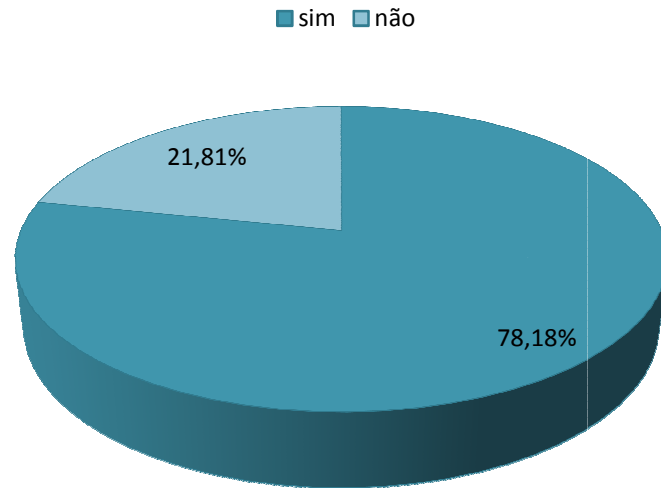


sempre correspondente à forma de ser daquilo que a engendra, neste caso, a empresa ou instituição”. (CARDOSO, 2007, p.1132)

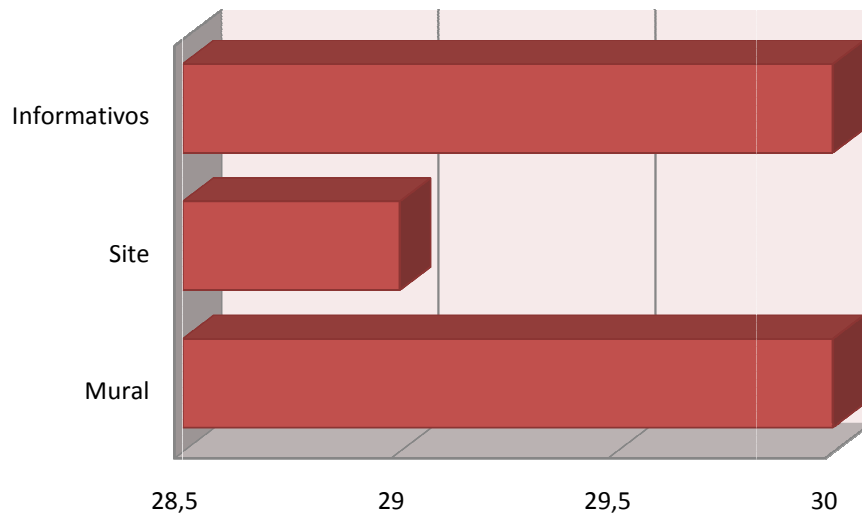
Gráfico 8 - Quantidade de mensagens



Fonte: Dados da pesquisa de campo (2012)

Com relação a quantidade de mensagens distribuídas dentro da instituição 78,18% responderam que são suficientes, já 21,81% se consideram insatisfeitos com a situação. Constata-se a partir desses percentuais positivos a respeito da quantidade de informações veiculadas que a comunicação está desempenhando suas funções. Uma vez que, os fluxos de comunicação internos atuam como ferramentas de difusão dos interesses dos funcionários e da organização.

Gráfico 9 - Canais de informações úteis



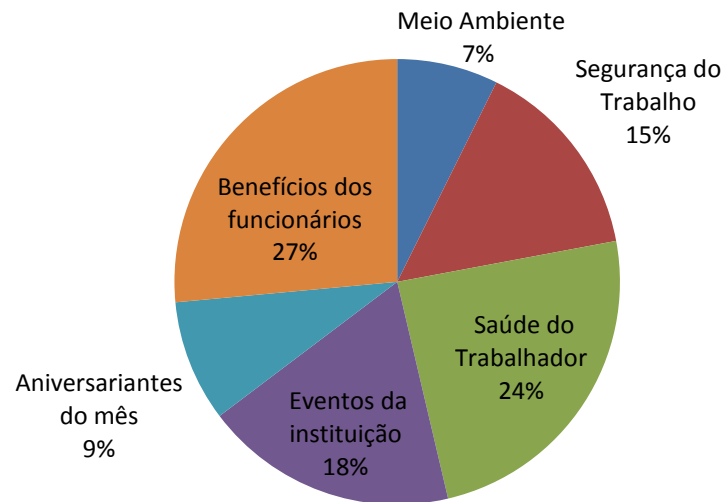
Fonte: Dados da pesquisa de campo (2012)

Quando foram perguntados sobre as mídias internas que traziam informações úteis para o seu dia-a-dia de trabalho 54,45% optaram pelo mural, 52,72 % responderam que site da instituição é o canal mais favorável e 54,45% deram destaque aos informativos. Assim, temos que a mesma quantidade de pessoas escolheram mais de uma opção, o mural e os informativos, de modo que, o fluxo de informações se torna mais eficiente nesses dois suportes. Ainda percentual de pesquisados considerável acessa o site da instituição, o que denota a utilização das novas mídias digitais no ambiente das organizações.

