

COMUNICAÇÃO COMO FATOR DIFERENCIAL: A VISÃO DOS ALUNOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO EM JABOATÃO DOS GUARARAPES

Andreza Carla da Silva Oliveira¹
Eronildo Ferreira do Carmo²
Keila Tatiane da Silva³
Natalia Batista Lins⁴

RESUMO

No mundo globalizado em que hoje vivemos podemos ter muitas conquistas, grandes avanços tecnológicos e diversas ferramentas que colaboram para o sucesso empresarial. Podemos perceber que ainda existem fatores que impedem o desenvolvimento da organização. Um deles implica diretamente nos negócios e no ambiente interno e externo: a comunicação. A maneira como a informação dentro do ambiente empresarial muitas vezes é transmitida pode estar errada, podendo até mesmo ser entendida de forma diferente. Sabemos que a falta desse recurso impede e afeta bastante a instituição e a maneira com que a mesma é vista. Por isso é de suma importância que os valores sejam revistos e que haja uma análise diferenciada, a começar pela gestão e pelos próprios colaboradores. Análise esta que permite aos mesmos refazer uma avaliação e que possam enxergar e tentar contornar o erro. Entretanto, a realidade é que se nenhuma atitude for tomada, será muito difícil que se tenha eficiência nos negócios.

Palavras-chave: Comunicação. Ambiente empresarial. Ruídos. Informações.

Data de submissão: 11/02/2019

Data de aprovação: 08/03/2019

¹ Aluna do Curso de Administração da FMGR: andrezasilvaoliveira12@gmail.com

² Professor Orientador - Faculdade Metropolitana da Grande Recife: proferon100@gmail.com

³ Aluna do Curso de Administração da FMGR: keilasilva20e19@gmail.com

⁴ Aluna do Curso de Administração da FMGR: natalia-lins@live.com

INTRODUÇÃO

No ambiente socioeconômico atual, vemos que a comunicação é um fator diferencial na vida de todos. Com o desenvolvimento da internet, das redes sociais e das mídias virtuais as organizações que não possuem uma comunicação de forma clara e objetiva acabam se prejudicando em vários aspectos, tendo como consequências conflitos, insatisfações internas e externas refletindo, inclusive, nas relações interpessoais.

É importante analisar cada etapa e planejar uma melhoria contínua. Com isso, cada atividade determinada terá informação procedente e relevante para resolver dúvidas e/ou problemas. A esse respeito, Cahen (2005) afirma:

É preciso mudar para acompanhar as tendências do mercado – cada vez mais internacionalizado, diversificado e competitivo – e, com isso, sobreviver dentro de um mundo cada vez mais complexo e agressivo. Se a melhor arma para mudar a cabeça das pessoas é a comunicação, a mais poderosa ferramenta é o planejamento. (CAHEN, 2005, p. 93).

A comunicação é bastante utilizada desde o momento em que acordamos até o momento em que vamos dormir. Ela está em tudo, principalmente no ambiente de trabalho. Precisamos ficar atentos para que, a qualquer momento, o que precisa ser comunicado não possa se transformar em más ou confusas informações. Afim de que o sucesso da organização seja alcançado é necessário que haja uma integração entre os colaboradores, desenvolvendo assim uma importância na interação e compreensão das informações. Sabemos que, muitas vezes, a informação não chega ao seu destinatário de forma tão eficaz, podendo ser facilmente mal interpretada ou confundida. Por isso é fundamental que a comunicação seja sempre priorizada para que não ocorram complicações que possam afetar diretamente e indiretamente a instituição.

A comunicação é essencial em tudo e sem a sua compreensão não podemos ir além. Ela permite entender melhor as coisas, para que assim não ocorram perdas futuras. A comunicação é importante dentro de uma organização pelo simples fato de gerar o sucesso ou a ruína de um projeto.

Hoje percebemos a falta de uma comunicação mais pessoal e de qualidade, pois estão substituindo pessoas por ferramentas modernas como *e-mail* ou *WhatsApp*. Segundo Cavalcante (2008), podemos observar que a comunicação é uma estratégia frente às batalhas e a forma como ela vai ser utilizada pelos gestores de uma organização fará a diferença entre vencer ou perder uma guerra. Portanto, cabe a cada profissional estudar, avaliar e aplicar melhor a utilização da comunicação para que esta diferença seja vista e refletida de forma positiva dentro da organização que o mesmo está inserido. Uma palavra errada ou mal

Para Haroldo Pereira (2005), a comunicação é o simples fato de um ser A transferir uma informação para um ser B. É a forma de um ser interagir com outros seres, trocando informações de seu interesse.

