

CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO

DOI: 10.5281/zenodo.17460675

Ana Maria Fernandes Pereira Oliveira¹

Maria da Costa Oliveira Soares²

RESUMO

Esta investigação é classificada como um estudo bibliográfico, visando examinar a influência da cultura na construção do clima organizacional. A escolha desse tema decorre do interesse em explorar como os custos atuam como fator determinante no processo decisório. O intuito é investigar a relação entre cultura e clima organizacional. Com os dados obtidos, busca-se reunir informações significativas sobre como ocorre a formação da cultura e do clima no ambiente empresarial. A importância deste estudo se articula em duas frentes: fornecer uma fonte de dados relevantes voltados para o benefício da sociedade, especialmente no contexto acadêmico, abordando temas relacionados à gestão de recursos humanos; além disso, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema em questão, adotando uma abordagem descritiva. O resultado da pesquisa revelou a relação entre a cultura e a formação do clima organizacional, destacando os diferentes tipos de culturas e sua relevância. Diante desse cenário, recomenda-se que tanto as organizações quanto os gestores se dediquem a compreender a importância

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

do capital intelectual como um recurso valioso para auxiliar a administração na tomada de decisões, contribuindo para o desenvolvimento dos negócios, bem como utilizar os conhecimentos teóricos e práticos das análises de custos para o aprimoramento contínuo das lideranças diante das novas tendências do mercado.

Palavras-chave: Cultura; Clima; Negócio.

ABSTRACT

This investigation is classified as a bibliographic study, aiming to examine the influence of culture in the construction of the organizational climate. The choice of this theme stems from the interest in exploring how costs act as a determining factor in the decision-making process. The aim is to investigate the relationship between culture and organizational climate. With the data obtained, it is sought to gather significant information about how culture and climate are formed in the business environment. The importance of this study is articulated on two fronts: it provides a source of relevant data aimed at the benefit of society, especially in the academic context, addressing topics related to human resource management. In addition, a bibliographic survey was carried out on the subject in question, adopting a descriptive approach. The result of the research revealed the relationship between culture and the formation of the organizational climate, highlighting the different types of cultures and their relevance. Given this scenario, it is recommended that both organizations and managers dedicate themselves to understanding the importance of intellectual capital as a valuable resource to assist management in decision-making, contributing to business development, in addition to using theoretical and practical knowledge of cost

analysis for the continuous improvement of leadership in the face of new market trends.

Keywords: Culture; Climate; Business.

1. INTRODUÇÃO

Compreender a cultura e o clima organizacional é importante para o progresso das organizações ao influenciar diretamente o comportamento dos indivíduos e grupos no interior da empresa. Essas percepções ganham relevância ao analisar as ações de todos que fazem parte da organização, definindo o que deve ser promovido e o que deve ser evitado, dessa forma, exercendo um papel regulador.

A cultura e o clima organizacional estão intimamente conectados, um enriquecendo o outro, moldando o comportamento de todos os envolvidos e impactando as decisões, as maneiras de reconhecer os colaboradores, as interações com parceiros externos, assim como o estilo de liderança e os processos comunicacionais utilizados.

Considerando a importância da cultura para propiciar um clima de trabalho saudável que favoreça o desempenho das atividades, surge a seguinte questão: de que maneira a cultura organizacional afeta o clima no ambiente de trabalho? Portanto, o presente estudo visa explorar essa relação, identificando especificamente o tipo de cultura organizacional, suas características fundamentais e, por consequência, como isso molda o clima na organização.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Além disso, será realizada uma análise do clima, verificando se ele se apresenta de forma positiva ou negativa em relação ao bom relacionamento e ao desempenho tanto pessoal quanto empresarial. O interesse em investigar como a cultura impacta o clima organizacional surgiu do desejo de analisar e entender as reações comportamentais. Essa escolha é motivada pela curiosidade em explorar a cultura como um fator que influencia o clima organizacional. O objetivo deste trabalho é examinar a inter-relação entre essas duas variáveis, suas vantagens e desvantagens.

Com as informações relevantes sobre como criar um clima favorável à organização. A importância deste estudo se manifesta em duas frentes: primeiro, estabelecer uma fonte rica de informações úteis para toda a sociedade, especialmente para a comunidade acadêmica, sobre temas relacionados à cultura e ao clima organizacional. Em segundo lugar, oferecer uma ferramenta que auxilie as empresas a reconhecerem suas potencialidades e a aprimorarem suas identidades e habilidades necessárias para o desenvolvimento de novos saberes científicos e administrativos.

