoas é caracterizada pela participação, capacitação, envolvimento e desenvolvimento do bem mais precioso de uma organização, o Capital Humano, que nada mais é do que as pessoas que a compõe. Cabe à área de Gestão de Pessoas a nobre função de humanizar as empresas. Apesar da Gestão de Pessoas ser um assunto tão atual na área de Administração, ainda é um discurso para muitas organizações, ou pelo menos não se tornou uma ação prática. Compete ao Departamento de Recursos Humanos promover, planejar, coordenar e controlar as atividades desenvolvidas relacionadas à seleção, orientação, avaliação de desempenho funcional e comportamental, capacitação, qualificação, acompanhamento do pessoal da instituição num todo, assim como as atividades relativas à preservação da saúde e da segurança no ambiente de trabalho da Instituição. (Soviensk, 2008, p. 54)

O ânimo dos funcionários e a satisfação com o emprego são, hoje, aspectos considerados altamente importantes pela maioria das organizações. Entende-se que um funcionário satisfeito possa aumentar a produtividade, a capacidade de resposta, a qualidade e a melhoria dos serviços aos clientes. (PAVAN; SERRA; TORRES, p. 60)

Nas Baterias Moura, um dos métodos utilizados para entender o perfil comportamental dos seus colaboradores é o Método DISC. Este método consiste em avaliar o comportamento das pessoas em determinado ambiente. Foi criado pelo psicólogo Willian Moulton Marston. A avaliação tem este nome pois o teste releva os 4 traços de perfis comportamentais: Dominância (D), Influência (I), Estabilidade (S) e Complacência (C).<sup>4</sup>

Diante dos conceitos apresentados, partiremos no próximo tópico para a análise, que busca contextualizar o que falado com a realidade vivida pelo grupo Moura.

## **O QUE TEM POR TRÁS DO ENGAJAMENTO DOS COLABORADORES MOURA: ANÁLISE**

A Moura<sup>5</sup> foi fundada em 1976 na cidade de Belo Jardim-PE. O seu fundador, Edson Mororó Moura, deu início a fabricação de baterias. Muitos consideravam loucura fazer baterias naquele tempo, mas com muita força de vontade, ele conseguiu realizar esse sonho e hoje a empresa emprega milhares de funcionários e leva energia para muitos países. Foi a primeira fabricante sul-americana a desenvolver baterias para carros movidos a álcool e a incorporar tecnologia aos processos de produção. Atualmente, produz baterias para automóveis, ônibus, caminhões, motos, mas também para necessidades estacionárias, tracionárias e náuticas. São mais de 80 distribuidores espalhados pelo Brasil e Cone Sul.

A partir dos objetivos e da revisão teórica apresentada, a proposta é analisar a

4 Faça seu teste DISC. Disponível em: <https://blog.runrun.it/teste-disc-que-estilo-de-profissional-e-voce/>. Acesso em junho de 2020.

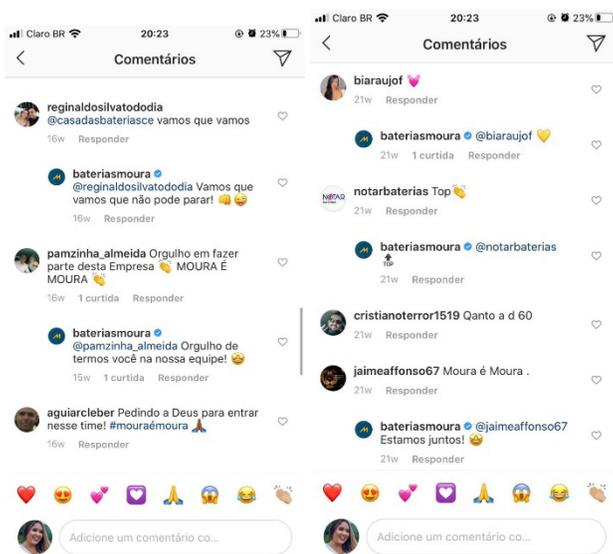
5 História em vídeo. Disponível em: <https://www.moura.com.br/noticias/14759-2/>. Acesso em maio de 2020.

Comunicação Interna e Gestão de Pessoas das Baterias Moura e suas correlações no engajamento dos colaboradores e imagem da marca.

