



# COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: BARREIRAS NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DE UM SALÃO DE BELEZA

Amanda Buratto 1  
Eduarda Vieira 2  
Luciana Aquino 3  
Monique Mallon 4

## INTRODUÇÃO

A comunicação é um processo que ocorre entre um emissor (fonte) e um receptor (destino), por meio de um canal onde há uma troca de símbolos verbais e não verbais, com o intuito de compartilhar informações e experiências. Surgem então as barreiras no meio deste processo, que interferem na compreensão da mensagem recebida. São elas: pessoais, físicas e semânticas. Estas barreiras variam em sua qualidade e significado. Para que seja resolvido o problema é importante identificá-lo e em seguida tomar uma atitude para que se possa superá-lo (STONER E FREEMAN, 1985).

## OBJETIVO

O presente trabalho tem como objetivo diagnosticar as barreiras existentes no processo de comunicação da empresa Werner Coiffeur e compará-las com o que foi discutido em sala de aula na disciplina de Modelos de Gestão.

## METODOLOGIA

Essa pesquisa de caráter descritivo utilizou como técnica de coleta de dados entrevistas com colaboradores a fim de descobrir como funciona a comunicação do salão de beleza Werner Coiffeur e quais as barreiras existentes no processo de comunicação da empresa.

## DESENVOLVIMENTO

Ter uma comunicação empresarial eficiente vem sendo um dos grandes desafios dos gestores na atualidade. Contudo, o processo de comunicação pode apresentar barreiras que dificultam a compreensão da mensagem pelo receptor. Considera-se que as barreiras podem se classificar como: pessoais, semânticas e físicas. A barreira pessoal ocorre devido interferências barreiras pessoais certos hábitos falhos na hora de ouvir, envolvendo emoções e outros tipos de sentimentos pessoais; barreiras semânticas, em que o receptor tem problemas em interpretar gestos e sinais de linguagem corporal utilizada e a barreira física, Ruídos no ambiente externo, um instrumento de trabalho(secador) decorrer da conversa, a distância física entre a fonte e o destinatário (STONER E FREEMAN, 1985).

No salão de beleza Werner Coiffeur, identificamos por meios de entrevistas realizadas com os colaboradores, um consenso que existem falhas na compreensão de informações repassadas, com deficiência principalmente nos 3 tipos de barreiras apresentados.

Ficou evidente nas entrevistas que uma das maiores deficiências na comunicação da organização encontram-se no campo da semântica, havendo distorções recorrentes das informações repassadas para os colaboradores. Vale ressaltar também a barreira pessoal, principalmente na escolha dos canais, a falta feedback imediato e periodicidade das reuniões. Tudo isto acaba atrapalhando a organização na busca de uma comunicação mais eficiente.

Com base no relatado, uma boa forma de melhorar a comunicação na organização é a utilização de mais canais de comunicação, utilizar mais os e-mails, aumentar periodicidade das reuniões e dar feedbacks mais instantâneos.

Figura 1 – Funcionamento das Barreiras de comunicação



Fonte: Chiavenato (2002, p. 102)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é uma das partes mais importantes para uma empresa, que deve ser feita de forma eficiente e eficaz, para que não haja desperdícios de recursos e que se chegue a um bom resultado. Se comunicar com todos os funcionários, em uma reunião geral e depois com cada um de seus setores, é essencial para que cada um receba suas devidas funções e que se crie um ambiente de trabalho harmonioso e sem conflitos. Da mesma forma como deve haver o feedback, para que o administrador saiba se as instruções que foram enviadas para os membros da equipe foram recebidas, compreendidas e realizadas com sucesso.

1 Graduando em Marketing. Faculdade Cesusc amandaburatto@hotmail.com  
2 Graduando em Marketing. Faculdade Cesusc e-mail: eduardaartman@hotmail.com  
3 Graduando em Marketing. Faculdade Cesusc e-mail: luciana\_aqn@hotmail.com  
4 Mestre em Administração. Faculdade Cesusc e-mail: monique.mallon@cesusc.edu.br

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

STONER, James AF; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.