

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

## **A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES**

**CARINA AQUINO DE JESUS<sup>1</sup>**  
**ISABELLE SANTOS FARIA<sup>2</sup>**  
**LEANDRO MACHADO VIANA<sup>3</sup>**  
**MARCEL AMDRÉ VALLUIS<sup>4</sup>**  
**ANDRÉ LUIZ GONÇALVES ROJAS<sup>5</sup>**

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo principal a reflexão sobre como é importante a comunicação nas organizações. A comunicação corporativa é um conceito tão natural que muitas vezes nos esquecemos a sua importância. A estratégia de comunicação é simplesmente o modo como a empresa coordena e prepara a comunicação. Isto é, para um empresário determinar as suas vias de comunicação, tanto para seus clientes como para os seus parceiros e colaboradores a concentrar as suas mensagens. Seguindo fielmente o seu plano de comunicação, o empresário poderá dar uma verdadeira personalidade para o seu negócio, o que só pode ser positivo para a sua fama e reputação. Comunicação corporativa vem de um longo processo de pesquisa que devem ser feitas com antecedência. Cada empresa deve ter a sua própria imagem. Deve analisar o seu ambiente interno e externo para atingir potenciais clientes e, assim, centralizar a sua estratégia de comunicação para usar os meios de comunicação adequados. A Comunicação Empresarial pode dirigir para vários objetivos, incluindo potenciais clientes, através deles que vão aumentar os negócios. A empresa deve controlar totalmente a sua comunicação para espalhar uma boa imagem para o público alvo que deseja atingir. A comunicação é também uma boa maneira de manter contato com os

---

<sup>1</sup> Aluna da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

<sup>2</sup> Aluna da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

<sup>3</sup> Professor da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico. Mestre em Ecologia.

<sup>4</sup> Coordenador do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico. Mestre em Educação.

<sup>5</sup> Professor da Faculdade Don Domênico.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

clientes, para alcançar e fortalecer o relacionamento. Por estas razões que a comunicação corporativa é essencial para o seu sucesso.

**Palavras chave:** comunicação, organização, cliente, estratégia e importância

**Abstract:** In this article, the main objective is to reflect on how important communication is in organizations. Corporate communication is such a natural concept that we often forget its importance. Communication strategy is simply the way the company coordinates and prepares communication. That is, for an entrepreneur to determine their communication channels, both for their clients as well as for their partners and collaborators to focus their messages. By faithfully following your communication plan, the entrepreneur can give a true personality to your business, which can only be positive to your fame and reputation. Corporate communication comes from a long research process that must be done in advance. Each company should have its own image.

You should analyze your internal and external environment to reach potential customers and thus centralize your communication strategy to use the appropriate means of communication. Business Communication can drive for various goals, including potential customers, through them that will increase business. The company must fully control its communication to spread a good image for the target audience it wants to reach. Communication is also a good way to keep in touch with customers, to achieve and strengthen the relationship. For these reasons that corporate communication is essential to your success.

**Keywords:** communication, organization, client, strategy and importance

## **Introdução**

A comunicação nas organizações é um dos pontos fundamentais para o sucesso de toda empresa. Uma organização que prioriza a boa comunicação, com clareza e agilidade com os seus clientes, colaboradores e fornecedores, cria a sua própria identidade no mercado de trabalho. A chave para o sucesso é um bom relacionamento, que é conquistado através da comunicação.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

A má comunicação traz desgastes nas relações, agressões verbais, perda de tempo com retrabalho, mal entendidos, suscetibilidades afetadas, perda de motivação e stresse. Liderar é comunicar, para atingir os objetivos da empresa (MARTINIANO, 2007, p.156).<sup>6</sup>

Outro ponto positivo que uma comunicação eficaz agrega às empresas é tornar o ambiente interno um lugar agradável para todos, impedindo que exista o medo dos funcionários se expressarem caso houver dúvidas. A troca de informações com o ambiente externo só ocorre de maneira correta quando existe no ambiente interno da empresa uma comunicação eficiente entre os funcionários e gestores. A comunicação interna tem grande importância para a gestão organizacional, pois motiva os funcionários e os incentiva a compartilhar informações e estratégias, podendo então agregar valores a empresa.

