

**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE  
SERGIPE - FANESE  
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO – NPGE  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO “LATO SENSU”  
ESPECIALIZAÇÃO EM MBA EM GESTÃO DE PROJETOS**

**VIVIAN FRANÇA FARIAS**

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA NA  
CONSTRUTORA CONSTRUIR S/A**

**Aracaju – SE**

**2009**

**VIVIAN FRANÇA FARIAS**

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA NA  
CONSTRUTORA CONSTRUIR S/A**

**Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Núcleo de pós-  
graduação e Extensão da FANESE,  
como requisito para obtenção do título  
de Especialista em MBA em Gestão de  
Projetos**

*Orientador*

**Aracaju – SE**

**2009**

VIVIAN FRANÇA FARIAS

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA NA  
CONSTRUTORA CONSTRUIR S/A**

*Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação e Extensão – NPGE, da Faculdade de Administração de Negócios de Sergipe – FANESE, como requisito para a obtenção do título de Especialista em MBA em Gestão de Projetos*

---

Nome completo do Avaliador

---

Nome completo do Coordenador de Curso

---

Nome completo do Aluno

Aprovado (a) com média: \_\_\_\_\_

Aracaju, 11 de setembro de 2009.

## RESUMO

A comunicação é um canal ou processo específico através do quais as pessoas se relacionam na transmissão e recepção de dados com significados, e estes servem para reduzir a incerteza a respeito de algo. A informação é importante no processo organizacional interno e não apenas no seu fluxo, mas principalmente quando são bem definidas e claras as políticas estratégicas de comunicação, onde tais informações estão ordenadas, otimizadas, encaminhadas através de canais específicos e direcionadas para o alcance de objetivos. Este artigo trata de uma pesquisa sobre o relativo papel do sistema de comunicação no que tange à tomada de decisão pelos gerentes da construtora contruir S/A. Ao estudar a comunicação interna, nota-se o quanto é importante para uma empresa utilizar ferramentas a fim de executar suas funções administrativas. Quando se pratica, vive-se a realidade de estar numa grande empresa competidora, num ambiente instável, passando por situações turbulentas, tem-se a certeza que os sistemas de comunicações são essenciais neste mundo veloz, cheio de situações problemáticas e complexas. Toda organização está inserida num mercado altamente competitivo. A Comunicação Interna tem uma função importante, no sentido de fazer circular as informações novas, promover o debate e a interação entre os vários segmentos da organização e, sobretudo, capacitar os funcionários para os novos desafios. Apresentando-se essa necessidade, ver-se como fatores importantes o processo de capacitação de seus funcionários com o objetivo de melhorar o fluxo de informações dentro da empresa.

**Palavras-chave: Comunicação, Canais e Cultura.**

## SUMÁRIO

<b>RESUMO .....</b>	<b>04</b>
<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>06</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>09</b>
<b>2.1 Gestão da Comunicação nas Organizações .....</b>	<b>09</b>
<b>2.2 Processos Comunicacionais nas Organizações.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Auditoria Cultural.....</b>	<b>11</b>
<b>2.4 Comunicação Interna.....</b>	<b>12</b>
<b>2.5 Sistemas Comunicacionais .....</b>	<b>15</b>
<b>3 CONCLUSÃO.....</b>	<b>17</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>18</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo estabelecer uma abordagem prática sobre a comunicação e o sistema de informação da empresa Construir S.A. A comunicação é um canal ou processo específico através do quais as pessoas se relacionam na transmissão e recepção de dados com significados, e estes servem para reduzir a incerteza a respeito de algo.

A informação é importante no processo organizacional interno e não apenas no seu fluxo, mas principalmente quando são bem definidas e claras as políticas estratégicas de comunicação, onde tais informações estão ordenadas, otimizadas, encaminhadas através de canais específicos e direcionadas para o alcance de objetivos.

Este trabalho terá como tema a construtora Construir S/A que é um empresa de grande porte que atua desde 1958 na área de incorporação e construção civil, tendo como principal negócio a construção de empreendimentos residenciais entre condomínios de casas, prédios residenciais e comerciais.