Para a realização deste estudo, foram-se desenvolvidas algumas etapas. Primeiramente, recorreu-se à metodologia de pesquisa bibliográfica que, segundo Fonseca (2002) é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Dessa forma, houve o levantamento bibliográfico de vários conceitos apresentados nos tópicos anteriores.

Com o arcabouço teórico construído, a etapa seguinte foi uma pesquisa qualitativa, que por sua vez, é uma metodologia de pesquisa que tem como objetivo a coleta de dados para explorar a natureza do problema.

Diante disso, foi realizado um questionário online<sup>6</sup> e suas respostas foram analisadas (anexo 01). A mesma contou apenas com a participação de colaboradores Moura, e com isso, foi possível identificar o nível de engajamento deles com a empresa. Para fechar o ciclo de análises e entender o reflexo da comunicação interna e gestão de pessoas sobre a imagem da marca, foram coletados alguns comentários de pessoas sobre a empresa nas suas redes sociais (anexo 02).



Imagens 01 e 02:

Prints retirados do Instagram das Baterias Moura.

6 Questionário online. Disponível em: <https://forms.gle/aM2FHLpVDWsg1FnWA>. Acesso em junho de 2020.

Essas análises foram essenciais para responder os questionamentos indagados nesta pesquisa, assim como mostraram como a Baterias Moura se preocupa em manter um relacionamento transparente, unificado e comprometido com os seus colaboradores.

## CONCLUSÃO

Sabemos o quão é importante estabelecer um relacionamento saudável dentro do ambiente de trabalho, pois, isso reflete na produtividade, no engajamento dos colaboradores e também na gestão de pessoas.

Diversos autores pontuam como é importante ter esse elo entre ambas as partes e como isso se torna um grande trunfo para as empresas, que por sua vez, passam a serem mais lembradas e também reconhecidas pelo tratamento exemplar aos seus funcionários.

Portanto, diante todo o material analisado, foi possível entender como as Baterias Moura construíram uma comunicação e relação mais próxima com os seus colaboradores e como estas estratégias são refletidas positivamente na imagem da marca internamente e externamente, sendo fator extremamente importante por trás do seu sucesso.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois Ele quem rege todo o universo e me dá forças para ir atrás dos meus objetivos. Sem a fé no Deus que tudo pode, eu não chegaria até aqui.

Agradeço à minha família (mãe, irmãs, sogra, sogro e cunhadas) por todo carinho, em especial ao meu esposo, pelo apoio e por me incentivar em tudo.

Agradeço com muito carinho aos meus amigos e colegas de trabalho pela força e incentivo.

Agradeço também a todos os professores que passaram por minha vida acadêmica e transmitiram todo o seu conhecimento, colaborando na construção da profissional que serei futuramente. Todos vocês merecem mais que obrigada, vocês são incríveis!

O mérito pode ser meu, mas só foi conquistado porque tive vocês caminhando comigo lado a lado nessa jornada. Deixo aqui registrado o meu amor, carinho e zelo por vocês. Que Deus os abençoe, sempre!

## REFERÊNCIAS

RUGGIERO, Alberto Pirró. **Qualidade da comunicação interna**. 08 out. 2002. Disponível em: <http://www.rh.com.br>. [28 ago.2006]