O processo da comunicação só é bem sucedido quando a mensagem que o gestor ou seus funcionários desejam passar ao cliente, fornecedor ou colaborador é compreendida e principalmente bem interpretada por ele ou eles. Qualquer erro, tanto na hora de escrever um e-mail ou até mesmo na hora de se expressar pessoalmente ou por telefone, pode atrapalhar o processo, causando a má interpretação em quem leu ou ouviu.

A má comunicação pode gerar transtornos muito grandes para a empresa, podendo levar até ao fracasso. Funcionários desmotivados não desenvolvem com êxito suas tarefas, prejudicando assim o desempenho da empresa.

A desmotivação muitas vezes acontece pela falta de comunicação ou a ineficiência da mesma. Por isso, o gestor deve sempre priorizar a comunicação assertiva e procurar ser bastante compreensível para incentivar sua equipe, evitando assim a falha na comunicação. “Hoje, não se pode imaginar uma empresa que se pretenda ser líder de

---

<sup>6</sup>MARTINIANO, Ricardo. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo; Manole, 2007.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

mercado e que volte as costas para o trabalho de comunicação” (BUENO, 1995, p.9).<sup>7</sup>

O feedback é a ferramenta mais importante para obter eficácia no processo da comunicação organizacional, pois com este retorno é possível acompanhar como a mensagem foi recebida pelo destinatário e ainda contribui efetivamente para o crescimento das organizações. Porém, o grande desafio deste retorno, é a possibilidade de ele ser negativo, ou seja, quando a mensagem transmitida não satisfaz seu destinatário. Portanto, os gestores ou líderes devem procurar manter informada e atenta sua equipe, para que saibam lidar também com uma resposta negativa, podendo então aprimorar o trabalho de cada um, e assim aumentar aos poucos a assertividade e ampliar seus conhecimentos, pois o propósito de pôr em prática a comunicação nas empresas é para obter sempre um feedback positivo.

Aos gestores cabe prestar atenção as mudanças na sociedade e antecipar-se a um modelo diferente de relacionamento. “A auto-estima dos trabalhadores, o sentimento de identidade com a organização, a responsabilidade com o trabalho, a produtividade e a competitividade, entre outros indicadores, com certeza, não são estimuladas por uma comunicação interna que os despreza ou subestima. (NASSAR, 2004, p. 31)<sup>8</sup>”

Este artigo se trata da importância da comunicação organizacional. Tendo como objetivo mostrar a importância do trabalho em equipe, que é o que leva a uma comunicação bem estruturada, e ressaltar que a comunicação assertiva resulta em funcionários motivados, minimiza os conflitos, aumenta a produtividade e ganho financeiro, constrói um ambiente de trabalho saudável, e por fim, o objetivo maior é

---

<sup>7</sup>BUENO, Wilson. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo; Manole, 2003.

<sup>8</sup>NASSAR, Paulo. **Tudo é comunicação**. São Paulo: Lazuli Editora, 2004

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

mostrar que é possível alcançar os objetivos organizacionais com ajuda de uma comunicação eficiente, independente da área de atuação.

### **Comunicação Interna e Externa**

A comunicação é um dos elementos mais importantes no desenvolvimento de negócios, pois é a partir daí que é possível obter um trabalho em equipe mais eficiente, que ajuda a ter um ambiente de trabalho harmonioso, diminui os desentendimentos e melhores resultados são obtidos em diferentes áreas. São tão fortes poderes de comunicação que podem resultar em longa ou curta existência de uma empresa. Tal é a sua influência que, além de ajudar a alcançar as metas estabelecidas no início de um projeto, também pode fazer ligações com outras organizações, parceiros, clientes, fornecedores, etc. A eficiência na comunicação ajuda a aumentar a produtividade da organização.

