

## **COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA ESTAGIÁRIOS**

Danielly Santana Araújo<sup>1</sup>; Jéssica Martins de Santana<sup>2</sup>; Rita de Cássia Marques Lima de Castro<sup>2</sup>

1. Estudante do Curso de Administração; e-mail: daniellysaraujo@hotmail.com
2. Estudante do curso de Administração; e-mail: jessica\_jd.23@hotmail.com
3. Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; pesquisador no CORS-USP e NESPI-USP; e-mail: ritalimadecastro@gmail.com; rital@umc.br

Área do conhecimento: **Administração**

**Palavras-chave:** Comunicação empresarial; estágio; estagiário; redes de conhecimento.

### **INTRODUÇÃO**

O estágio pode ser o primeiro passo na carreira profissional, e gera expectativas que podem divergir da realidade e mesmo que muitos permaneçam o tempo máximo de contrato, dois anos, ainda assim são desvalorizadas, suas opiniões não são consideradas e na maioria dos casos, não são efetivados. Pergunta-se, então, por que a maioria dos estagiários não são efetivados? Pode haver, claro, inúmeros fatores que levam a não efetivação, no entanto, tem-se uma hipótese de que há um outro motivo, talvez mais impactante, mas pouco explorado, que é a questão da comunicação. Entende-se que o quadro atual, de baixa efetivação, está assim porque o estagiário não desenvolve ferramentas comunicacionais que permitam à organização conhecê-lo melhor, bem como compreender suas potencialidades. Assim, defende-se que a melhor forma de os estagiários se destacarem dentro da empresa é com a comunicação empresarial efetiva, isto é, com uma comunicação dotada de cunho estratégico, para que possam demonstrar seu potencial e tenham, mediante essa comunicação assertiva, maior probabilidade de serem conhecidos e efetivados.

### **OBJETIVOS**

O objetivo geral deste trabalho é identificar qual a forma de comunicação que o estagiário pode adotar dentro da organização para se destacar e atingir o seu objetivo. Como objetivos específicos, visando ao alcance do objetivo geral, tem-se: Realizar uma revisão de literatura sobre comunicação empresarial; analisar os diferentes tipos de comunicação empresarial, para identificar qual seria a forma mais efetiva de comunicação empresarial a ser adotada internamente pelos estagiários; mostrar aos estagiários uma forma de eles conseguirem seus objetivos: serem efetivados; reconhecidos; remunerados adequadamente e com aquisição de conhecimento na área de atuação.

### **METODOLOGIA**

A pesquisa realizada neste trabalho é classificada como exploratória e qualitativa, pois leva à aproximação com o tema, com o objetivo de dar informações sobre ele, por meio da arrecadação de dados, por meio da pesquisa bibliográfica em livros que tratam sobre o assunto, bem como artigos acadêmicos e trabalhos como dissertações de mestrado e teses de doutorado.

## RESULTADOS/DISCUSSÃO

O intento do estágio supervisionado é ampliar em cada estudante não somente a compreensão das teorias vistas durante a graduação, mas como sua aplicabilidade e a reflexão sobre a prática que se inicia neste momento. Nota-se que o estagiário mostra desespero para conseguir ser notado e por fim contratado se colocando até em situações subumanas, muitos abandonam o curso devido às cobranças do cargo. Observando essa situação foi possível notar que se os estagiários conhecessem algumas das técnicas da comunicação empresarial conseguiriam consolidar uma boa visibilidade e reputação na organização, por isso foi analisado todos os tipos de comunicação empresarial, suas características como também seus prós e contras, e visto que para ter uma boa comunicação empresarial é preciso saber analisar, planejar, ouvir e agir em acordo com as necessidades da empresa, valorizando, produtos, marcas e funcionários e com a criação de um planejamento de comunicação empresarial de forma eficiente, o que trará sucesso a organização. Para fazer uma comunicação eficaz é necessário definir o tema da conversa e o resultado que se quer obter garantindo que o receptor, além de receber e entender a mensagem, responda. O que evitaria uma das principais dificuldades enfrentadas pelas empresas, em relação à comunicação, a falta de *feedback* (resultado).