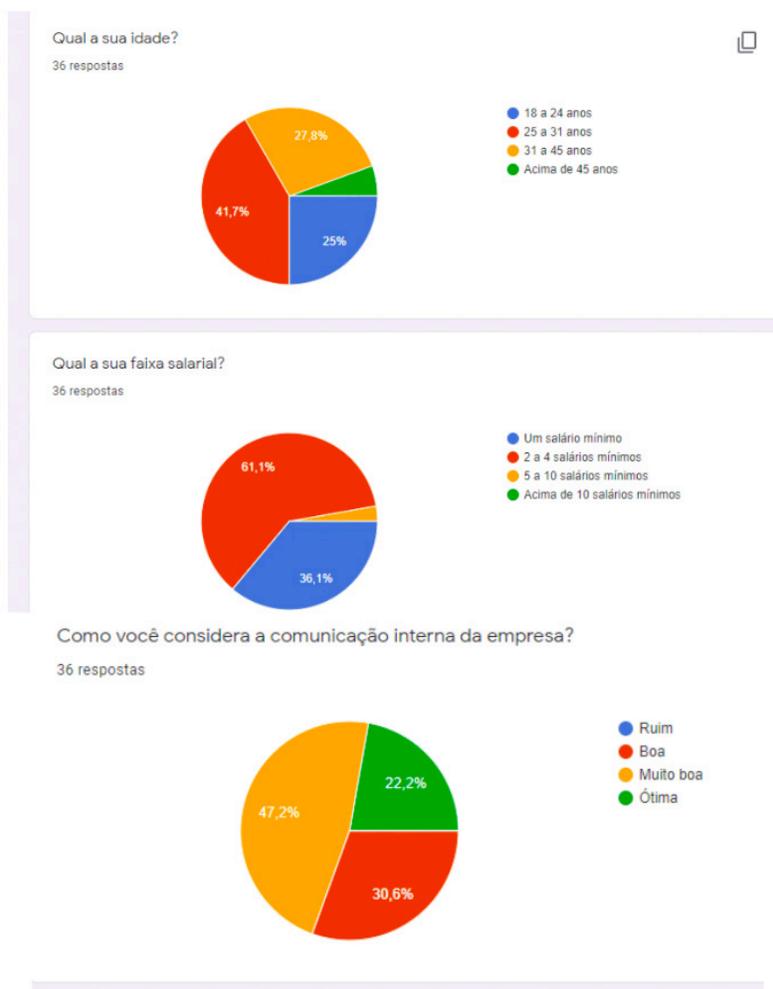
ROCHA, Ruth. **Minidicionário**. 10. ed. Rio de Janeiro: Scipione, 1997. 747 p.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

**Comunicação interna aliada a cultura organizacional**. Disponível em: <<https://blog.socialbase.com.br/comunicacao-interna-aliada-da-cultura-organizacional/>>. Acesso em junho de 2020.

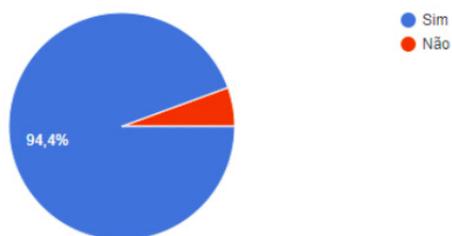
Soviensk, Fernanda. **Recursos Humanos x Gestão de pessoas**. Recife: Revista científica de Administração e sistemas da Informação, 2008.

## ANEXO 01



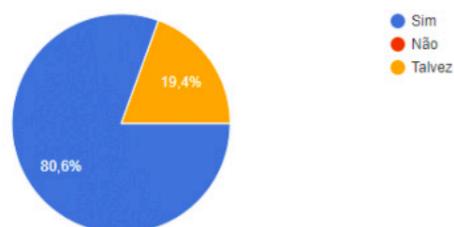
Você se sente reconhecido/valorizado pela empresa?

36 respostas



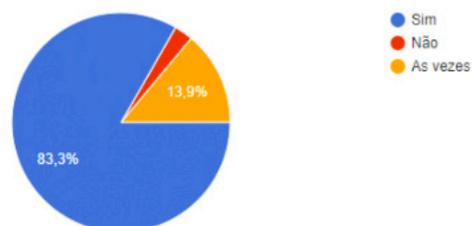
Você acredita que a gestão de pessoas é eficaz?

36 respostas



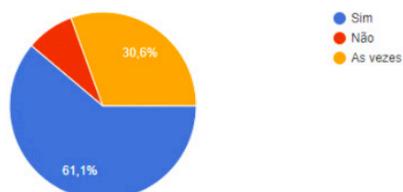
Você se considera importante para a empresa?

36 respostas



Você consegue ficar por dentro de tudo que acontece na empresa através da comunicação interna?

36 respostas



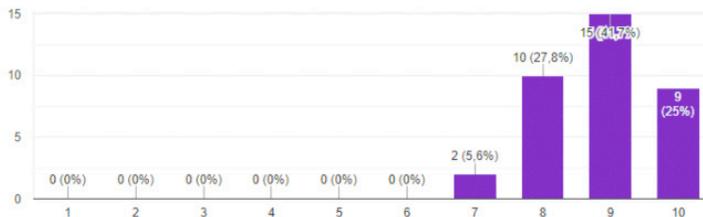
Você tem orgulho de trabalhar nesta empresa?

36 respostas



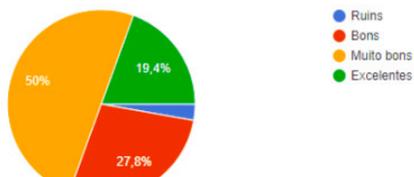
Numa escala de 1 a 10, qual o seu nível de satisfação?