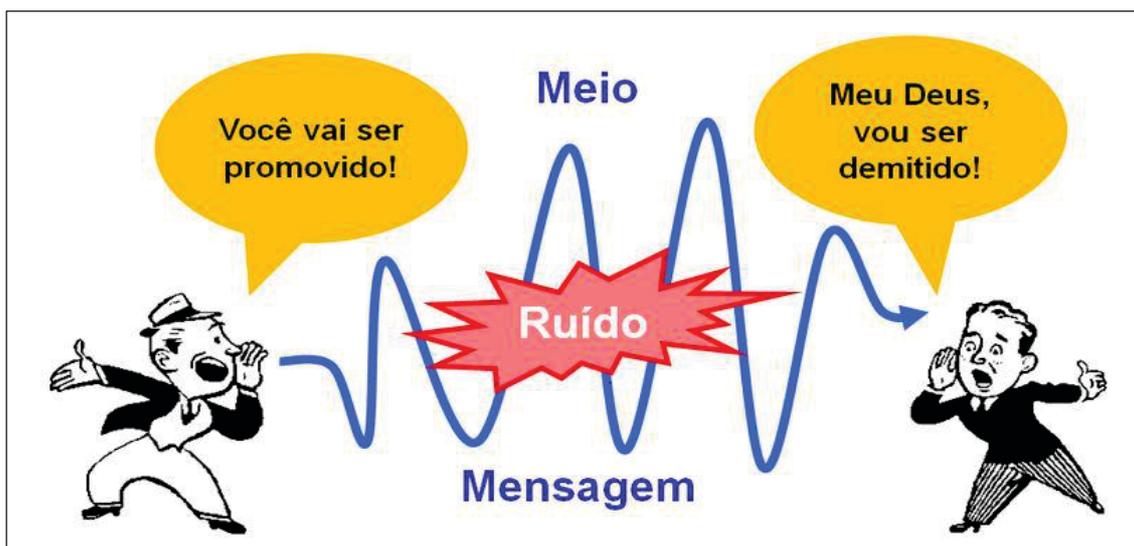
Comunicação e interação

Para que a comunicação, de fato, se efetive, é necessário que haja os elementos básicos da comunicação: emissor, receptor e mensagem. É necessário ainda que o emissor tenha a intenção de realizar tal ato, que a mensagem seja enviada de forma clara e objetiva e que o receptor compreenda a mensagem.

Com relação à importância da comunicação, podemos considerá-la como um processo social básico porque é ela que torna possível a vida em sociedade, e viver em sociedade significa a troca de informações entre os seres humanos e que só se concretiza por meio da comunicação. Assim, a comunicação rege todas as relações humanas.

Barreiras na comunicação

Figura 02 – Ruídos na comunicação



Fonte: <http://1.bp.blogspot.com/c264MuLA/>

Segundo Gessner (2007), ruído é um desvio no processo de comunicação que provoca o mau entendimento da mensagem. Apesar da evolução da tecnologia, ainda existem esses problemas que impedem a comunicação no seu todo de ser bem sucedida. Isso pode ocorrer não só pela falta de informação, como também pelo excesso dela. Os ruídos surgem por alguns fatores, sejam eles no ambiente onde se trabalha, na distração na hora que a

informação está sendo passada e a linguagem na qual está sendo transmitida. Ao enviar, por exemplo, um texto com termos técnicos para um receptor que não esteja familiarizado com este tipo de linguagem, provavelmente ele terá bastante dificuldade na compreensão, podendo acarretar prejuízos na fidelidade desta relação, seja ela na esfera familiar ou comercial.

Ainda no tocante aos ruídos na comunicação sabemos que, conforme Soares (2008), é preciso evitá-los, disponibilizando ferramentas ou programas de relacionamentos específicos aos colaboradores, reduzindo os inesperados ruídos e conflitos que dizem respeito aos interesses da comunicação institucional.

