

<b>Curso</b>	<b>Gestão de Recursos Humanos</b>		
<b>Disciplina</b>	COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL E EMPRESARIAL	<b>Período:</b>	2º Período
<b>Professor(a):</b>	Jonas Santana Cavalcanti		
<b>Carga horária:</b>	60 horas	<b>Turma:</b>	GRH1



# COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL E EMPRESARIAL

## CONTEÚDO

- **A história da comunicação empresarial**
- **O público envolvidos**
- **As divisões da comunicação empresarial**
- **A comunicação interna**
- **Os públicos envolvidos na comunicação empresarial**



## Objetivos

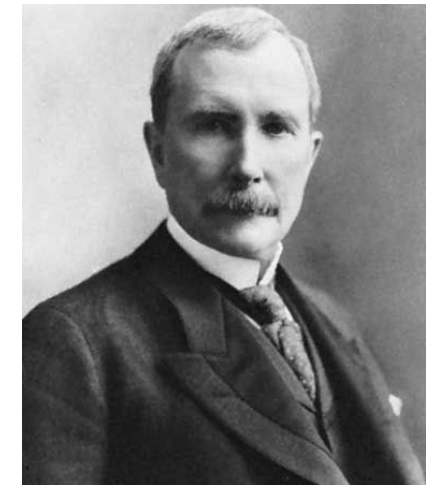
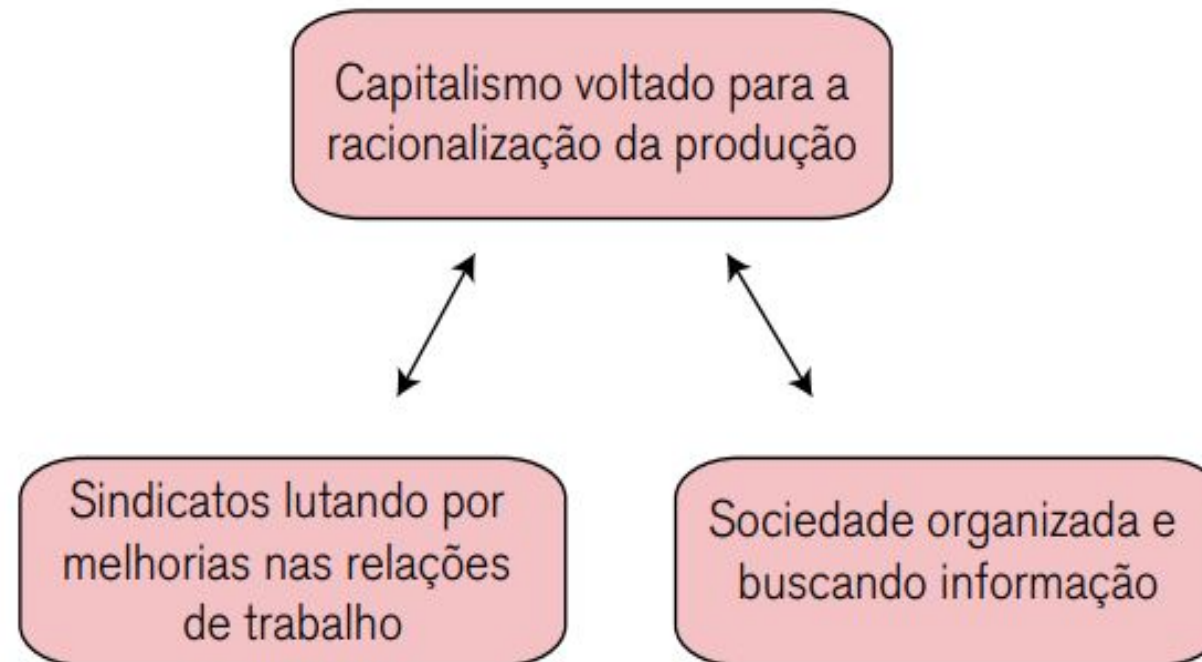