Este Trabalho tem com objetivo geral analisar a cultura e o processo de comunicação interna na Construtora, identificar as ferramentas de comunicação e a utilização por parte dos funcionários, buscando melhorias para o alcance de resultados.

- ✓ Analisar a atual Cultura da empresa
- ✓ Estudar o Processo de comunicação interna
- ✓ Identificar os meios de comunicação
- ✓ Verificar as relações humanas.

A empresa tem como missão promover a qualidade de vida das pessoas através de empreendimentos imobiliários e sua composição societária é composto pelo Diretor presidente: Luciano Vasconcelos. Diretor vice-presidente Angélica Vasconcelos. Em 2005, a construtora abriu duas filiais fora do estado, sendo uma em Feira de Santana (BA) e a outra em Maceió (AL). Neste ano, expandiu a sua atuação, lançando mais uma filial no território baiano, localizada em Salvador (BA).

As decisões são descentralizadas nos encarregados de cada setor, porém supervisionadas pelas diretorias: administrativa, marketing, engenharia e financeira, além de

uma política de gestão que visa à satisfação dos clientes e a credibilidade dos serviços. Tendo como meta a eficiência na gestão empresarial e no desenvolvimento humano buscando qualidade de vida de acordo com a aplicação e respeito das leis nacionais, a quase totalidade do corpo gerencial possui MBA pela Fundação Getúlio Vargas.

Uma das maiores construtoras do nordeste, a Construir S/A tem como marca a qualidade de vida. Mais que um slogan, é um ideal que norteia todas as ações da empresa e seu relacionamento com funcionários, parceiros, clientes e toda a comunidade.

A Construir S/A adquiriu o sistema SAP líder de mercado, buscando um controle de todos os processos envolvidos no segmento o qual fornecerá uma integração dos dados administrativos.

Em seu clima organizacional, a Construir S/A tem seus valores voltados para as relações interpessoais, proporcionando uma maior interação entre os funcionários e a hierarquia, criando uma maior confiabilidade e tornando o clima familiar, melhorando a comunicação, o que ajuda na execução das atividades. Por se tratar de uma empresa cujo quadro de funcionários muito grande, a comunicação é feita através da intranet, onde as informações acontecem de forma mais rápida e segura através de e\_mail.

A construtora já está entre as terceiras maiores do Norte-Nordeste, segundo o ranking da engenharia brasileira, com seu domínio em tecnologia de ponta se permite estar presente em qualquer praça do país, hoje domina o mercado Nordestino.

A Construir S/A possui hoje cerca de 8.373.00 clientes em carteira e está sempre investindo em tecnologia das construções e em inovações arquitetônicas a fim de satisfazer uma clientela cada vez maior. Como resultado das ações de educação e desenvolvimento, os colaboradores elevaram sua produtividade, conseqüentemente trazendo ganhos para a construtora. O índice de entregas dos empreendimentos dentro do prazo e o índice de aceitação do cliente na vistoria, por exemplo, aumentaram significativamente.

A construtora Construir S/A está sempre investindo em tecnologia das construções e em inovações arquitetônicas, a fim de satisfazer um público cada vez maior, que busca sempre conforto e segurança associados ao prazer de morar bem.

Toda organização está inserida num mercado altamente competitivo. A Comunicação Interna tem uma função importante, no sentido de fazer circular as informações novas,

promover o debate e a interação entre os vários segmentos da organização e, sobretudo, capacitar os funcionários para os novos desafios. Apresentando-se essa necessidade, ver-se como fator importante o processo de capacitação de seus funcionários com o objetivo de melhorar o fluxo de informações dentro da empresa.

No que diz respeito à empresa Construir S/A, foi identificado os seguintes problemas: A existência de barreiras e resistências que impedem a fluidez do processo; a adequação da política de comunicação aos interesses da organização, o nível de consciência dos empregados e gestores sobre os caminhos e canais de comunicação e a importância da informação chegar ao destino desejado.