De acordo com Kunsch (2003) uma comunicação interna participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixas 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. Com um olhar para dentro e para fora, ele acompanhará de forma consciente a dinâmica da história.

A veiculação de informações benéficas para o cotidiano dos funcionários é papel da comunicação interna, visto que permite a interação entre gestão e funcionários. Para isso o gestor de comunicação interna possui a missão de conhecer de forma geral a empresa e seus empregados, o conhecimento do interior vai ser refletido na qualidade dos conteúdos oferecidos ao público-alvo.

Gráfico 10 - Informações úteis que deveriam estar nos canais

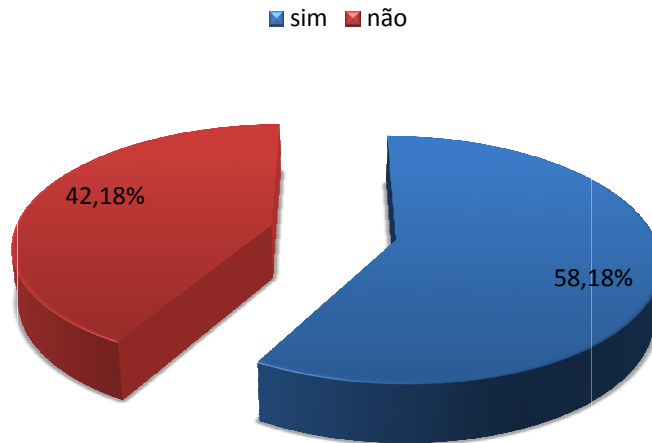


Fonte: Dados da pesquisa de campo (2012)

Ao serem perguntados acerca dos temas que deveriam estar disponíveis nas mídias internas (mural, site e informativos) o interesse maior foi voltado para os benefícios dos funcionários representando 27% das respostas. Em seguida, a saúde do trabalhador também é apontada por 24% dos pesquisados. Os eventos da instituição correspondem a um percentual de 18% do total de respostas e em seguida a segurança do trabalho conta com 15% dos temas privilegiados. E por último os aniversariantes do mês e o meio ambiente representam, respectivamente, 9% e 7% do total.

Todos os temas são relevantes no processo da comunicação interna, mas, os benefícios dos funcionários é o principal assunto destacado pelos sujeitos da pesquisa. Isso denota que os empregados têm interesse na circulação de temáticas que esclareçam seus direitos dentro da instituição.

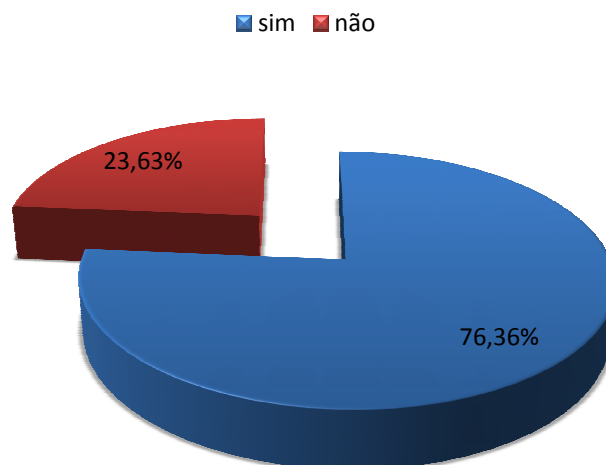
Gráfico 11 - Cadastro no sistema de dados online da assessoria



Fonte: Dados da pesquisa de campo (2012)

A pesquisa buscou identificar a quantidade de funcionários que possuem e-mail cadastrado no banco de dados da assessoria de comunicação constatou-se que 58,18% possuem esse cadastro, enquanto 42,18 % não possuem. A maioria está ligada as informações disponíveis e enviadas pela assessoria via e-mail, porém foi constatado que o percentual de funcionários não cadastrados é considerável.

Gráfico 12 - Conhecimento o portal online da instituição



Fonte: Dados da pesquisa de campo (2012)