- **Estudar** a história das comunicações
- **Analisar** a comunicação organizacional
- **Aprender** sobre comunicação interna





## HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL



# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO



A primeira notícia que se tem a respeito data de 1906, quando um jornalista americano, chamado Ivy Lee, percebeu uma oportunidade de negócios diferenciada: assessorar empresários dos Estados Unidos a lidarem com a imprensa e, assim, construírem uma imagem mais positiva e favorável. Ivy Lee, que até então trabalhava numa redação de jornal, montou o que se considera o primeiro escritório destinado à atividade de assessoria de imprensa, que consiste em cuidar, basicamente, do relacionamento dos assessorados com a imprensa, por meio do envio de notícias e do atendimento de demandas dos repórteres que atuam em jornais, rádios, TVs e, claro, web



# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO



No Brasil, os primeiros registros da atividade não ocorreram muito mais tarde. Na verdade, há quem aponte o presidente Campos Sales, que governou entre 1898 e 1902, como o primeiro a utilizar os serviços de um jornalista, chamado Tobias Monteiro, do Jornal do Commercio, para divulgar a visita que fez à Europa. O jornalista viajou como secretário particular do presidente e publicou os relatos da viagem em jornais da época. Nilo Peçanha, por sua vez, entre 1908 e 1909, criou no Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio a Seção de Publicações e Biblioteca para registrar tudo o que o governo fazia na área e, claro, fornecer notícias à imprensa





# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

Nas empresas, a experiência começou com a chegada ao país de multinacionais, que aqui aportaram a partir dos anos 1950. A Volkswagen e a Rhodia são dois bons exemplos desse período. Ao chegarem ao país, trouxeram na bagagem a experiência de contar com estruturas de comunicação, tanto para o atendimento das demandas da imprensa quanto de seus funcionários, acionistas, governos etc.

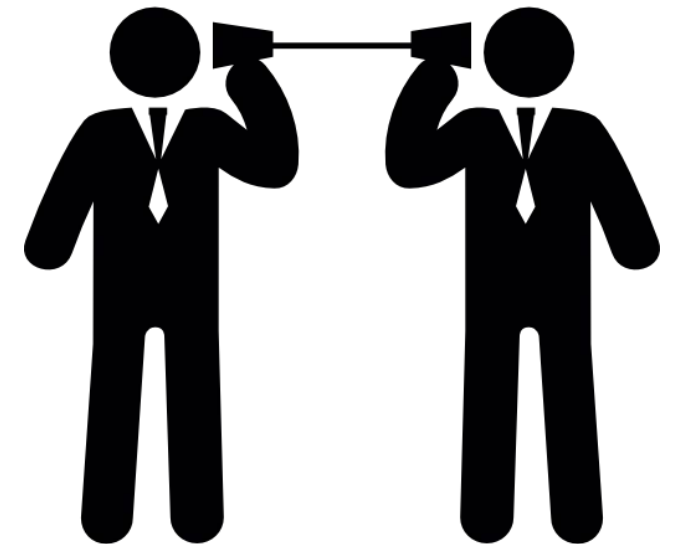




# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO



De acordo com Wilson da Costa Bueno (2003), a comunicação empresarial, pensada de forma mais abrangente, é relativamente recente. *“Na década de 1970, as empresas e associações, evidentemente, já se comunicavam (...). Mas seria prematuro imaginar que se tivesse verdadeiramente uma comunicação empresarial, no sentido amplo com que é conceituada hoje em dia”*. (BUENO, 2003: 3) O autor lembra ainda que a expressão **“comunicação empresarial”** era até desconhecida naquela época. Isso porque as atividades eram realizadas de forma isolada, com edição de informativos. Nada era articulado e muito menos pensado de forma integrada. As equipes, inclusive, eram muitas vezes distintas e não dispunham de qualquer planejamento comum





## AS VÁRIAS DIVISÕES DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

A comunicação empresarial é subdividida em

- comunicação interna,
- comunicação externa,
- assessoria de imprensa,
- comunicação interpessoal,
- comunicação interfuncional,
- comunicação informal.



MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação sem complicação como simplificar a prática da comunicação nas empresas.** Rio de Janeiro, Elsevier, 180p. 2004.

## As Divisões da Comunicação Interna

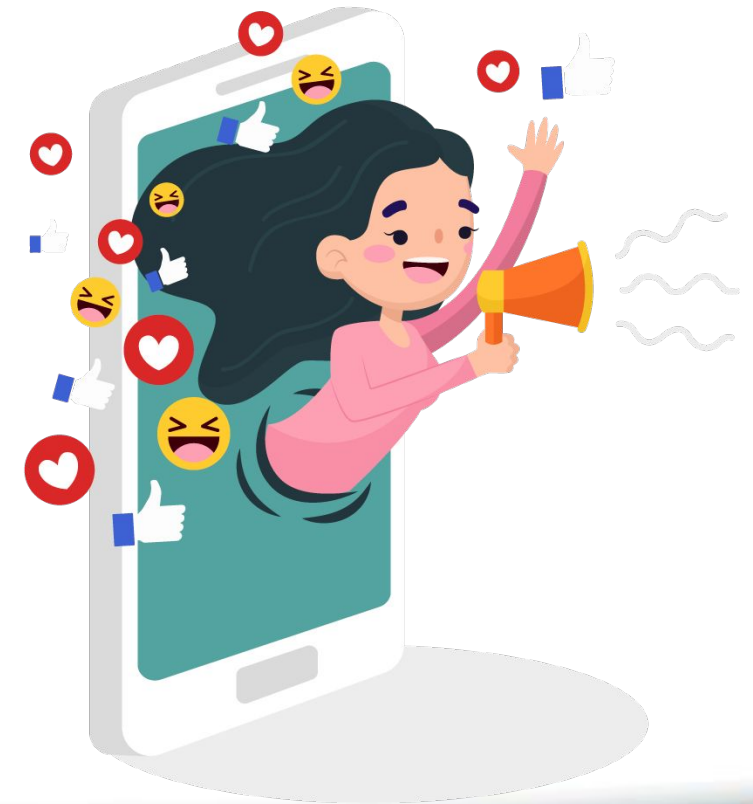


# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

## AS DIVISÕES DA COMUNICAÇÃO INTERNA



A **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** se refere a todas as formas de **COMUNICAÇÃO** que se desenvolveram e que servem de instrumento para que uma organização tenha condições de se relacionar e interagir com seus públicos. A maneira de utilizar a **COMUNICAÇÃO** deve estar em concordância com a mentalidade, **CULTURA ORGANIZACIONAL** e **FILOSOFIA DE TRABALHO** que conduzem a empresa.





# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO



## AS DIVISÕES DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Em uma empresa tradicional, moldada na disciplina mecanicista, a **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** exerce o papel de **engrenagem**, trabalhando com processo **rígido** e **burocrático**. Em uma empresa moderna, a **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** trabalha de forma orgânica e dinâmica.



# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

## AS DIVISÕES DA COMUNICAÇÃO INTERNA



### A COMPLEXIDADE

As abordagens e perspectivas que se desenvolveram nas últimas décadas procuraram demonstrar a importância e a complexidade da **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**. Os autores têm em comum, a atenção em estabelecer e analisar os seus diversos desdobramentos.

A partir dos anos 2000 houve uma enorme mudança neste tema. As organizações notaram a importância do fator humano para o sucesso dos negócios e, um dos componentes para chegar a um desempenho melhor, foi o desenvolvimento de uma **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL planejada e integrada**.



