

RENOVE E APRENDA CONCEITOS
INDISPENSÁVEIS PARA UM GESTOR DE
COMUNICAÇÃO ANTENADO COM O SEU
TEMPO
Dario Menezes

COMUNICAÇÃO
E ORGANIZAÇÃO:
REFLEXÕES, PROCESSOS
E PRÁTICAS

Autor: Marlene Marchiori

Editora: Difusão

Ano: 2010

Páginas: 348



87

Os artigos organizados por Marlene Marchiori e produzidos por autores de diferentes universidades do Brasil, baseados em temas conceituais e vivenciais de suas linhas de pesquisa acadêmica, resgatam fundamentos teóricos aplicados à comunicação organizacional e trazem também o frescor de novos conceitos e metodologias contemporâneas da Administração e da Comunicação, enfocando o papel plural e estratégico da comunicação na construção e no desenvolvimento da organização.

A obra gera reflexões sobre a comunicação, seus processos e práticas organizacionais e traz contribuições significativas quando projeta um novo

olhar, tão necessário em um tempo de globalização, hiperconectividade, extrema competição e complexidade do processo de comunicação global.

A estrutura do livro está baseada em três capítulos principais que se integram e complementam o pensamento. Na primeira parte – Olhar sobre a comunicação e a organização – apresentam-se os fundamentos e os desafios da comunicação organizacional, seus aspectos relacionais e sua perspectiva interpretativa e crítica em que fica claro o ambiente de mútua troca e interação: a organização se estrutura a partir do momento em que interage com seu ambiente, da mesma forma que o ambiente também se autoestrutura a partir de seus processos de interação com a organização. A perspectiva crítica da comunicação organizacional vai além da abordagem instrumental, trazendo à tona a teoria do construcionismo relacional politicamente informado – PARC (*politically attentive relational constructionism*). A abordagem de autores nacionais e internacionais, com reconhecimento mundial, torna os capítulos interessantes e estimulantes para novas análises da comunicação nos ambientes organizacionais.

Na segunda parte – Comunicação e seus processos nas organizações – analisa-se o modo como a organização deve realizar uma eficiente gestão estratégica de seus stakeholders, as dinâmicas e interações existentes nas organizações modernas, seus impactos e perspectivas. Entender os processos para além das mensagens significa olhar para o relacionamento com stakeholders, incursionando-se na dinâmica simbólica das organizações. A abordagem torna-se relevante ao discutir as contradições e as complexidades que naturalmente surgem nos ambientes internos das organizações, sendo a comunicação condicionante da realidade organizacional, principalmente quando se observa que a condição premente é fundamentada nos processos de relacionamento que se constroem nesses ambientes. A comunicação aberta e colaborativa capacita a organização a ampliar o seu grau de conhecimento e inovação. O desempenho financeiro torna-se prioridade

na avaliação da postura empresarial, sendo explicado pelos fatores internos de uma organização.

Na parte final – Comunicação e suas práticas nas organizações – a abordagem da história e do desenvolvimento da comunicação organizacional no Brasil é ricamente ampliada, pois se vislumbram seu processo e novas possibilidades de discussões para as suas práticas. Cases de empresas de ponta, como a Odebrecht e Vale, demonstram que a realidade da comunicação como fomentadora das práticas organizacionais já é uma realidade.

A grande questão que a obra trata em todos os seus capítulos é a de trazer à tona a essencialidade das organizações e, nessa perspectiva, a comunicação como formativa, como constitutiva dessa realidade. De forma eficiente, o livro revisita os fundamentos teóricos da nossa área de atuação, ao mesmo tempo em que amplia horizontes e traz novas perspectivas, apresentando exemplos de aplicação e os impactos exercidos sobre a comunicação organizacional pelas atuais estruturas de relações humanas, mercados e tecnologias de informação.

Este livro representa um valioso subsídio para o ensino e, desde já, torna-se uma referência para profissionais e estudantes nas áreas de Comunicação Organizacional, Marketing, Jornalismo, Relações Públicas e áreas correlatas.

Dario Menezes é Diretor de Novos Negócios do Reputation Institute e professor da ESPM-RJ; dmenezes@reputationinstitute.com.