Conhecendo então esses obstáculos na comunicação é importante buscar estratégias de aperfeiçoamento nos processos e investimentos nos recursos que envolvam a comunicação. Dentre alguns fatores que causam os ruídos observaremos apenas 3 tipos: ambiente adverso, o momento em que a mensagem está sendo emitida e a linguagem inadequada.

Ambiente adverso: é causado por sons que vêm de determinados lugares, pela circulação de muitas pessoas no ambiente, som muito alto, etc., fazendo com que o receptor não consiga ouvir e compreender o que está sendo transmitido.

O momento em que a mensagem está sendo emitida: normalmente a dificuldade na compreensão é causada por qualquer coisa que lhe tire a atenção quando se deixa vagar por pensamentos em outra coisa, desse modo perdendo o foco da mensagem. Por exemplo, uma dor em alguma parte do corpo, a preocupação em realizar determinada tarefa exigida pelo chefe, o estresse no ambiente de trabalho, entre outros.

Linguagem inadequada: é aquela que ouvimos e não compreendemos por conter termos muito técnicos, palavras de um idioma desconhecido pelo receptor ou alguns vocábulos ou frases que possam conter ambiguidade ou duplicidade de sentido.

Conforme cita Soares (2008), para se ter uma comunicação livre de ruídos dentro da instituição a informação precisa ser clara ao ponto de ser compreendida por todos os funcionários, não havendo dúvidas, muito menos distorções ou duplo sentido. Uma comunicação eficaz é aquela em que todos conseguem entender e repassa-la adiante sem que seja mudada de sentido. Podemos evitar os ruídos de uma forma equilibrada, mantendo assim o ambiente adequado e livre de problemas. Funcionários devem ser treinados e bem informados, procurando transmitir uma mensagem com uma linguagem clara e objetiva, evitando ao máximo os indesejáveis ruídos e também planejando melhor a forma de transmitir essa mensagem.

A necessidade da comunicação na instituição

Apesar de ser uma ferramenta muito importante, a comunicação no ambiente institucional não se faz sozinha. Embora o colaborador tente deixar a mensagem muito clara, ainda deve existir a colaboração por parte do receptor, pois a questão da escuta ou a interpretação da mensagem depende muito dele. Saber ouvir é, pois, parte fundamental no processo de comunicação, contribuindo para a boa compreensão da informação. Saber ouvir e compreender a mensagem são de suma importância para se ter sucesso ou até mesmo fracasso nas escolhas e decisões, pelo simples fato de não absorver a comunicação ou a informação correta, não apenas limitando-se ao ambiente de trabalho, como também na vida pessoal. É fundamental entender o que se quer passar através de uma informação, seja ela através da fala, da escrita, de gestos, sinais ou até mesmo da linguagem corporal.

No ambiente institucional o que ocorre para haver falhas é quando a linguagem entre os setores parece não ser a mesma. Muitas vezes um colaborador prega um conceito e pratica outro. Quando falamos sobre a importância da mesma na instituição, temos de incluir informações da empresa como um todo. Se os funcionários não possuem acesso às ferramentas ou informações necessárias de outros setores pode ocorrer um dos erros mais comuns: os ruídos na comunicação pela distorção de informações. Os colaboradores devem ter segurança nas informações prestadas, evitando o “disse-me-disse” ou as informações desencontradas, devendo buscá-las de fontes legítimas.

Comunicação interna

Temos por conhecimento que a comunicação é o processo de troca de informações entre duas ou mais pessoas e que vem sendo usado desde que o mundo existe. No ambiente interno e externo de uma instituição não é diferente. A precisão em fazer com que os colaboradores interajam e se compreendam dentro de uma empresa é tão importante quanto o relacionamento com os clientes fora da empresa (RUGGIERO, 2002 apud MELO, 2006).

Não basta ter uma boa equipe com grandes talentos. Se não estiverem bem informados, se seus integrantes não se comunicarem adequadamente, não será possível potencializar a força humana na empresa. Um bom ambiente interno, com uma eficaz comunicação interna, torna o ambiente empresarial ou institucional mais eficiente também com o público externo. Com a era da tecnologia, a habilidade no processo de desenvolvimento da coleta de dados informativos é uma forma importante de melhoria contínua no processo de comunicação interna e externa.