Para realizar o estudo, foi utilizada uma abordagem bibliográfica, fundamentada em análise de livro, e artigos científicos clássicos e contemporâneos para construir conhecimento sobre o tema. O estudo é uma pesquisa qualitativa, para assim compreender o significado, sentidos e interpretações atribuídas pelos autores aos fenômenos “cultura” e “clima” organizacional, indo além da mensuração numérica (Severino, 2017; Gil, 2019).

Para mapear e sistematizar conceitos, dimensões e relações entre clima e cultura e explicar como a cultura influencia percepções compartilhadas e os efeitos no comportamento e no desempenho, utilizou-se a pesquisa de natureza descritiva-explicativa (Minayo, 2016; Creswell, 2014).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Conceito de Cultura

Explorar a extensão que a cultura oferece ao crescimento pessoal é fundamental para compreender a complexidade do comportamento humano e suas diversas dimensões. Assim, os elementos culturais assimilados por cada indivíduo em uma sociedade ou grupo social instigam a reflexão sobre as razões que levam todos a seguir os costumes e valores impostos coletivamente.

É pertinente notar que a palavra cultura tem suas origens na raiz semântica “colore”, que evoluiu para o latim “cultura”, englobando significados como habitar, cultivar, proteger e reverenciar (Canedo, 2009 apud Williams, 2007, p.117).

De acordo com Pires e Macêdo (2006), a cultura, em um sentido social e normativo, pode tanto reforçar quanto dismantelar um grupo. Ela reflete os valores e crenças compartilhados pelos integrantes desse grupo. Esses valores se manifestam por meio de símbolos, como mitos, rituais, narrativas, lendas e uma linguagem particular, orientando os indivíduos dessa cultura em suas maneiras de pensar, agir e decidir.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

A cultura desempenha um papel fundamental no crescimento do indivíduo, focando na troca de tradições e princípios de uma geração para outra na comunidade. Dentre os principais aspectos que podemos destacar, estão aqueles apresentados por Dias (2007):

- **Artefatos:** estão presentes na superfície dos estratos, englobando todos os fenômenos que podem ser vistos, ouvidos e percebidos ao interagir com um novo grupo cultural até então não reconhecido. Embora seja uma camada simples de observar, sua interpretação é bastante complexa.

Valores são saberes coletivos que podem ser transmitidos entre os membros de um grupo, representando comportamentos que esses indivíduos consideram corretos. A definição de valores pode variar de um grupo para outro.

- **Pressupostos Básicos:** trata-se de um patamar que raramente questionamos, devido à dificuldade em alterar, consistindo em convicções que já existem no grupo antes do próprio nascimento da pessoa, sendo passadas ao longo do tempo. A cultura está enraizada em cada comunidade, moldando as atitudes e comportamentos dos indivíduos em contextos organizacionais.

É um aspecto adquirido desde o nascimento do ser humano através do processo de socialização, isto é, os valores e pensamentos são repassados aos indivíduos por meio da educação, na qual os ensinamentos de uma tradição contínua são passados para as gerações seguintes (Chiavenato, 2010).

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Segundo Dias (2007), os componentes fundamentais na construção de qualquer cultura são os seguintes:

Crenças são valores que refletem percepções a respeito do conhecimento e das ideias sobre a essência da vida. Elas são comuns em uma sociedade, mas podem não ter relevância em outra, nesse sentido, eles são apresentados desta forma:

- Normas: são diretrizes particulares que expressam um comportamento, delineando o que é permitido ou proibido, podendo abranger desde regras mais severas que regulam nossas ações até aquelas que orientam nossos hábitos diários.
- Sanções: consistem em penalidades e incentivos aplicados para garantir o cumprimento das regras. Trata-se de um recurso utilizado para promover a adesão às normas.
- Tecnologias: definem um padrão para a cultura e não somente influenciam, mas também moldam a maneira como as pessoas trabalham, interagem socialmente e refletem sobre o mundo ao seu redor.

É fundamental destacar que uma pessoa não vem ao mundo imersa em uma cultura; ela a adquire por meio do grupo ao qual pertence, cujos valores são compartilhados e transmitidos a todos, formando a identidade desse grupo. Assim, a cultura funciona como um meio de comunicação entre os indivíduos, sendo sua transmissão realizada através das relações sociais.