Foi identificado que as possíveis causas para esses problemas seja a influência da cultura, do estilo das relações humanas praticado, do nível de transparência com que são tratados os problemas, decisões metas e objetivos. Com isso a empresa pode estar perdendo clientes, e os funcionários oportunidades de crescimento.

Acredita-se que o projeto desenvolvido poderá contribuir para um melhor resultado na estratégia da empresa, onde seu enfoque não será somente a comunicação, mas todos os fatores que tem grande influência, como as atitudes, cultura, comportamento, satisfação, entre outros. Vale ressaltar ainda a importância desse projeto para melhorar o aproveitamento organizacional, proporcionando melhor qualidade de trabalho, satisfação e conseqüentemente maior produtividade.



## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

Este trabalho tem abrange o estudo das relações de trabalho através da comunicação nas organizações atuais, através de estudos teóricos sobre a gestão comunicacional que as empresas vêm utilizando e os processos comunicacionais internos da organização e sua colaboração no que diz respeito à aprendizagem organizacional.

### 2.1 Gestão da Comunicação nas Organizações

Durante anos, as principais preocupações dos gestores da empresas estavam centralizada na tradicional comunicação formal “*top-down*”<sup>1</sup>, a comunicação sendo fiel às hierarquias e aos fluxos burocráticos das organizações. A comunicação informal era como uma ameaça à eficiência da organização, atualmente a situação é outra nas organizações modernas, nas quais a comunicação informal assume um papel importante para a eficiência organizacional.

Sobre a gestão de Chiavenato (2004, p.431) diz:

A comunicação organizacional constitui o processo específico através do qual a informação se movimenta e é intercambiada entre as pessoas dentro de uma organização. Algumas comunicações fluem na estrutura formal e informal, outras descem ou sobem ao longo da hierarquia, enquanto outras se movimentam na direção lateral ou horizontal. Modernamente, com a tecnologia do computador, os fluxos de comunicação estão se intensificando em todos os sentidos.

No entanto, fazendo referencia ao descrito acima, entende-se que a comunicação organizacional é um processo através dos quais o membro da organização, obtém as

---

<sup>1</sup> top-down: Mostra o sentido que alguma ordem, implementação ou mudança é realizada dentro da empresa, neste caso, da direção para os operários. Seu inverso é Botton-up.

informações pertinentes sobre ela e as mudanças que nela ocorrem, na perspectiva deste autor, a comunicação organizacional desempenha uma função de fonte de informação para os membros da organização. A informação se distribui de forma contigencial, sendo alteradas de acordo com seu fluxo ao longo do seu processo.

Para Nassar (2004; p. 31):

Aos gestores cabe prestar atenção às 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 estimulados por uma comunicação interna que os despreza ou subestima.

De acordo com o autor acima, o líder precisa estar sempre atento as mudanças ambientais externas, para gerenciar pessoas com diferentes valores em prol de uma mesma missão. A comunicação organizacional eficaz implica na competência de se fazer entender no papel de líder da equipe, favorecendo a negociação interna, vivenciando experiências que favoreçam o seu auto-desenvolvimento e de sua equipe de trabalho e exercitando o *feedback*<sup>2</sup> aos colaboradores.

A Comunicação interna mudar a forma de pensar do colaborador, dando-lhe um conhecimento sistêmico do processo. As ações da empresa devem ter sentido para os seus colaboradores, para que eles se encontrem nos processos de comunicação interna e assim conseqüentemente encontrem respostas para a sua posição dentro da empresa. Assim, o funcionário, ficara ciente do seu papel dentro da organização e desempenhara as suas tarefas com mais ênfase e eficácia.

## 2.2 Processos Comunicacionais nas Organizações

---

<sup>2</sup> Feedback : “*Feedback*” é uma palavra inglesa, que traduzida significa realimentação. É o retorno que é dado no processo de comunicação. O “*feedback*” é a única alternativa existente para se ter certeza que fomos claros em nossa expressão. Para ter o *feedback*, é bom questionar se está sendo compreendido, se está sendo claro.