Para Caldas (2017), mesmo diante de um mundo em constantes mudanças e evoluções, principalmente tecnológicas, onde o acesso à informação está cada dia mais fácil, nem sempre ela chega a todos e geralmente não consegue atingir o público certo, não havendo efetividade na comunicação. Quando se trata do meio organizacional, não é muito diferente. As informações são geradas, mas nem sempre causam os efeitos desejados, pois nem todos tiveram acesso, ou não houve divulgação adequada, ou faltaram clareza e objetividade na mensagem, gerando ruídos na sua compreensão.

Diante da afirmação de Caldas (2017), percebemos que a comunicação interna é papel fundamental para a evolução de um bom relacionamento entre os colaboradores, de modo que os objetivos da instituição possam ser alcançados.

Comunicação externa

No ambiente externo da instituição é reforçada a ideia de que a comunicação é a “alma do negócio”, pois atualmente vivemos num mundo no qual as informações precisam estar adequadas aos públicos de acordo com as necessidades de ambos. A comunicação externa é tão importante quanto a interna, visto que a mesma é responsável em apresentar a instituição para fora do seu campo interno, mostrando aos clientes e futuros clientes e colaboradores sua visão e sua missão.

Saber como tratar e filtrar as informações e notícias vinculadas à organização, no meio externo, é de extrema importância para manter a imagem da instituição. Passar informações incoerentes ou inadequadas pode ocasionar resultados devastadores e muito negativos a respeito da empresa, o que pode afetar o desenvolvimento e o objetivo da mesma. Para que não haja essas grandes falhas na comunicação empresarial externa, é importante que as organizações desenvolvam estratégias e ações focadas nessa área, treinando melhor seus colaboradores. Avaliar o ambiente de mercado e as formas de comunicação e marketing, adequados e destinados ao público alvo da organização, são as principais ações que devem ser tomadas ao iniciar um projeto de comunicação externa. É preciso esclarecer que, nesse processo, é necessário que o gestor tenha um cuidado extra, já que o planejamento é primordial para prevenir riscos à imagem da instituição.

A eficiência da comunicação externa apresenta valores ao público, construindo e desenvolvendo os planos de ações que serão apresentados na instituição. Para isso será necessário profissionais que atuem na área e que mostrem o objetivo de forma clara e concreta no que se refere à missão, visão, valores e políticas praticadas pela empresa.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada em uma instituição de ensino, com características qualitativas e quantitativas, composta por 5 (cinco) perguntas com 2 (duas) opções de respostas (sim ou não), tendo como finalidade analisar qual o verdadeiro valor que a empresa dá à comunicação. A pesquisa, feita por amostragem, contou com a participação de 20 alunos.

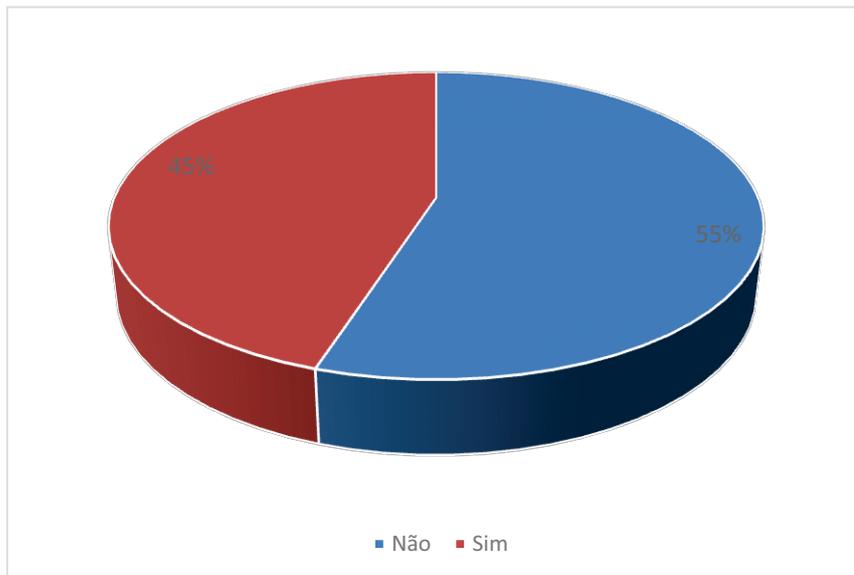
COLETA DE DADOS

Quadro 1 - Questionário

| Perguntas | Respostas | |
|---|-----------|-----|
| | Não | Sim |
| 1.A comunicação na sua instituição de ensino é eficaz? | 11 | 9 |
| 2.Quando você tem algum problema em relação à comunicação em um setor ele é solucionado? | 11 | 9 |
| 3.É de fácil acesso a comunicação com os professores? | 1 | 19 |
| 4.Existem falhas na comunicação de sua instituição de ensino? | 0 | 20 |
| 5.Você já perdeu algum evento ou aula importante por falta de comunicação na instituição de ensino? | 5 | 15 |