Comunicação  
Organizacional

Comunicação  
Interna

Comunicação  
Institucional

Comunicação  
Mercadológica

[As Divisões da Comunicação Interna – Prof. Luiz Roberto \(professorluizroberto.com\)](http://professorluizroberto.com)

Comunicação  
Organizacional

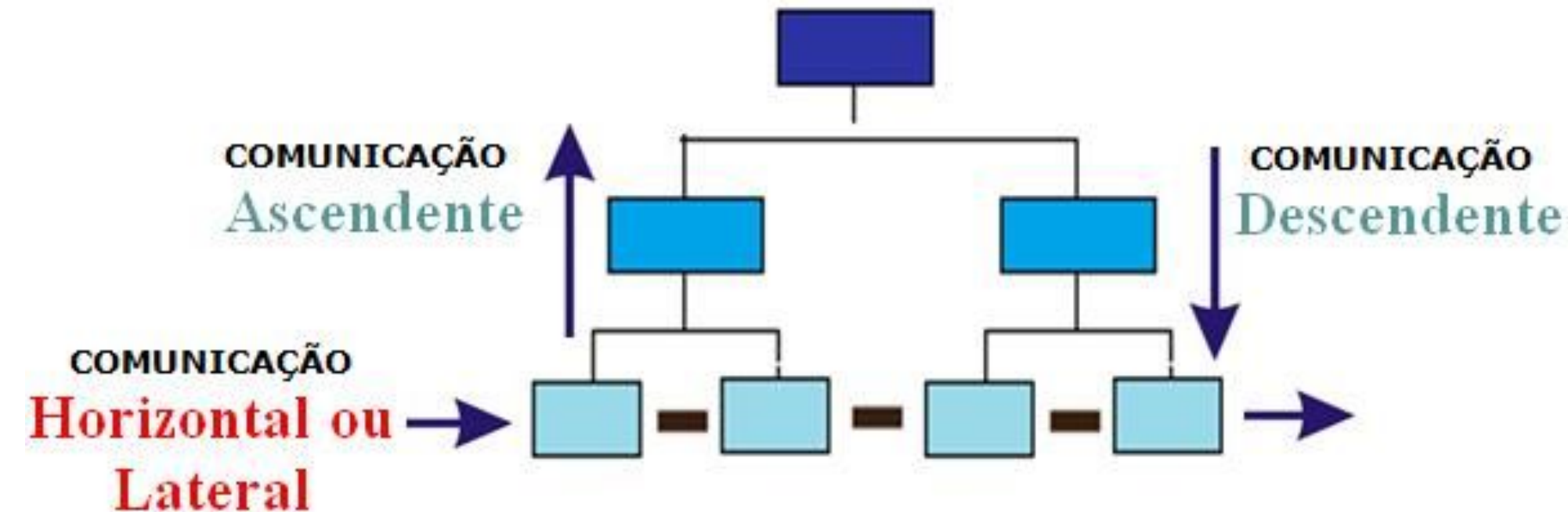


Comunicação  
Interna



Comunicação Administrativa  
Comunicação Formal  
Comunicação Informal  
Comunicação Interpessoal  
Comunicação Horizontal  
Comunicação Ascendente  
Comunicação Descendente





As Divisões da Comunicação Interna – Prof. Luiz Roberto ([professorluizroberto.com](http://professorluizroberto.com))

# AULA 04 E 05 – CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO



## OS PÚBLICOS ENVOLVIDOS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

As autoras Terciotti e Macareno (2013) lembram que França (2008) subdivide os **públicos essenciais não constitutivos** ou de sustentação em primários (fornecedores de matéria-prima, insumos básicos e colaboradores diretos) e **secundários** (terceirizados, temporários, cooperativas de trabalho, entre outros). **Já os públicos não essenciais são os que não estão ligados à atividade fim da organização.**





**Leitura e análise do artigo: Comunicação Corporativa: A Importância da Comunicação na Gestão das Empresas**