



## **ANÁLISE DOS MEIOS ADOTADOS PARA AUXILIAR A COMUNICAÇÃO INTERNA NAS PRODUTORAS DE EVENTOS**

Letícia Araújo Pessoa Marques. Estudante do Curso Superior Tecnológico em Eventos da Faculdade Senac PE. Marcos Alexandre de Melo Barros. Orientador.

l\_araujo3@hotmail.com

### **Introdução**

Dentre vários conceitos de comunicação destaca-se a capacidade de compartilhar idéias, de dialogar, conversar, tendo em vista o bom entendimento entre as pessoas.

Na América do Norte e parte da Europa, tem-se observado uma forte preocupação com a imagem que a empresa passa, com a comunicação interna e os meios de comunicação utilizados nessas organizações.

Para as empresas sobreviverem no mercado, deverão investir em comunicação, mais especificamente em comunicação integrada. Tendo em vista essa afirmação e outras análises, será avaliado até que ponto os meios de comunicação adotados pelas produtoras de eventos auxiliam o relacionamento entre os funcionários e gestores.

Antes de iniciar a análise na produtora, serão pesquisados os tipos comuns de comunicação dentro de uma organização e assim, entender como funciona processo e adaptá-lo ao meio dos eventos.

O projeto tem como principal objetivo analisar os tipos de estratégias de comunicação adotados pelas produtoras de eventos para auxiliar o relacionamento interno, e como objetivos específicos observar a interação na produtora, analisar o relacionamento interno e verificar a satisfatoriedade da comunicação utilizada pelas produtoras de eventos.

### **Referencial Teórico**

Para Ferreira (2007), “a comunicação e a cultura organizacional para muitos são sinônimos, para outros, cada uma possui suas especificidade... esses dois fenômenos são reflexos de uma filosofia de administração”.

Freitas (1991) defende que a análise sobre a cultura organizacional é inovadora, porém, complexa e a define como uma poderosa estratégia que visa formar condutas, homogeneizar maneiras de pensar e viver a organização, aplicar uma imagem positiva da mesma, onde todos são iguais.

“A comunicação interna é entendida como a verificada entre a organização e o seu pessoal”. (Bahia, 1995).

Favaretto (2001), diz que comunicação interna foca três objetivos: que cada funcionário passe a ser um comunicador; que os comunicadores tornem-se efetivamente consultores; e que se aplique a definição de comunicação: "Tornar Comum".

"Quanto mais desenvolvida a sociedade, maior a sua taxa de interações de comunicação entre seus membros, em benefício de mais informações e de melhores decisões".(Bahia, 1995, p. 28).

## **Metodologia**

O procedimento metodológico adotado nessa pesquisa é de natureza qualitativa com questionários que focarão funcionários e diretores.

A pesquisa será realizada em duas produtoras de eventos de médio e grande porte por ter uma estrutura maior com as informações necessárias para atender à pesquisa. Serão entrevistados cinco colaboradores e dois gestores em cada produtora.

Para obter um resultado satisfatório serão utilizados questionários além de entrevistas para garantir que nenhuma informação deixe de ser coletada. Também é necessário que se observe o comportamento dos colaboradores e gestores dentro da operadora, sendo determinado antecipadamente o que deverá ser observado.

## **Resultados**

Ao perguntar como os diretores e colaboradores avaliam a comunicação interna nas duas produtoras visitadas, 50% avaliaram-na como sendo satisfatória, 40% dizem que a comunicação, de forma geral, é razoável e 10% dizem que é insuficiente.

Foi questionado sobre o tipo de estratégia utilizada para transmitir informações entre diretoria e colaboradores. Das 14 pessoas entrevistadas 43% responderam que o meio mais utilizado são as reuniões periódicas, 36% informaram que o e-mail é o mais utilizado e os informativos correspondem a 14% dos entrevistados. Outros, como conversas informais, apenas 7%.

Foi questionado também de que forma os colaboradores lidam com os problemas entre os colegas de trabalho, 42% disseram que preferem não falar nada, 29% conversam diretamente com o causador do problema, em particular e 29% fala com o causador do problema na mesma hora, independente de quem esteja presente.

A respeito do relacionamento entre diretores e funcionários da prestadora, 43% dizem ser boa a relação, 36% avaliam essa relação de forma imparcial, 14% disseram ser excelente a relação interna e 7% acham a relação ruim.

Na questão que falava sobre a autonomia para propor melhorias na execução do trabalho, 71% disseram possuir autonomia e 29% diz não possuir autonomia alguma nem eram incentivados a propor melhorias para o ambiente de trabalho.

## **Considerações Finais**

Conforme pode ser observado através das respostas dos entrevistados, a maneira mais eficaz de se transmitir informações dentro de uma organização é aquela em que se tem contato direto com as pessoas, como as reuniões e conversas informais.

Ao analisar a interação das produtoras mais da metade disse estar satisfeito com o relacionamento entre os outros funcionários. Porém, quando foi questionado como eles resolviam os problemas internos, a maioria respondeu que era melhor não fazer nada e esperar que o tempo amenizasse a situação.

Isso é comum segundo Maldonado (2007) que diz que “há pessoas, famílias, grupos e organizações que escolhem fugir do problema, fazendo de conta de que está tudo bem; ou preferem ceder, fazendo muitas concessões na esperança de que os problemas desapareçam”.

Nas produtoras visitadas há um índice elevado de funcionários com autonomia para fazer críticas e dar sugestões. É através dessa participação que os trabalhadores se envolvem com os objetivos e resultados das empresas e se sentem parte integrante do processo produtivo.

### **Referências**

BAHIA, Benedito Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro. Mauad, 1995.

FAVARETTO, Sonia. **Onde se encaixa a Comunicação Interna no organograma da Empresa**, 2001. Disponível em < [http://www.pucrs.br/famecos/pos/download/tese\\_ricardominotto\\_abril2005.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/download/tese_ricardominotto_abril2005.pdf) > Acesso em: 28 Jun 2007.

FERREIRA, Ediene. **Comunicação e Cultura nas Organizações**, 2007. Disponível em < <http://www.pucrs.br/famecos/geacor/texto2-03.html> > Acesso em: 26 Jun 2007, 15:09:21.

FREITAS, M.E. **Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma?** SP,1999.

MALDONADO, Maria Tereza. **Palestrarte: a arte da comunicação**, 2007. Disponível em < <http://www.palestrarte.com.br/artigos/default.asp?id=80> > Acesso em: 19 Out 2007, 21:48.