Fonte: os autores

Gráfico 1 - Comunicação eficaz

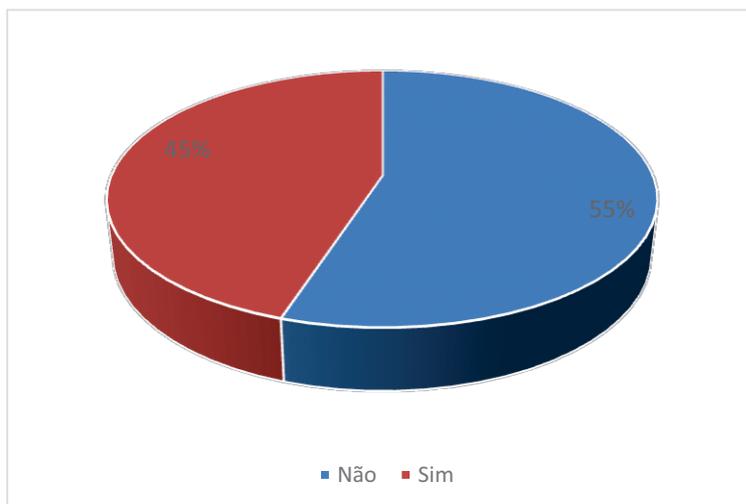


Fonte: os autores

O gráfico mostra que 45% dos alunos estão satisfeitos com a comunicação da instituição, pois eles alegaram que quando precisaram de algumas informações os funcionários foram prestativos e os orientaram corretamente, desde o contato por telefone (*Call Center*) até os gestores. Porém, 55% dos alunos estão insatisfeitos com a comunicação da mesma, pois afirmaram que sempre que precisaram tirar dúvidas não foram prontamente atendidos, e quando foram, as explicações não eram precisas, voltando o aluno com a mesma dúvida ou, algumas vezes, gerando outra.

Segundo a maior parte dos alunos entrevistados, quando existe algum evento na instituição, muitos só ficam sabendo de última hora. Vários entrevistados também afirmaram que para a informação chegar realmente clara e precisa deveria circular antes por cada um dos setores, e isso deveria acontecer de forma rápida e prática, sendo os funcionários instruídos antes de começarem as suas atividades, adotando um cronograma do que aconteceria durante aquele dia.