Com o avanço da tecnologia o ser humano vive de incertezas da comunicação, a velocidade da informação e o processo comunicacional, estão se tornando cada vez mais complexos e mais difíceis de interpretar.

Segundo Baker (2002, p.82), Tradicionalmente a função básica da comunicação era modificar o conhecimento e o comportamento do receptor, informando-o, dirigindo-o, regulando-o, socializando-o e, sobretudo persuadindo-o. Tendo em vista a colocação acima, o processo comunicacional é reduzido a uma questão de transporte, no qual as mensagens e significados são tratados como meros sinais a serem identificados e decodificados por um receptor.

A comunicação significa a atividade humana, caracterizada pela transmissão e recepção de dados e informações entre pessoas e a forma pelo qual essas mensagens são interpretadas a partir da troca de informações geradas.

Para Chiavenato (2004, p.421):

O processo de comunicação é sistêmico, pois cada etapa constitui um subsistema ou parte integrante do conjunto. Na prática, a comunicação deve ser considerada um processo bidirecional para que seja eficaz. (...) Uma comunicação eficaz ocorre quando o destino decodifica a mensagem e agrega um significado a ela que se aproxima da informação ou idéia que a fonte tentou transmitir.

Conforme citado pelo autor, a descrição clássica do processo de comunicação define um emissor ativo e um receptor passivo integrantes de um processo intencional que tem como objetivo persuadir através de seu conteúdo. Assim como a fonte precisa do codificador para traduzir seus objetivos em forma de mensagens, para expressar seu objetivo num código, o receptor precisa do decodificador para retraduzir, para decifrar a mensagem e pô-la de forma que possa usar.

### 2.3 Auditoria Cultural

A auditoria cultural oferece à empresa uma visão simplificada do que os funcionários realmente pensam sobre o clima ético em seu local de trabalho. Acredita-se que os valores anunciados são raramente vividos e que tendem a não encontrar respaldo em ninguém – nem em líderes, em gerentes ou em funcionários na empresa.

A cultura de uma organização começa a se formar a partir de quando ela é fundada, sendo ela um dos fatores mais importante e que influencia diretamente na forma que as pessoas agem e se comunicam dentro de uma empresa. A cultura de uma organização evolui ao longo dos anos afetando as empresas e as pessoas de forma imprevisível.

Dentro da cultura dominante existem subculturas que expressam os valores centrais comuns à maioria dos membros da organização. A existência dessa cultura dominante permite os “significados comuns” entre as pessoas. (ROBBINS, 2002).

A Cultura Organizacional é na verdade a identidade da empresa, isso faz com que uma se diferencie da outra, é muito comum haver choques culturais entre empresas.

No entanto, as culturas podem ser modificadas ao longo do tempo evitando as prováveis crises. Quando a empresa passa por uma crise dramática a cultura da empresa é questionada e uma nova liderança com novos valores pode ser considerada mais capaz. Nas organizações pequenas e jovens é mais fácil a comunicação de valores, a cultura fraca, quanto menos for dividida pelos membros da organização, menor a concordância sobre seus valores – mais fraca é esta cultura. (ROBBINS, 2002).

Portanto a forma que a empresa faz os seus negócios, a maneira como ela trata seus clientes internos e externos é expressa pela essência da cultura de uma empresa.

#### 2.4 Comunicação Interna

O processo de comunicação interna causa efeitos positivos ou negativos no processo de comunicação externa, uma comunicação interna com efeitos negativos poderá influenciar diretamente na imagem da empresa perante o mercado em que esta inserida.

Dentro de uma organização a falta de dialogo, da troca de idéias, opiniões, sentimentos impressões e a própria falta de cultura, são o grande problema que prejudica o funcionamento de uma empresa. A comunicação corporativa é um processo diretamente ligado à cultura da empresa, ou seja, aos valores e ao comportamento das suas lideranças e às crenças dos seus colaboradores (MATOS, 2005).

