



## ***O que é Comunicação Organizacional?***

Paulo Nassar (Coord.)

São Paulo, SP:  
Aberje, 2009  
Vol. 1, 2. ed

Resenhado por:  
**Carolina Frazon Terra**

- Doutoranda e mestre em Interfaces Sociais da Comunicação, pela ECA-USP
- Especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas, pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp/Bauru)
- Diretora de Mídias Sociais da agência Ideal ([www.agenciaideal.com.br](http://www.agenciaideal.com.br))
- Diretora editorial da Abrapcorp
- Docente dos cursos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda da Universidade de Santo Amaro (Unisa) e da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap)
- Autora do livro *Blogs corporativos* (Difusão Editora)
- Editora do blog RPalavreando (<http://rpalavreando.blogspot.com>)
- [carolinaterra@uol.com.br](mailto:carolinaterra@uol.com.br)

## Entendendo os conceitos da Comunicação Organizacional

### Understanding the concepts of Organizational Communication

### Entendiendo los conceptos de la Comunicación Organizacional

Com o propósito de ser uma entidade disseminadora de valores e práticas de comunicação e relacionamento para as organizações, a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) lançou um vídeo com depoimentos de 33 profissionais, professores e pesquisadores da área que responderam à questão: “O que é Comunicação Organizacional?”.

Os depoimentos foram gravados no II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), em Belo Horizonte (MG), em abril de 2008.

Paulo Nassar, diretor-geral da Aberje e também professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), abre o vídeo afirmando que a Comunicação Organizacional é estratégica para qualquer organização nos dias de hoje.

Englobando os vários saberes da área da Comunicação e significando uma especificidade dentro desta, a Comunicação Organizacional deve ser a responsável pela gestão dos relacionamentos com os públicos da organização de uma maneira eficaz, que gere resultados. É o que ponderam os professores Sidinéia Gomes Freitas (ECA-USP) e Fábio França (Umesp).

Nos diversos depoimentos de importantes pesquisadores da área, fica evidente a transdisciplinaridade da Comunicação Organizacional, bem como a sua pluralidade, devido à natureza dos contatos entre a organização e seus diferentes públicos. E uma das finalidades da Comunicação Organizacional é exatamente otimizar tais relacionamentos.

Buscar a consonância de interesses entre a organização e seus públicos, vislumbrando sempre a sustentabilidade do negócio, é um dos objetivos da Comunicação Organizacional, segundo a professora Esmeralda Moura, da Escola Superior de Relações Públicas (Esurp), do Recife (PE).

Andréia Athaydes, professora da Universidade Luterana do Brasil (Ulbra), de São Leopoldo (RS), é de opinião que, para entender a Comunicação Organizacional, é preciso haver um estudo para entender os públicos, para então aproximar-se deles e prever estratégias de relacionamento.

Para Maria do Carmo Reis, professora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), existem várias definições para a Comunicação Organizacional, com especificidades marcadas pelos contextos em que se desenvolvem. Pessoalmente, a pesquisadora defende uma visão que ela chamaria de “Comunicação das organizações”, evidenciando uma simbiose entre as áreas de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional.

Máximo di Felice, professor da ECA-USP, no entanto, alerta: é preciso pensar a Comunicação Organizacional fora da mera lógica instrumental. E completa: em um contexto de redes digitais como o que vivemos hoje, fica impossível perpetuar a lógica do emissor que somente informa o receptor. Temos, nesse novo paradigma da rede, diversos pontos emissores de informação que por diversos momentos se confundem com produtores e receptores.

Já para a professora Ivone de Lourdes de Oliveira, da PUC-Minas, a Comunicação Organizacional se configura com práticas de Relações Públicas, de Jornalismo, de Publicidade e de outras interações que se evidenciam na organização, representando um campo de estudos destas e de outras interfaces com diversos setores do conhecimento.

Para a professora Margarida M. Krohling Kunsch, da ECA-USP, a Comunicação Organizacional é composta pelas modalidades Comunicação Administrativa, Comunicação Interna, Comunicação Institucional e Comunicação Mercado-lógica. Essas quatro categorias formam a “Comunicação Organizacional Integrada”, conceito amplamente estudado e trabalhado por ela, pioneiramente, em seus estudos e suas publicações. A Comunicação Organizacional se reveste de uma complexidade e de uma abrangência interdisciplinares, completa a pesquisadora, que também é presidente da Abrapcorp.

A Comunicação Organizacional, segundo a professora Maria Aparecida Ferrari, da Metodista e da ECA-USP, tem como função propagar as diretrizes e políticas da organização para o seu público imediato, que é o interno, mas também tem o dever de refletir tais normas para o público externo. E esse processo, a seu ver, é um ato de transparência e de compromisso com a opinião pública.

Respeito à diversidade, diálogo, sustentabilidade, preocupação com o público interno e com a sociedade de uma maneira geral, harmonização de interesses, gestão da informação para os diferentes stakeholders, administração do intangível, construção da imagem e da reputação, hibridismo, estratégia e relacionamento são todos conceitos que se ligam à Comunicação Organizacional, como deixaram claro muitos dos profissionais, professores e pesquisadores entrevistados.

Ou, como simplifica Márcio Polidoro, diretor de Comunicação da Odebrecht, a comunicação é a corrente sanguínea da organização, é por onde fluem processos, informações, conflitos, debates, relações. A inexistência da comunicação dentro da organização, assinala ele, desarticula e desestrutura a organização. A comunicação é que faz com que a entidade funcione bem e adequadamente.

Adriana Casali, professora da Universidade Federal do Paraná (UFPR), também partilha dessa visão, afirmando que a Comunicação Organizacional condiciona todas as atividades de uma organização. O modo de fazer comunicação diz como será o modo de atuação dessa organização, complementa ela.

O vídeo é essencial para se entender o diálogo entre organizações e seus públicos e como a comunicação tem um papel fundamental e essencial nesse ambiente de trocas e de conflitos. Visões de acadêmicos e de profissionais de mercado se complementam e se integram e nos fazem entender do que é composta a Comunicação Organizacional e que meandros e dificuldades o comunicador moderno tem pela frente.

Como finaliza Paulo Nassar, a Comunicação Organizacional hoje ultrapassa a própria Comunicação, tendo interfaces com campos como a Administração, a Antropologia, as Ciências Sociais, a Economia, a Psicologia, as Ciências Exatas e até as Ciências Biológicas. Significa que a Comunicação Organizacional, para se efetivar e acontecer plenamente, deve levar em conta todos esses conhecimentos e todas essas práticas, com a finalidade de melhorar os relacionamentos entre as organizações e seus públicos.