Gráfico 2 - Soluções de problemas em relação à comunicação

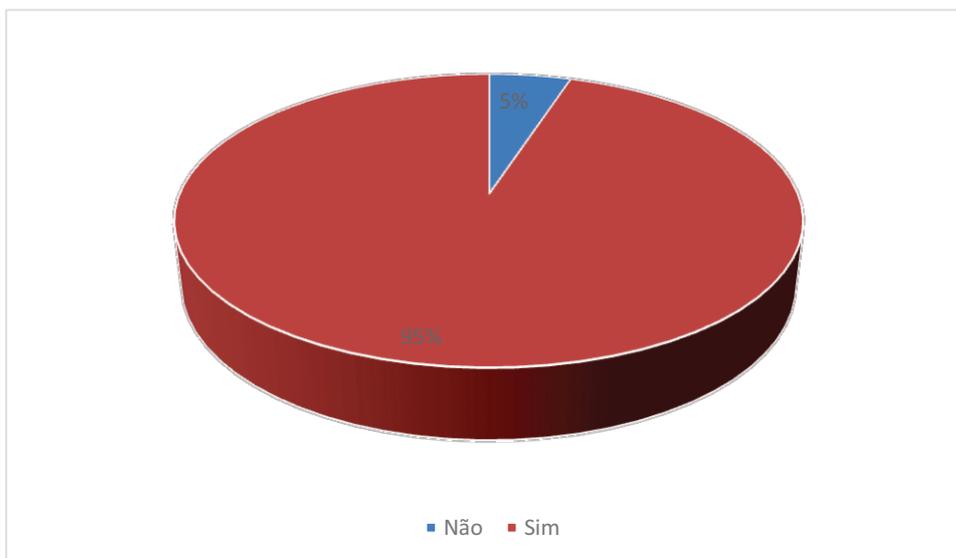


Fonte: os autores

Com base na pesquisa realizada entre os alunos que colaboraram com este trabalho, podemos perceber que de 100% dos entrevistados, 55% deles afirmaram que ao procurar os responsáveis para solucionar o problema, de imediato não adquiriram o retorno desejado, ou seja, na tentativa de encontrar soluções para os casos apresentados, não obtiveram sucesso. Segundo os próprios alunos, o problema era passado de um lado para o outro e não era resolvido rapidamente. Pelo contrário, levava-se muito tempo para obter uma resposta clara e precisa, o que ocasionou, na maioria das vezes, em frustração, desmotivação, desgaste, e muitos outros fatores negativos que vieram no decorrer de todo o processo e que levaram os mesmos a esta conclusão.

Conseqüentemente, nota-se que esse tipo de situação poderia ser evitado se as medidas cabíveis fossem tomadas. Deste modo o aluno não perderia tanto tempo esperando por respostas ao tentar questionar um setor que não está orientado para determinada situação. Por outro lado, 45% dos entrevistados afirmaram que tiveram seus problemas solucionados. É de suma importância o resultado desta pesquisa, pois a empresa poderá rever todo o processo de comunicação e informação, de modo que alunos, colaboradores e a própria instituição se beneficiem.

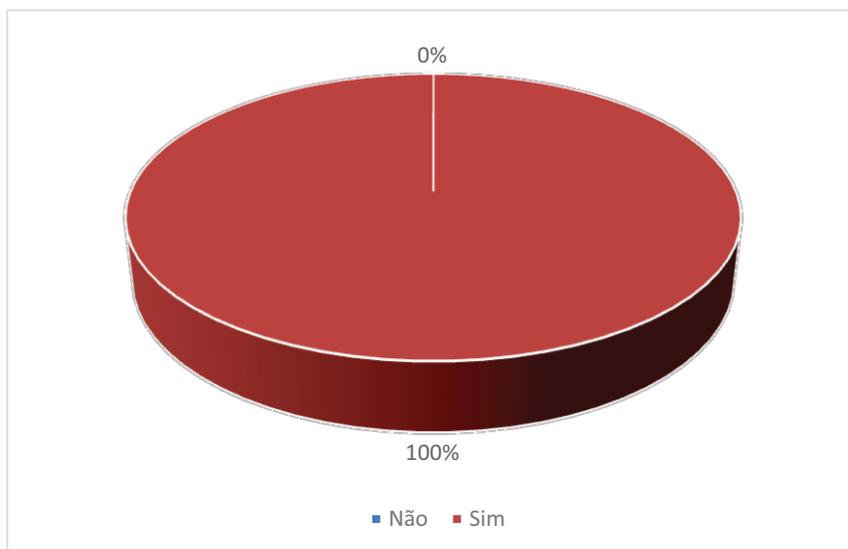
Gráfico 3 – Facilidade no diálogo com os professores



Fonte: os autores

Ainda de acordo com o levantamento da pesquisa realizada, é notório que a comunicação entre alunos e professores é consideravelmente de fácil acesso. 95 %, ou seja, a grande maioria dos alunos, se comparado aos 5% que discordaram, confirmam a facilidade que tem para tirar dúvidas, se expressar e também ser ouvido pelos seus mestres. Sabemos que para a instituição, esses dados são de muita valia, pois agrega cada vez mais valor. Embora essa relação saudável entre alunos e professores seja obviamente positiva, não podemos menosprezar os 5% que discordaram. É preciso rever onde possivelmente está o problema para que seja corrigido de maneira contínua. Vale lembrar que o mesmo marketing boca a boca que promove também pode embaraçar a relação do aluno com a instituição. Segundo Melo (2006), a imagem da empresa é muito importante para a sobrevivência da mesma. Para ter uma imagem consolidada é necessário transformar seus funcionários em verdadeiros embaixadores da boa vontade de sua empresa. A partir desse desenvolvimento analisamos que a comunicação, no seu amplo sentido, deve ser valorizada e reconhecida para sua sobrevivência e expansão.