A comunicação assertiva auxilia os funcionários a compreender e desenvolver corretamente seu papel dentro da empresa. Grande parte dos problemas, tanto dentro das empresas quanto na vida pessoal das pessoas, estão relacionada forma de falar e interagir com os outros. A pessoa responsável pela gestão do sistema de comunicação de uma empresa deve analisar todos estes aspectos, mas acima de tudo, deve conhecer a natureza, finalidades, características, vantagens, desvantagens de cada meio de comunicação disponível no mercado, alcançando assim uma comunicação eficaz e, conseqüentemente, os objetivos assim será realizados de uma forma satisfatória.

Além de saber se comunicar, também é essencial saber ouvir. O receptor deseja comunicar e o emissor receber a mensagem. A mensagem é uma expressão, e muitas vezes a mesma não agrada o subordinado e muito menos o gestor. Segundo Bueno: “Quanto mais o funcionário conhece a organização, mais se integra e se adapta ao estilo

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

administrativo e a recíproca também é verdadeira. Muitos funcionários sentem-se marginalizados, porque não conhecem a empresa.”

A compreensão é um fator chave para o feedback, qualquer fonte de erro pode mudar a comunicação seja ela sonora ,visual, escrita e etc. O emissor precisa ter cuidado até com a tonalidade de voz ao se expressar, ou seja, falar com muita clareza, mantendo-se sempre calmo e jamais ser agressivo.

A comunicação sonora também é um ponto importante, pois o cliente entra em contato com a empresa, geralmente através de telefonemas, e deseja ser bem atendido, o atendimento telefônico mostra o interesse da empresa com os seus clientes. É essencial sempre tratar o cliente com prioridade, mostrar que deseja resolver o problema dele e não deixar que restem dúvidas.

Para comunicar-se com o público tem que haver técnicas e uma boa filtragem nas informações, a proximidade do emissor com receptor depende muito de como o receptor recebe aquela informação e de como o emissor a transmite. Quando o emissor é tímido acaba transmitindo o seu nervosismo e ruídos. No caso da comunicação escrita, é necessário sempre tomar cuidado com a gramática e a ortografia. A mensagem visual pode trazer interferência na compreensão do receptor, como por exemplo, a aparência física e outros fatores. O emissor deve estar atento à postura do receptor.

Para o psicanalista Rubem Alves:

“a gente não aguenta ouvir o que o outro diz sem logo dar um palpite melhor, sem misturar o que ele diz com aquilo que a gente tem a dizer. Como se aquilo que ele diz não fosse digno de descansada consideração e precisasse ser complementado por aquilo que a gente tem a dizer, que é muito melhor.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> ALVES, Rubem. **“Escutatória”**. Texto disponível em:  
[http://www.rubemalves.com.br/10mais\\_03.php](http://www.rubemalves.com.br/10mais_03.php). Último acesso em 05/11/2013.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Por isso temos que analisar e principalmente ouvir o que emissor tem a dizer para depois argumentar. Uma informação mal repassada pode causar grandes conflitos e até dificultar o processo operacional.

“A comunicação interage na hierarquia da empresa, sendo o fator que pode construir ou destruir a imagem, os relacionamentos e os objetivos.”<sup>10</sup>

Devido o avanço da tecnologia nos tempos atuais, a comunicação tornou-se um ponto essencial, que deve sempre ser melhorado dentro das organizações e fora dela também, tanto no ambiente interno, quanto no externo. É importante procurar manter uma interação efetiva e haver sempre um ótimo diálogo com os colaboradores, pois nos dias de hoje, a internet tem sido um meio muito utilizado, valorizando assim a comunicação.

Entretanto, os líderes e gestores não podem deixar que exista um relacionamento distante com seus colaboradores, funcionários ou clientes dentro da empresa, pois para que a organização funcione de forma positiva, tanto nos processos operacionais quanto no clima organizacional, a comunicação empresarial é fundamental. Ela garante que seus colaboradores trabalhem com mais motivação e sempre de forma conjunta. Sem comunicação não há trabalho em equipe, nem é possível exercer a liderança, também não há atendimento ao cliente ou público dentro ou fora das relações comerciais.

