

Comunicação, cultura e liderança nas organizações

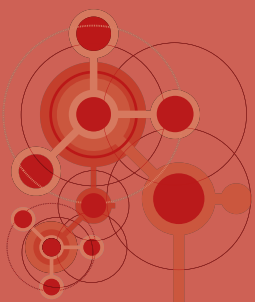
Comunicação, cultura e liderança são temas que quando colocados em diálogo revelam possibilidades de releituras das organizações contemporâneas a partir de outras lentes paradigmáticas. A abordagem instrumental da comunicação e da liderança, embora ainda vigente, tem evidenciado o seu esgotamento, diante da necessidade da escuta e do diálogo. As organizações e as lideranças necessitam (re)considerar o valor da comunicação dialógica, pautada pela afetividade e alteridade, voltadas para o sensível (Sodré, 2006) e respaldadas por uma cultura da comunicação.

Neste dossiê, a revista *Organicom* reúne pesquisas teóricas e aplicadas que enfatizam a comunicação, a cultura e a liderança, refletindo e tensionando sobre conceitos, práticas e alternativas para repensar sobre esses temas. Os artigos que compõem o dossiê trazem contribuições significativas, recorrendo a tecituras teórico-práticas.

No primeiro artigo, intitulado “Comunicação ambiental e turística em espaços protegidos: abordagem a partir da teoria situacional dos públicos”, María de Jesús Moo Canul mostra como ao analisar espaços protegidos com essa abordagem teórica, ela pôde observar que a construção de públicos é visto influenciado pela metáfora do intérprete, pelo contexto comunicativo e pela mídia digital.

Por sua vez, María Dolores Lozano e Patricia Durán, no segundo artigo, sob o título “Comunicação e liderança na cultura organizacional das empresas de restauração, uma abordagem conceptual”, propõem um modelo conceitual tridimensional (estrutural, relacional e integrativo) para fortalecer a cultura organizacional baseada no trabalho em equipe.

No terceiro artigo, “Protocolo de Comunicação Comunitária voltado para territórios, comunidades e modos de vida no Maranhão”, Flávia Almeida Moura propõe, a partir de uma revisão teórica sobre comunicação organizacional, comunicação comunitária



e alteridade, uma solução para desenvolver a comunicação comunitária nesse território como uma contribuição para profissionais que possam adotá-lo e aplicá-lo.

O quarto artigo, intitulado “Comunicação e liderança: em busca da comunicação sensível”, Márcia Pillon Christofoli e Cleusa Maria Andrade Scroferneker discutem a dimensão sensível da comunicação ancorada na hermenêutica em profundidade. A liderança sensível proposta pelas autoras está aberta ao diálogo, ao conhecimento compartilhado e à escuta, viabilizando-se na dimensão do afeto e da espiritualidade, no sentido de reconhecimento do outro como seu igual, ou seja, na dimensão humana e sensível da comunicação.

No quarto artigo, “Lideranças e cuidado na gestão de riscos em organizações brasileiras”, a partir do olhar para a sociedade contemporânea e sua metamorfose e do reconhecimento do estado de crise que reverbera nas organizações, assim como do ímpeto de agir dos atores organizacionais por meio de estratégias de enfrentamento, Ana Karin Nunes, Diego Wander da Silva e Rosângela Florczak refletem sobre a atuação das lideranças nas estratégias de cuidado, que caracterizam a gestão de riscos e a cultura preventiva às crises em organizações brasileiras de diferentes naturezas.

No quinto artigo, “Comunicação e cultura organizacional no home office: perspectivas de líderes na pandemia”, escrito por Roseane Andrelo e Guilherme Ferreira de Oliveira, foi adotada uma abordagem qualitativa com pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade com gestores de comunicação, que afirmaram que compreendam o papel da comunicação como transmissão de informação contextual e promoção da interação para que haja uma relação interdependente entre comunicação e cultura.

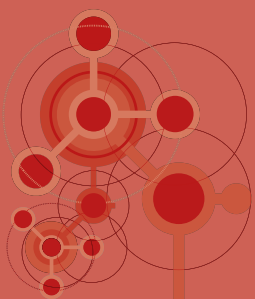
Beatriz Molari é autora do sexto artigo intitulado “Comunicação organizacional na perspectiva interseccional: uma proposta de diálogo com os feminismos”. Ela investiga como os processos comunicativos se articulam nas relações de poder estabelecidas na organização com o objetivo de responder teoricamente como a perspectiva interseccional pode contribuir para estudos críticos da comunicação organizacional, considerando as desigualdades sociais presentes na sociedade brasileira.