Gráfico 4 - Falhas nas informações



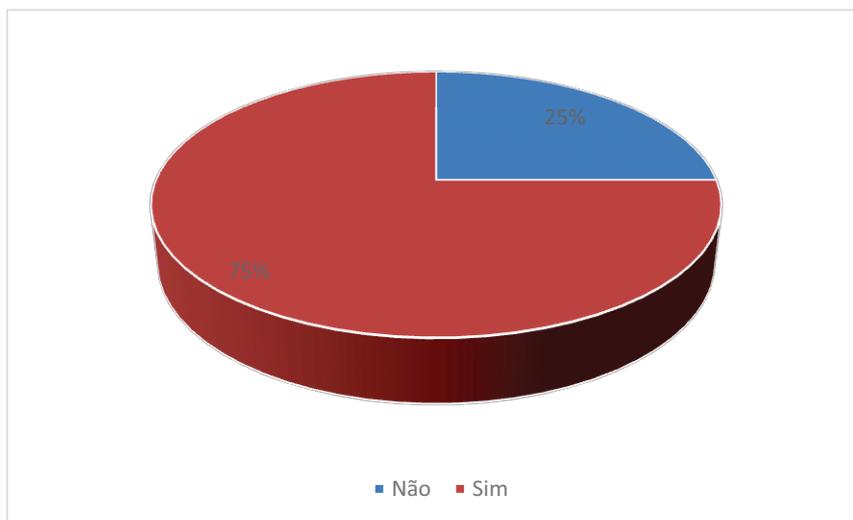
Fonte: os autores

Segundo a pesquisa e como nos mostra o gráfico dos entrevistados, 100% deles disseram que existe falha na comunicação em sua instituição de ensino. Alguns dos entrevistados informaram que ao perguntar sobre determinado assunto a alguns funcionários eles não souberam responder qual o setor responsável em solucionar tal problema. Sabemos que não existe uma instituição perfeita ou até mesmo uma empresa de qualquer ramo ou negócio que não tenha problemas ou falha na comunicação. Uma organização que lida com pessoas diferentes, crenças, culturas, línguas e raças sempre está propensa a conviver com essas falhas, porém devemos estar sempre atentos para eliminar ou minimizar essas pequenas falhas e se comprometer a fazer o possível para solucionar totalmente os problemas apresentados pelos nossos clientes.

Vivemos em uma sociedade onde a comunicação ou informação muitas vezes é tão rara. O modo como passamos uma mensagem nem sempre é aceita e compreendida por todos. Alguns conseguem captar melhor uma mensagem e outros não. Quando lançamos as perguntas, alguns candidatos responderam apenas o que foi solicitado, no caso das respostas sim ou não. Outros procuraram trazer mais informações complementares para as respostas. Alguns outros até tiveram certa dificuldade em entender e responder. Percebemos, assim, que a comunicação pode ser entendida facilmente por uns. Entretanto, outros podem não ter tanta facilidade na compreensão.

Vários entrevistados deixaram claro que não existem falhas em apenas um setor, e sim na instituição em geral.

Gráfico 5 - Perda de algo significativo



Fonte: os autores

O gráfico nos mostra que de 100% dos alunos entrevistados, 75% deles já perderam algo de muita importância, não só pela falta de informação nas redes de comunicação que a instituição fornece, e sim por falta de certeza dos funcionários ao repassar a mensagem. Eles alegaram que não só perderam aulas, como também eventos importantes para seu crescimento profissional. Outros argumentaram ter perdido tempo, no caso de alguns alunos que estudam a noite e que trabalham, pois chegavam à instituição e não havia aulas. Muitos sugeriram que uma simples mensagem fosse enviada pelas redes de comunicação como o próprio *Facebook* da instituição, o *site* da mesma, por grupos de *Whatsapp* ou até mesmo por *e-mail* pessoal.