A evolução da comunicação nas organizações facilitou muito mais o trabalho dos gestores, pois com a tecnologia, a comunicação cada vez mais se torna bem mais simples e criativa.

Há alguns anos, para atingir clientes e colaboradores, levava muito mais tempo, era um processo lento, já nos dias de hoje, com a internet, conseguimos alcançar com muita praticidade nosso público e fazer com que pessoas no mundo inteiro possam ter acesso a nossa mensagem. “Ainda temos chefes que se mostram resistentes às mudanças. Mas o que podemos dizer a eles é duro e verdadeiro. Se estes, que são os

---

<sup>10</sup> KWASNICKA, Eunice Laçava. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

cabeças de um grupo, em pleno século 21, ainda pensarem de forma retrógrada, eles estarão mortos e serão substituídos por líderes mais jovens e com maior capacidade de empreendedorismo. Para mudar é preciso conversar, se reunir, comunicar e informar. Nada muda de um dia pro outro. A mudança, muitas vezes, nem sempre é bem-vinda. Para impedir que um chefe guarde a informação só pra ele, é necessário dizê-lo: - Vamos, a partir de agora, fazer reuniões mensais. A cada mês vamos apresentar o que cada setor tem feito e os resultados obtidos”. (GONÇALVES, 2007, p. 20)<sup>11</sup>

É importante conhecer seu público e elaborar uma comunicação eficiente, pois a comunicação empresarial está presente em diversos níveis e atinge todos os tipos de pessoas, com personalidades, objetivos, necessidades e visões completamente diferentes uma das outras, então é essencial saber lidar com todo o público, para isso é necessário todo um processo que só com a comunicação é feita com eficiência. Para atingir resultados financeiros positivos, é fundamental para a empresa ter uma equipe dedicada e motivada, pois o sucesso da empresa parte primeiramente de seu ambiente interno e para que isso aconteça, deve existir uma boa comunicação no local de trabalho, para que as informações sejam repassadas de forma correta, facilitando o desempenho do processo de comunicação,

A comunicação interna trata-se das interações e do relacionamento dentro de uma empresa. É responsável pelas informações que circulam dentro da organização. Um erro que geralmente é muito cometido por várias empresas, é pensar em melhorar apenas a comunicação externa e dar menos importância para a comunicação no ambiente interno. Os principais públicos da comunicação empresarial é o público interno, que se trata dos funcionários, parceiros da organização e fornecedores. O profissional de relações públicas é quem fica responsável por criar canais de comunicação dentro da organização, ou seja, caminhos pelos quais a empresa pode utilizar para comunica e informa os funcionários.

---

<sup>11</sup> GONÇALVES, Marcio. **Comunicação pra quê?**, 1. Ed. São Paulo: All Print, 2007.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

## **Canais de comunicação empresarial**

Existem vários canais para se comunicar com o ambiente interno, segundo Patricia Bispo:

“A comunicação interna é fundamental para que os colaboradores sintam-se integrados ao negócio. Porém, é preciso que a organização adote um meio de comunicação que se enquadre à sua realidade. Listo abaixo, alguns canais de comunicação acessíveis para empresas de vários segmentos e que não exige grande investimento de verbas e são eficazes.”<sup>12</sup>

**Murais:** Quadros onde ficam expostos os avisos aos funcionários, todos eles relacionados a assuntos da empresa, atualizados com frequência e na maioria das vezes sempre colocados nos locais onde os funcionários mais circulam, como no refeitório.

**Jornais impressos:** Com textos breves e simples, o objetivo dos jornais impressos é estimular a leitura, na maioria das vezes com muitas imagens que interessem o leitor e chamem sua atenção para que continuem lendo. São simples e podem conter apenas quatro páginas, incluindo a capa;

**Boletim informativo:** Canal de comunicação mais formal, com informações e novidades relacionadas à empresa, e também com conteúdo para melhorar o desenvolvimento dos funcionários.