## CONCLUSÕES

Este presente trabalho visou responder à questão de como desenvolver uma estratégia de comunicação que seja efetiva, a ponto de permitir ao estagiário apresentar suas potencialidades para a organização e, conseqüentemente, aumentar as chances de ser efetivado. A revisão da literatura realizada demonstra que a comunicação é chave para persuadir as pessoas a acreditar num novo processo, no rumo da organização e até mesmo confiarem no locutor. Já quando a comunicação ineficaz, ela desfaz convicções, estímulos e interrompe carreiras. E para que os estagiários tenham uma comunicação empresarial eficaz precisam ter consciência profissional, apresentação adequada, compatibilidade de ação, pensamento e direcionamento. No entanto, não é possível afirmar que só com a comunicação os estagiários conseguiriam atingir seus objetivos: serem efetivados; remunerados adequadamente e com aquisição de conhecimento na área de atuação, principalmente pelo fato que para haver uma comunicação eficaz é necessário definir o tema da conversa e o resultado que se quer obter garantindo que o receptor, além de receber e entender a mensagem, responda, ou seja, é necessário que ambas as partes estejam capacitadas para dar e receber as mensagens de forma que sejam ouvidos e principalmente entendidos, sendo assim por mais que o estagiário se esforce em mandar mensagens de forma correta se o supervisor/ chefe não estiver apto a ouvir e entender de nada adiantará. É claro, que com uma comunicação eficaz trará inúmeros benefícios para a vida profissional além de se destacar, entretanto não significa que o estagiário alcançará todos os seus objetivos. É necessário haver mais estudos a respeito, inclusive com a aplicação de questionários, o que era uma intenção inicial desta pesquisa, mas não pode ser realizado por limitações temporais, dificuldades de acesso a uma base de dados que permitisse o envio de questionários, dentre outros fatores externos. Portanto, fica como recomendação para os futuros pesquisadores utilizarem questionário para saber com mais propriedade o quanto a comunicação afeta o desenvolvimento do estagiário dentro da organização, com enfoque também nos supervisores, que são uma peça fundamental de uma comunicação eficaz.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Marina Foresti; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Estagiário de Administração nas Organizações Brasileiras: um estudo comparativo entre a visão do aluno e das empresas. **Anais do SEMEAD**, 7. 2004. São Paulo: FEA/USP.

BOUSHEY, Heather; GLYNN, Sarah Jane. **There Are Significant Business Costs to Replacing Employees**. 2012. Disponível em: <https://www.americanprogress.org/wpcontent/uploads/2012/11/CostofTurnover.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2017.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Alinhando Teoria e Prática**. Barueri, Sp: Monole, 2014. 231 p.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **RAP**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 6, p. 1123-44, nov./dez. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/10.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2017.

JOHNSON, J. David. **Redes de conhecimento**. São Paulo: Senac, 2009. 440 p.

KUNSCH, Margarida Maria Kroling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003. 4.ed

LUIZARI, Katia. **Comunicação empresarial eficaz: Como falar e escrever bem**. 2. ed. Curitiba: Intersaberes, 2014.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação Empresarial Sem Complicação**. 3. ed. Barueri, Sp: Manole, 2014. 207 p. Prefácio de Idalberto Chiavenato.

SCALABRIN, Izabel Cristina; MOLINARI, Adriana Maria Corder. **A importância da prática do estágio supervisionado nas licenciaturas**. **Revista Científica**, Araras, p.1-12, dez. 2013. Anual. Disponível em: <http://revistaunar.com.br/cientifica/volumes-publicados/volume-7-no1-2013>. Acesso em: 06 fev. 2018.

THE HOLMES Report. **Employees Don't Receive Enough Information During Corporate Change**: Two-thirds of employees report not receiving enough information when their companies go through corporate change. 2013. Disponível em: <https://www.holmesreport.com/latest/article/employees-don't-receive-enough-information-during-corporate-change>. Acesso em: 14 maio 2017.

## AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos vão em primeiro lugar a Deus, pois sem Ele nunca teríamos a oportunidade de estar aqui e realizar esse projeto, além de que Ele nunca nos deixou desanimar e desistir. Em segundo lugar, agradecemos à professora Rita Lima de Castro, que nos incentivou e acreditou em nosso potencial, sem ela esse projeto não teria chegado ao fim, somos gratas por toda orientação e dedicação. Agradecemos também à nossa amiga Thamires, que esteve ao nosso lado nessa jornada, nos dando incentivos diversos. Reconhecemos também o apoio dos nossos colegas de classe que sempre torceram pela realização do nosso projeto desde o início. A todos, o nosso muito obrigada.