36 respostas



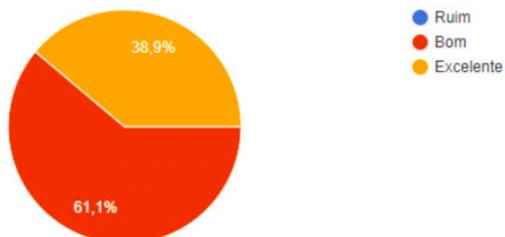
Como você considera seus líderes?

36 respostas



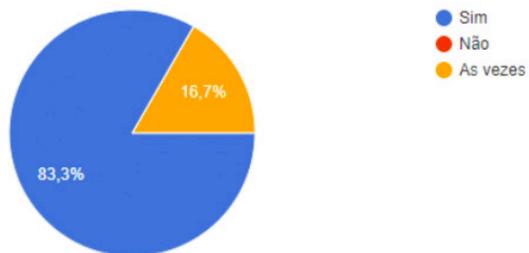
Como é o relacionamento entre os departamentos e colegas de trabalho?

36 respostas



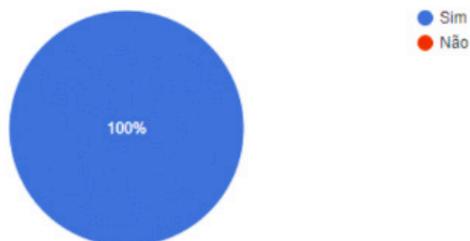
Você se sente motivado pela empresa?

36 respostas



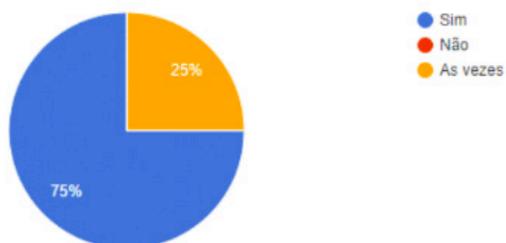
A empresa oferece benefícios satisfatórios?

36 respostas



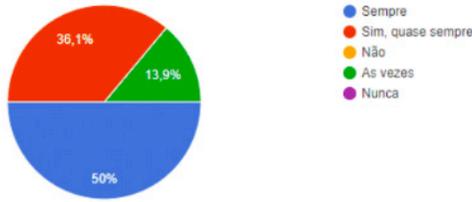
A empresa capacita os seus colaboradores?

36 respostas



A empresa escuta as sugestões dos colaboradores?

36 respostas



Qual a sua função dentro da empresa?

36 respostas



## ANEXO 02

Claro BR 20:23 23%

Comentários

**bateriasmoura** A energia Moura pode alcançar você até em casa, enquanto assiste televisão no sofá, sabia? É que com a Solar 2V, fornecemos energia de qualidade para sistemas de energia alternativa, como a solar, que alimentam a sua casa.

Onde tem energia, tem Moura. #BateriasMoura #MuitoMaisBateria #MouraEMoura #EnergiaQueNosMove #EnergiaQueMoveOFuturo

19w

**\_silviacardoso\_** Beateriamoura, é bom o tempo todo 🙌🙌🙌🙌🙌

19w Responder

**bateriasmoura** @\_silviacardoso\_ 😊

18w 1 curtida Responder

**eduardo\_santos327** Ta aí um projeto promissor

19w Responder

Claro BR 20:24 23%

Comentários

**bateriasmoura** Já ouviu falar no Mundo Bitá? A série de desenho animado surgiu de forma despretensiosa e conquistou o coração da criançada e dos pais. Junto com a Moura, ilustrou a série Condutores do Futuro, um projeto de responsabilidade social, por um trânsito mais seguro.

Quer saber mais sobre esse jeito massa de fazer conteúdo e animação? Então não perde esse papo com Chaps Melo, criador do Mundo Bitá, no Garagem de hoje. Assista no link da bio.

#Garagem #BateriasMoura #MuitoMaisBateria #MouraEMoura #EnergiaQueNosMove #EnergiaQueMoveOFuturo

27w

**andrefmontoro** Parabéns! Que demais! 🙌🙌

27w 1 curtida Responder

**bateriasmoura** @andrefmontoro Obrigada pelo carinho!

26w 1 curtida Responder

Adicione um comentário co...