**E-mails oficiais:** Devem ser emitidos pelo presidente da organização, e para que seja considerado um meio de comunicação oficial, é necessário que tenha uma frequência pré-definida de envio aos seus colaboradores;

---

<sup>12</sup>BISPO, Patricia .**Seis canais de comunicação interna rápidos, baratos e eficientes**

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

**Caixa de sugestões:** Um meio que dá ao funcionário a liberdade de expressar suas opiniões, apresentar sugestões, críticas e até mesmo fazer reclamações sobre a empresa. É feito através de um formulário preenchido e depositado numa caixa. Necessário que seja de madeira ou um material de boa qualidade, para maior durabilidade e menor chance de violações;

**Reuniões periódicas:** Realizadas, geralmente entre gestores, líderes e equipes. Importante para fortalecer a comunicação “face a face”.

“Uma comunicação interna participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixa de sugestões, boletins, terminais de computador, intranet, rádio, teatro, etc), envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo. Ele será considerado não um mero número do cartão eletrônico que registra suas entradas e saídas, mas alguém que exerce suas funções em parceria com a organização e em sintonia com a realidade social vigente”. (Kunsch, Margarida Maria, 2003, p. 159).<sup>13</sup>

Quanto a Comunicação Externa, entende-se como toda informação que irá promover a imagem de uma empresa.

A comunicação externa é um processo importante nas organizações de diferentes níveis, porém é muito complexa, e deve ser executada com muita responsabilidade e transparência. Cuida da imagem institucional da empresa, ou seja, como ela é vista pelos seus consumidores. É uma importante ferramenta para a empresa se comunicar com seu público alvo.

A Comunicação dentro de uma organização é talvez o elemento mais importante e também o que mais se deve tomar cuidado, especialmente quando se trata de comunicação externa.

---

<sup>13</sup> KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.**

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

As audiências para comunicação externa são geralmente: formuladores, consumidores, fornecedores, parceiros, imprensa e investidores. Como toda organização é composta por pessoas, inicia-se aí o processo para uma boa estratégia de comunicação, afinal são elas responsáveis por desenvolver e finalizar toda operação. Por isso se faz necessário que todas as pessoas entendam o que realmente deve ser comunicado e de que forma essa comunicação tem que ser feita, pois as causas podem ser diversas, porém o entendimento deve ser claro.

Percebe-se que a comunicação interna torna-se externa e esta por sua vez é responsável pela imagem organizacional. Um bom treinamento para os colaboradores irá tornar mais fácil todo esse processo.

Dando início a comunicação empresarial externa, pode-se dizer que a tecnologia atual tornou-se uma grande aliada para as organizações, sendo ela pequena, média ou de grande porte e é fundamental para a política de gestão de imagem da empresa.

Para isso usam-se vários recursos disponíveis tais como:

**Mídia – Publicidade – Propaganda – Impressos:** verificar se estão atingindo o público alvo.

**Captação e manutenção de novos clientes:** É essencial verificar se as estratégias que estão sendo feitas captam novos clientes e conseguem mantê-los assim como os antigos.

**Em publico:** Estar bem apresentável.

**Internet:** Verificar se está claro, transparente e com todas as informações que o cliente precisa, pois esta é uma das maiores ferramentas de comunicação de século.

O público externo talvez seja o mais difícil de trabalhar, uma vez que você precisa lidar tanto com seus consumidores e simpatizantes, aqueles que estão satisfeitos

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

e compram sua marca, tanto com aqueles que não gostam de forma alguma de sua empresa, seja por seu serviço, produto, posicionamento ou por causa da concorrência.

### **Considerações Finais**

O relacionamento dos funcionários é um fenômeno relativamente novo que continua a chamar a atenção em organizações.

As pessoas precisam se comunicar de forma eficaz com os outros para alcançar resultados positivos.

Comunicação eficaz nas organizações requer, em primeiro lugar, o reconhecimento de que a comunicação é crítica e, em segundo lugar, o compromisso de garantir que todos na organização de cima para baixo tem as habilidades, ferramentas e recursos para comunicar de forma eficaz.