Para uma comunicação interna eficiente e eficaz, é fundamental que a empresa conheça a fundo seu público interno, para isso é necessário um contato pessoal, em que seja estabelecida uma relação de confiança para que sejam expostas as expectativas, interesses e ansiedades entre a organização e o seu público interno. É importante que o emissor da informação tenha acesso aos conhecimentos do receptor sobre os assuntos a serem abordados.

Segundo NASSAR (2004; p. 79)

As empresas devem procurar equilibrar suas inúmeras formas de comunicação, em que falar com os funcionários é tão importante quanto com os consumidores. A comunicação para dentro e para fora da empresa é um sistema único, do mesmo corpo, que gera percepções (boas ou ruins) para os diferentes públicos estratégicos da organização.

Conforme o prescrito pelo autor é importante que as informações sejam passadas da maneira mais rápida e mais clara possível para que não sejam passadas informações erradas ou distorcidas, a importância da utilização dos diversos canais da comunicação pode tornar este processo mais eficiente e as barreiras superadas, permitindo a intervenção dos funcionários na apresentação de sugestões para a melhoria da comunicação na empresa.

Todos os funcionários independentemente do nível hierárquico ocupado dentro da empresa, são comunicadores, e estão sempre interagindo dentro do processo, mesmo através da comunicação informal. A integração de todos os envolvidos dentro da empresa é fundamental para a qualidade da comunicação interna.

### Ruídos da Comunicação

As empresas e os sistemas organizacionais são envolvidos por todos os tipos de problema da comunicação, as informações não chegam ao seu destino, e quando chegam são distorcidas. Para uma empresa do mundo moderno a comunicação exige agilidade, clareza, confiabilidade e segurança.

Os Sistemas organizacionais e empresas vivem à volta com problemas de comunicação, informações que não chegam se alternam a informações que chegam distorcidas. Na esfera produtiva, a eficiência na comunicação exige agilidade, confiabilidade e segurança.

Nas organizações a qualidade na comunicação deve partir da individualização do processo em virtude das naturais diferenças existentes dentro da empresa, como as experiências, os interesses, o grau de motivação, escolaridade e outros, a comunicação tem que ser feita de pessoas para pessoas, essa comunicação feita para a “media” do público, geralmente são as que geram mais problemas do que benefícios. (RUGGIERO, 2002).

Uma comunicação dentro de uma organização dificilmente ocorrerá sem nenhum tipo de problema, esses problemas são chamados de barreiras na comunicação. Essas barreiras que acabam sendo restritas e limitadas podem acontecer dentro de qualquer processo de comunicação. Quando feita uma informação a mensagem não chega íntegra ao receptor, causando diferentes formas de tradução da mensagem. A organização tem que inicialmente remover estas barreiras para criar um ambiente comunicativo, aberto e claro para os colaboradores. Para tanto, é necessário que a comunicação seja incentivada pelos administradores das empresas.

A comunicação efetiva só se estabelece em clima de verdade e autenticidade. Caso contrário, só haverá jogos de aparência, desperdício de tempo e, principalmente, uma "anti-comunicação" no que é essencial/necessário. Porém, não basta assegurar que a comunicação ocorra. É preciso fazer com que o conteúdo seja efetivamente aprendido de forma clara para que as pessoas estejam em condições de usar o que é informado. (RUGGIERO, 2002).

Os processos comunicacionais criam ferramentas e processos para que informações cheguem ao receptor sem o mínimo de interferência. Como isso se origina no próprio universo subjetivo do receptor, favorecendo de um lado o objetivo da comunicação e, de outro, o conhecimento sobre como estão sendo percebidas as mensagens. A preocupação com o que está sendo dito e se está sendo claro e fixado é essencial.

O processo de comunicação é relativamente simples, porém existem muitas interferências no processo, que chamamos obstáculos ou barreiras que impedem que a mensagem original seja igual à mensagem final. Por exemplo, o emissor envia a mensagem ao receptor que a recebe, porém a comunicação não é compreendida como o emissor pensou inicialmente.