Adicione um comentário co...



## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Abordagem diacrônica 78

Análise do discurso 29, 30, 41, 53, 55, 59, 60, 66, 76, 95, 107, 108, 109, 125, 144, 154

### C

Ciências da comunicação 15

Cinema 32, 110, 111, 112, 113, 116, 117

Comunicação 1, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 33, 34, 43, 44, 45, 47, 51, 55, 56, 57, 58, 59, 64, 67, 68, 70, 76, 77, 79, 80, 94, 110, 111, 112, 113, 115, 128, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 143, 145, 146, 148, 150, 152, 159, 165, 188

Construção da imagem 14, 68, 69, 70

Construção da imagem da mulher 68, 69, 70

Copa do Mundo de 1970 166

Copa do Mundo de 2014 166, 167, 176, 181

Corpo feminino 53, 55, 85, 86, 88, 90, 91, 93

Covid-19 69

### D

Desigualdade 68, 69, 71, 72, 76, 96, 108, 117, 118

Discurso machista 78, 80, 82, 93

Discurso publicitário 29, 35, 39, 78

### E

Economia 41, 69, 76, 77, 96, 100, 108, 109, 110, 111, 112, 161, 168, 176, 177, 178, 180, 181, 187

### F

Futebol 111, 133, 134, 136, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187

### G

G1 69, 70, 71, 76, 77, 127, 129, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 178

### I

Ideologia 36, 38, 39, 70, 77, 102, 103, 104, 107, 111, 116, 117, 118, 122, 165, 173, 177

Imagem 1, 4, 6, 7, 8, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 32, 34, 35, 38, 39, 40, 61, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 74, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 105, 107, 123, 167, 169,

170, 171, 178, 182, 184

Impactos culturais 110

Informação 18, 19, 23, 55, 82, 83, 85, 128, 134, 136, 137, 138, 152, 158, 161, 163

## **J**

Jornalismo 94, 127, 128, 129, 132, 133, 136, 138, 140, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 188

## **M**

Materialidade 29, 31, 34, 35, 37, 101, 103, 114, 115, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 125

Materialidade discursiva 101, 114, 115, 117, 122

Mídia 8, 13, 31, 34, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 70, 72, 76, 80, 82, 114, 119, 128, 129, 130, 132, 133, 136, 138, 140, 157

Midiatização 59, 66, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140

Moda feminina 78, 80, 82, 93

Mulher 12, 29, 31, 32, 34, 54, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 98, 99, 105, 106, 107

Música popular brasileira nos anos 1930 114

## **P**

Pandemia 30, 32, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77

Podcast 68, 69, 70, 71, 72, 76, 77

Poder 5, 7, 12, 34, 36, 37, 43, 49, 54, 60, 61, 66, 70, 72, 76, 82, 95, 97, 98, 99, 108, 111, 113, 115, 116, 133, 138, 145, 146, 165, 166, 167, 169, 171, 172, 175, 176, 181, 183, 186, 187

Portal G1 127, 129, 132, 133, 134, 138, 178

Procedimentos semânticos 141, 142, 148, 152, 153

Publicidade 1, 2, 3, 11, 13, 14, 33, 38, 56, 61, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 113, 153

Publicidade digital 1, 2, 3

Publicidade e propaganda 113

## **R**

Rádio 30, 38, 69, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 176

Redes sociais 17, 21, 30, 32, 33, 34, 38, 40, 43, 44, 46, 48, 49, 53, 54, 55, 56, 57, 97, 101, 107, 112, 136, 137, 150, 151

Representação visual 1

Representações 4, 8, 9, 10, 11, 40, 44, 60, 61, 77, 78, 79, 83, 98, 104, 116, 121, 122, 186

## **S**

Seleção brasileira de futebol 165, 166, 167, 184

Sociedade brasileira 31, 110, 166, 167, 169, 186

## **T**

Televisão 110, 111, 112, 113, 158, 161, 170, 172

Terrorismo em Paris 127, 129, 132, 133, 138

Topografia da cultura 114

Tradução e jornalismo 155, 163

## **U**

UOL 68, 69, 70, 71, 72, 76, 77, 113, 166, 176, 177, 181, 182, 183, 186, 187

# Ciências da Comunicação:

Chave para a Ascensão em  
Organizações e Relacionamentos

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

# Ciências da Comunicação:

Chave para a Ascensão em  
Organizações e Relacionamentos

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 