Este estudo buscou descobrir se existe uma relação entre a comunicação interna e externa e envolvimento dos funcionários.

Os funcionários geralmente trabalham em diferentes tipos de ambientes e têm diferentes necessidades e expectativas, várias opções para se comunicar e receber comunicação de colegas, gestores e subordinados é importante.

Hoje, a tecnologia permite que as empresas ofereçam tradicionais métodos: em pessoa, telefone e boletim. E também as opções on-line para se comunicar com os funcionários, bem como para a comunicação de duas vias.

Os resultados indicaram que existe uma relação positiva entre os fatores de comunicação interna e fatores de engajamento dos funcionários.

A pesquisa constatou que a comunicação interna está ligada ao compromisso, esforço e um trabalho significativo; todos os fatores de engajamento. Além disso, podemos ter o entendimento de que a satisfação e canais de comunicação estão ligados também ao envolvimento dos funcionários.

A comunicação eficaz ocorre quando há um fluxo adequado de mensagens, isto resulta que os indivíduos que fazem parte do público interno e externo da organização,

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

devidamente realizem suas atividades e, assim, os objetivos da organização sejam alcançados.

Outro ponto muito importante a considerar para uma comunicação eficaz é saber ouvir. Em uma organização você precisa saber o que os outros precisam e o que pensam. Tendo estes dados, é possível estruturar a mensagem certa que atenda aos objetivos. Todas as empresas têm diferentes necessidades de comunicação, mas é essencial que exista uma avaliação e seleção nas mensagens e meios de comunicação que serão utilizados para o seu público, tendo em conta o perfil da organização.

Muitos dos problemas atuais nas empresas são causados pela falta da comunicação interna e/ou externa eficaz. Comunicação nas organizações é fundamental e necessária, pois parte dela o sucesso de toda organização. Algumas organizações não dão a devida importância à implementação de um sistema de comunicação organizada e muito menos para ter em sua organização uma pessoa qualificada responsável por isso.

## Referências

**AEDB.A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DOS COLABORADORES  
COM SEUS LÍDERES.** Disponível em  
[:http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/47920579.pdf](http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/47920579.pdf)

ALVES, Rubem. **“Escutatória”**. Texto disponível em:  
[http://www.rubemalves.com.br/10mais\\_03.php](http://www.rubemalves.com.br/10mais_03.php). Último acesso em 05/11/2013.

BUENO, Wilson. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo; Manole, 2003.

GONÇALVES, Marcio. **Comunicação pra quê?**, 1. Ed. São Paulo: All Print, 2007.

KWASNICKA, Eunice Laçava. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**.

MARTINIANO, Ricardo. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo; Manole, 2007.

NASSAR, Paulo. **Tudo é comunicação**. São Paulo: Lazuli Editora, 2004

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição –  
Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

**PORTAL ADMINISTRADORES. COMUNICAÇÃO INTERNA NAS ORGANIZAÇÕES.** Disponível em:  
<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/comunicacao-interna-nas-organizacoes/48150/>

**PORTAL RH. SEIS CANAIS DE COMUNICAÇÃO INTERNA RÁPIDOS, BARATOS E EFICIENTES** Disponível em:  
<http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Dicas/5720/seis-canal-de-comunicacao-interna-rapidos-baratos-e-eficientes.html>

**UNIFIA. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** Disponível em:  
[http://unifia.edu.br/revista\\_eletronica/revistas/gestao\\_foco/artigos/ano2014/art\\_cientifico\\_gestempresarial.pdf](http://unifia.edu.br/revista_eletronica/revistas/gestao_foco/artigos/ano2014/art_cientifico_gestempresarial.pdf)

**USF. A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA OBTENÇÃO DE RESULTADOS POSITIVOS NA ORGANIZAÇÃO** Disponível em:  
<http://lyceumonline.usf.edu.br/salavirtual/documentos/1664.pdf>