As pessoas fazem parte de diferentes grupos, e por essa razão suas crenças e valores se ajustam para atender aos interesses de cada um deles. As maneiras de viver culturalmente variam conforme os objetivos e as escolhas que os grupos fazem em relação aos seus hábitos, além de como, mantêm suas convicções sobre o que consideram correto e benéfico para o bem-estar da coletividade.

2.2. Cultura Organizacional

As organizações, como um coletivo social específico, possuem uma cultura distinta que chamamos de cultura organizacional. Esse conceito é fundamental para qualquer empresa, uma vez que essa cultura intencional permite que a organização se adapte e se integre ao seu ambiente, assegurando sua continuidade (Dias, 2007).

É possível notar que cada empresa apresenta suas particularidades, que estão sempre em transformação, uma vez que é fundamental que a organização acompanhe as mudanças e a dinâmica do mercado. Dessa maneira, a cultura se torna uma ferramenta essencial para estabelecer sua vantagem competitiva. O comportamento dos indivíduos nas organizações, as atitudes que se destacam, as suposições implícitas, os objetivos e os temas importantes nas interações entre os colaboradores compõem a cultura organizacional.

Segundo a visão de Robbins, Judge e Sobral (2010), a cultura organizacional diz respeito à forma como os colaboradores entendem as particularidades da

cultura empresarial, e não à sua apreciação ou desapreciação dessas características.

A noção de cultura organizacional está relacionada à ideia de cultura, uma vez que ambas envolvem crenças, conceitos e valores, mas em um contexto social específico: a organização. O jeito como os funcionários se comporta, seus horários, suas posturas e a maneira como executam tarefas diárias são influenciados pela cultura predominante da empresa, a qual é essencial para as organizações desenvolverem uma identidade única, tornando-se assim seu principal diferencial competitivo.

2.3. Clima Organizacional

Conforme Lima e Albano (2002), o clima em uma organização é um espelho da cultura presente nela, refletindo os impactos dessa cultura em toda a instituição. Isso indica que cada organização tem uma cultura fundamental que orienta seu desempenho, originando assim o clima organizacional, cujo objetivo é promover um entendimento harmonioso entre os indivíduos.

Conforme destacado por Carvalho e Melo (2008), para desenvolver um ambiente de trabalho saudável, é fundamental escutar os colaboradores. Através dessa comunicação, torna-se mais fácil identificar e resolver questões. O administrador deve estar atento ao comportamento dos empregados e se preocupar com a qualidade de vida no trabalho, pois a satisfação deles leva a um desempenho mais eficaz nas atividades.

Assim, é essencial cultivar um bom relacionamento que contribua para um clima positivo, uma vez que as soluções para eventuais problemas podem ser

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

implementadas de maneira mais eficiente na organização que se desvia de seus objetivos, buscando tanto o bem-estar dos funcionários quanto o alcance das metas estabelecidas.

A atmosfera de trabalho está intimamente relacionada ao bem-estar dos funcionários, influenciando a maneira como executam suas atividades, se relacionam com os colegas e a satisfação geral com o andamento das tarefas. Um ambiente positivo cria as condições ideais para cada indivíduo desempenhar suas responsabilidades na organização.

Um dos entendimentos mais abrangentes sobre clima, conforme expresso por Lima, Albano citado por Luz (200. p. 521):

O clima retrata o grau de satisfação material e emocional das pessoas no trabalho. Observa-se que este clima influencia profundamente a produtividade do indivíduo e, conseqüentemente da empresa. Assim sendo, ele deve ser favorável e proporcionar motivação e interesse nos colaboradores, além de uma boa relação entre os funcionários e a empresa.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

É fundamental que os líderes compreendam as aspirações de seus funcionários, não somente em relação às atividades laborais, mas também em fatores externos à empresa, como a situação familiar, financeira e social de cada um. Essa compreensão capacita o gestor a investigar o desempenho dos colaboradores e a encontrar soluções para possíveis questões que afetem a qualidade dos serviços prestados.

O clima organizacional é construído a partir da percepção coletiva, resultante da combinação do ambiente de trabalho e da atmosfera da organização. Essa percepção é moldada pelas ideias e reflexões dos colaboradores sobre o local onde trabalham e os desafios que enfrentam.

Cada membro da equipe possui sua própria visão de mundo e formas distintas de interagir com os demais. Assim, cabe ao gestor, fundamentando-se na cultura da empresa, harmonizar essas interações conforme a importância atribuída aos recursos humanos, criando um ambiente interno que reflita o ânimo e a satisfação dos funcionários em determinado momento.