O sétimo artigo, “Reputação Sensível: sentimentos, emoções narrativas que desencadeiam afetos”, de Denise Pagnussatt e Cleusa Maria Andrade Scroferneker discute a materialidade das dimensões sensíveis utilizadas nos discursos reputacionais da Natura Sou, com base na hermenêutica em profundidade e na análise do discurso. As autoras propõem um conceito de reputação sensível, redimensionando as abordagens tradicionais sobre reputação.

O oitavo e último artigo, de autoria de Isabel Lincoln Strange Reséndiz, Miriam Josefina Vega Astorga e Angélica Beatriz De la Vega Arévalo, intitulado “Ética, responsabilidade e liberdade: da teoria organizacional à reflexão filosófica”, estuda a atuação ética e responsável de uma organização de *streaming* por meio da análise dos seus vídeos corporativos públicos, a fim de verificar se os atos éticos estão ligados aos atos estéticos (criativos) que se refletem nesse tipo de vídeo em qualquer organização.

Esta edição também inclui uma entrevista com o Dr. Rogelio Del Prado Flores, membro do Sistema Nacional de Pesquisadores do México e professor pesquisador da Universidad Anáhuac México, que nos fala sobre ética na comunicação, liderança e teletrabalho, entre outros temas relacionados a este dossiê.

Por sua vez, na seção Depoimentos, Wilson Costa Bueno nos apresenta o texto intitulado “Cultura organizacional e comunicação como antídotos às crises institucionais”, no qual apresenta a importância da implementação de uma nova cultura organizacional, baseada em pressupostos básicos como sustentabilidade, inclusão social, diversidade corporativa, acessibilidade e adoção de um sistema governamental competente diante das mudanças dramáticas e constantes no contexto da sociedade moderna.



Na secção Open Space, Luis Mauro Sá Martino e Ana Paula Santos apresentam o artigo intitulado “Uma palestra motivacional, um olhar Goffmaniano sobre uma forma de comunicação organizacional no capitalismo contemporâneo”, no qual discutem os resultados de uma observação participante sobre esse tipo de palestras, concluindo que apresentam três aspectos: (1) a adaptação do formato às demandas do capitalismo informacional; (2) a apresentação de si como fonte de validação do discurso; e (3) como representação de valores a seguir.

O número traz duas resenhas sobre as obras *Comunicar é negociar*, de Dominique Wolton (2023) e *Públicos em movimento: Comunicação, colaboração e influência na formação de públicos* (2022), de Daniel Reis Silva e Marcio Simeone Henriques.

Juremir Machado da Silva, em uma análise sobre o livro *Comunicar e negociar*, de Dominique Wolton, destaca a relevância da negociação para a comunicação, reiterando que “a negociação é a base para a democracia. [...] Não há negociação sem comunicação e vice versa”. É uma obra que nos desacomoda ao tensionar e redimensionar a comunicação em sua essência.

Entre o tudo e o nada, Luis Alberto de Farias comenta sobre a obra *Públicos em movimento: Comunicação, colaboração e influência na formação de públicos*, dos professores Daniel Reis Silva e Marcio Simeone Henriques em conjunto com os pesquisadores do Mobiliza – Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mobilização Social e Opinião Pública, e que traz o conceito fundamental dos públicos já no título da obra: o movimento. Trata-se de uma obra essencial para o entendimento sobre os processos de formação e elaboração de sentido entre os públicos e os seus desdobramentos, como a formação da opinião pública.

O dossiê, portanto, reúne um importante leque de pesquisas e propostas sobre comunicação organizacional, liderança e cultura em diferentes áreas, objetos de estudo e países, o que sem dúvida nos permitirá avançar novas leituras e suscitar novas reflexões para o campo da comunicação em que a América Latina muito contribuiu e que sem dúvida ainda tem um longo caminho a percorrer.

Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Rebeca-Illiana Arévalo-Martínez

Universidad Anáhuac México, México

REFERÊNCIAS

SILVA, Daniel Reis; HENRIQUES, Márcio Simeone. *Públicos em movimento: Comunicação, colaboração e influência na formação de públicos*. Belo Horizonte: Autêntica: Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC), 2022.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

WOLTON, Dominique. *Comunicar é negociar*. Porto Alegre: Sulina, 2023.