Alguns entrevistados afirmaram que ligaram inúmeras vezes para o setor de atendimento e os colaboradores, não sabendo informar, pedem para ligar 20 minutos depois. Passado esse tempo, voltaram a ligar e continuavam sem respostas. 25% dos alunos entrevistados informaram que nunca perderam aulas ou algum evento importante, pois eram informados, viam os recados nos murais e no *site* da própria instituição e quando ligavam recebiam retorno da dúvida que tinham (no caso de não haver aulas ou se teria algum evento). Vários recebem informações também por outros amigos através do *WhatsApp* de grupos da própria sala. Sabemos que sempre haverá os dois lados e que nem sempre é possível agradar a todos, mas como instituição, deve-se fazer sempre o melhor, elaborando assim um planejamento eficaz, tendo uma visão ampla da instituição para atingir assim o máximo de alunos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa realizada é possível destacar nesse artigo que a comunicação é essencial em qualquer instituição de ensino ou empresa de qualquer segmento e que a falta ou ineficácia da mesma implica no insucesso de qualquer negócio. É fundamental que a informação possa ser clara e precisa, sendo ela passada através de qualquer ferramenta disponível.

Através da pesquisa foram registradas algumas sugestões de soluções a serem tomadas. Uma delas foi um formulário no qual viria destacado cada setor e as atividades que o mesmo fornece para os alunos. Um quadro com um fluxograma ficaria em um lugar estratégico, como na entrada da instituição, sendo visível para quem chegasse à instituição, mostrando os diferentes setores e o que cada um pode fazer pelos alunos. Dessa forma o aluno já iria se dirigir ao setor responsável, evitando assim o desgaste de ambos, ou até mesmo a informação errada, deixando o aluno satisfeito e o funcionário sem sobrecarga. Isso o deixaria mais motivado e valorizado no seu setor. O aluno ganhará tempo em busca dos seus objetivos, pois já sabe a quem procurar e os funcionários poderão ser mais produtivos e satisfeitos por não precisarem estar repetindo toda hora a mesma informação.

Uma informação clara e sucinta é tudo que o aluno/cliente deseja ouvir. Assim como existe a divulgação externa, também deveria ser investido mais na divulgação interna. A instituição poderia investir em treinamento e capacitação para seus colaboradores.

Seria interessante a empresa repassar para todos os funcionários, de todos os setores, as novas campanhas a serem lançadas, divulgando os descontos, novos valores e outras informações relevantes para que todos os colaboradores dos setores diversos pudessem falar a mesma linguagem. Quando se veste a camisa da empresa tem-se como obrigação saber vender bem o seu peixe. Sabemos que, mesmo sendo algo não tão formal, a propaganda boca a boca ainda existe, é muito forte e ainda funciona muito bem.

REFERÊNCIAS

AURÉLIO. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 7. ed. São Paulo: Positivo, 2009.

CALDAS, Priscila. **Ruídos na comunicação.** 29 jul. 2010. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/ruidos-na-comunicacao/46869/>. Acesso em: 26 nov. 2017.

_____. **Comunicação interna nas organizações.** 15 abr. 2017. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/comunicacao-interna-nas-organizacoes/103998/>. Acesso em: 08 dez. 2017.

CAHEN, J. **Comunicação empresarial.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CAVALCANTE, Shirley Maria. **Gestão da comunicação organizacional Conhecendo as ferramentas e suas aplicabilidades.** Agosto de 2008. Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos3/gestao-comunicacao-organizacional/gestao-comunicacao-organizacional2.shtml>. Acesso em: 12 dez. 2017.

GESSNER, G. **Comunicação** (documento online). Disponível em: <http://www.artigos.com/artigos/sociais/administracao/comunicacao-1511/artigo>. Acesso em: 13 nov. 2017.

MELO, Vanessa Pontes Chaves de. **A comunicação interna e sua importância nas organizações.** Agosto de 2006. Disponível em: <http://www.acmcomunicacao.com.br/wp-content/midias/A-comunicacao-interna-e-sua-importancia-nas-organizacoes-Vanessa-Pontes-Chaves-de-Melo.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2017.

PEREIRA, H. **Curso Básico de Teoria da Comunicação,** São Paulo: Quartet, 2005.

RUGGIERO, Alberto Pirró. **Qualidade da comunicação interna.** 08 out. 2002. Disponível em: <http://www.convictiva.com.br/artigos/comunicacao-externa-isso-existe/>. Acesso em: 08 dez. 2017.

SOARES, Paulo Henrique Leal. *Mídia organizacional: o agendamento estratégico.* In: ABERJE. **Comunicação Interna: A força das empresas.** Vol. 4 (p. 97-110). São Paulo: ABERJE Editorial, 2008.