Uma organização que não se dedica a melhorar o clima organizacional demonstra desinteresse pelo ambiente interno e pelo bem-estar dos colaboradores. Para alcançar objetivos comuns, é imprescindível a contribuição de todos os integrantes da equipe, requerendo a implementação de novos modelos de gestão que priorizem a melhoria do clima organizacional.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

A pesquisa revela a conexão entre cultura e clima nas empresas. Segundo Chiavenato (1994, p.53), “o clima organizacional é considerado positivo quando atende às necessidades pessoais dos colaboradores, resultando em um aumento do moral interno. Por outro lado, é negativo quando gera frustração dessas necessidades”.

Assim, é fundamental que as empresas identifiquem aspectos passíveis de melhoria para beneficiar e satisfazer não somente seus funcionários, mas também a produtividade, já que um profissional motivado tende a produzir mais do que aquele que se encontra desmotivado ou insatisfeito com suas condições de trabalho.

O estudo indica que as organizações modernas se esforçam para atender às demandas do mercado, oferecendo treinamentos internos e valorizando as contribuições dos colaboradores. Isso ocorre porque eles se sentem realizados com as tarefas diárias e reconhecem uma interação positiva em termos de ideias, socialização e afetividade na empresa.

A relevância desses colaboradores para o funcionamento eficaz da concessionária de veículos é inegável, contribuindo para a formação e transformação da cultura organizacional, onde se sentem à vontade para expressar suas opiniões e participar ativamente nas decisões que impactam seu desempenho.

Assim, a atmosfera que as organizações têm cultivado é marcada por confiança e serenidade, focando no bem-estar de seus colaboradores. Essa abordagem eleva a autoestima e faz com que todos se sintam valorizados e

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

capazes de alcançar novos níveis na empresa. Promove-se a ideia de que os desafios enfrentados podem e devem ser resolvidos em conjunto, visando encontrar soluções rápidas, eficazes e que beneficiem a todos. Os aspectos positivos do clima organizacional, decorrentes da disposição dos membros da instituição, refletem diretamente em boas relações interpessoais e em resultados satisfatórios.

No entanto, devido às restrições observadas em alguns colaboradores que hesitam em tomar decisões sobre suas atividades, torna-se essencial continuar a investigação sobre cultura e clima organizacional. Essa análise pode ser explorada sob novas perspectivas científicas, dado que o tema é intrinsecamente subjetivo, englobando sentimentos, atitudes e valores que mudam ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANEDO, D. Cultura é o quê? Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA – ENECULT, 5., 2009, Salvador. Anais... Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBA, 2009. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2025.

CARVALHO, I. N. F.; MELO, N. de P. Cultura e clima organizacional: ingredientes para o sucesso das organizações públicas e privadas. 2016. Disponível em: <http://www.ifrr.edu.br/.../publicações/.../13-cultura-eclima-....> Acesso em: 4 jun. 2016.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

CHIAVENATO, I. Gerenciando pessoas. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 4. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

DIAS, R. Cultura organizacional. 2. ed. Campinas, SP: Editora Alínea, 2007.

GIL, A. C. Métodos de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LAKATOS, E. M. Metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMA, S. M. B.; ALBANO, A. G. B. Um estudo sobre clima e cultura organizacional na concepção de diferentes autores. Revista CCEI - URCAMP, v. 6, n. 10, p. 33–40, 2002. Disponível em: http://www.facape.br/.../Conceito_de_cultura_e_clima_organizacional.pdf. Acesso em: 16 ago. 2025.

LUZ, R. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MINAYO, M. C. de S. (org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2016.

PIRES, J. C. de S.; MACÊDO, K. B. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. Revista de Administração Pública, v. 40, n.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

1, p. 81–105, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n1/v40n1a05.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2016.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. Comportamento organizacional. 14. ed. Tradução de R. de C. Gomes. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SEVERINO, A. J. Metodologia do trabalho científico. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

¹ Bacharel em Psicologia. Especialista em Trânsito: Psicologia, educação e gestão. Mestrando em Psicologia Organizacional pela Must University. E-mail. aana08@hotmail.com.

² Possui graduação em psicologia - Faculdades Associadas de Ariquemes (2013). Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em psicologia escolar. Atua na Avaliação de obtenção de Arma de fogo junto à Polícia Federal. Mestranda em psicologia Organizacional e do Trabalho pela Must University. E-mail mariacosta05@hotmail.com.