## 2.5 Sistemas Comunicacionais

A cultura organizacional representa as percepções dos dirigentes e funcionários da organização e reflete a mentalidade que predomina na organização. Os sistemas de comunicação contribuem para que a empresa torne-se competitiva, devido ao fato de que suas atividades são realizadas por pessoas e que a política de comunicação adotada pela organização irá influenciar no desempenho dos mesmos; em outras palavras, as pessoas atuarão de acordo com as informações que recebem, podendo ou não provocar conflitos.

Segundo Kunsch (2003, p.69)

O sistema comunicacional é fundamental para o processamento das funções administrativas internas e do relacionamento das organizações com o meio externo. Esse é o primeiro aspecto a ser considerado quando se fala em comunicação nas organizações.

Conforme o exposto pelo autor o processo comunicativo das organizações é afetado pelo aspecto relacional da comunicação, ou seja, tratam-se de processos entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações. Isso tudo significa que no dia – a – dia as organizações, interna e externamente, sofrem interferências e condicionamentos variados, dentro de uma complexidade difícil até de ser diagnosticada, dado o volume e os diferentes tipos de comunicações existentes.

Para Kunsch, (2003, p.161) “A comunicação não é simplesmente uma transmissão de informações” A primeira constatação a ser feita nesse sentido é perceber a comunicação interna enquanto uma área estratégica. Para que aquela visão possa ser absorvida não só pela cúpula diretiva, mas também pelos agentes internos envolvidos, é necessário que os gestores da comunicação a percebam enquanto um ato de comunhão de idéias e de estabelecimento de diálogo. A comunicação estratégica pressupõe uma autêntica cultura de comunicação na organização. Não pode ser estratégica apenas pela ação (ou desejo) de sua equipe profissional. Se ela faz parte da estratégia, está umbilicalmente associada ao dia-a-dia da organização e inclui todas as pessoas que fazem parte dela.

Os sistemas Organizacionais devido ao fato das atividades das empresas serem realizadas por pessoas e que a política de comunicação adotada pela organização contribuem para que a empresa torne-se competitiva e influencia o desempenho das mesmas. As pessoas trabalham de acordo com as informações recebidas, podendo ou não, provocar conflitos no ambiente da empresa.



### 3. CONCLUSÃO

Dentro do propósito que está inserido, acredita-se que o presente projeto venha contribuir para que a comunicação interna da Construir S/A e fazer com que a comunicação existente hoje na empresa deixe de ser um ponto fraco e alia-se aos demais setores, tornando-se assim uma ferramenta imprescindível para a obtenção de resultados.

Em uma empresa geralmente os colaboradores tem formações e padrões de linguagens diferentes. Ou seja, as palavras significam coisas diferentes dependendo da idade, educação, formação e cultura. Dependendo da forma e termos utilizados numa mensagem entre duas pessoas com perfil diferentes podem prejudicar a eficácia da comunicação.

A Comunicação Interna é responsável por fazer circular as informações, e o conhecimento dentro da empresa de todas as formas.

Atualmente as empresas estão dedicando à maior parte do seu tempo em comunicação e esta comunicação esta sendo estendida por diretores e presidentes, não só mais como forma de preservar a sua imagem, mas também como forma de agregar mais valor e esta na ativa no mercado altamente competitivo.

Conclui-se que uma empresa para ter uma comunicação eficaz, tem que estar preparada e preparar os seus colaboradores para ter capacidade e habilidades para interpretar, ouvir e aceitar os diferentes estilos e formar de comunicação. A excelente comunicação interna é considerada um grande ativo da empresa, pois uma empresa que se dedica a comunicação tende a criar um ambiente de trabalho mais propício a criatividade, inovação e aprendizagem.

## REFERENCIAS

VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios em Administração**. São Paulo, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. São Paulo, 2004.

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

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

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração : Mudanças e Perspectivas**. São Paulo, 2002.

RUGGIERO, Alberto Pirró. **Qualidade da comunicação interna**. São Paulo, 2002

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999

LAKATOS, E. M.. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. – São Paulo: Atlas 2005.