



Comunicação e Organização em Processos e Práticas¹

Marlene MARCHIORI, Organizadora²
Universidade Estadual de Londrina

Autores

Internacionais

James R. Taylor Fundador e Professor Emérito do Departamento de Comunicação da Universidade de Montreal (Quebec, Canadá). Ph.D. pela Universidade da Pensilvânia. No conjunto de sua obra, desenvolveu uma teoria original da comunicação organizacional. Seu trabalho foi reconhecido e diversas vezes premiado pela *ICA - International Communication Association* e pela *NCA - National Communication Association*, dos Estados Unidos. Suas idéias inspiraram uma corrente de pensamento hoje conhecida como “Escola de Montreal”. Autor prolífico, já publicou inúmeros livros e artigos em periódicos internacionais tais como: *Academy of Management Review*; *Organization*; *Management Communication Quarterly*; *Communication Theory*; *Communication Yearbook*.

Gail T. Fairhurst, professor da University of Cincinnati, USA. Suas pesquisas englobam comunicação organizacional, liderança e discurso organizacional. Publicou mais de 50 artigos em periódicos de comunicação e administração assim como capítulos de livros, incluindo contribuições como *The Sage Handbook of Organizational Discourse* and *The New Handbook of Organizational Communication*. Autora da obra *Discursive Leadership: In Conversation with Leadership Psychology* (Sage, 2007) e co-autora *The Art of Framing: Managing the Language of Leadership* (Jossey-Bass, 1996, with Robert Sarr). Recebeu inúmeras premiações incluindo 2005 International Communication Association Award for ‘Outstanding Article’ para a Comunicação (com Linda Putnam), e em 2007 e 1997 ‘Best Book Award’ da Associação Nacional de Comunicação, Divisão Comunicação Organizacional. She is also a Fulbright Scholar e Editora Associada *Human Relations*, entre outros conselhos editoriais

Linda L. Putnam, professora do Departamento de Comunicação da Santa Barbara University desde agosto de 2007, após ser Regent's Professor e George T. and Gladys H. Abell Professor de Comunicação da Texas A&M University. Foi chefe do departamento da Texas A&M (1993-1998) e Diretora do Programa de Conflito e Resolução de Disputa na Bush School of Government and Public Service (1998-2003). Foi também professora no Departamento de Comunicação da Purdue University (1977-1993). Pesquisadora em gerenciamento de negociação e conflito, estudos discursivos e organizações, e gênero e negociação.

Stanley Deetz, Ph.D., Professor de Comunicação, Diretor dos Estudos de Paz e Conflito. Autor e co-autor de numerosos artigos e 12 livros *Leading Organizations through Transitions*, *Doing Critical Management Research* and *Democracy in an Age of Corporate Colonization*. Pesquisador em governança corporativa e processos de comunicação democráticos, micropáticas de poder, e tomada de decisão colaborativa. Foi Professor Senior Fulbright e um professor premiado pela Associação Nacional de Comunicação – NCA, ex-presidente e membro.

¹ Publicação lançada no IV Encontro de Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação - Publicom, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Marlene Marchiori é professora associada de graduação e pós-graduação da Universidade Estadual de Londrina – UEL, pós-doutora em comunicação organizacional pela Purdue University, dos Estados Unidos. Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Graduação em Comunicação Social – Relações Públicas e Administração. Pesquisadora nas áreas de cultura organizacional, comunicação organizacional, comunicação interna e estratégia. Membro ICA, NCA, IABC, ABRAPCORP, ABERJE, INTERCOM e ANPAD. Autora do livro *Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico nas organizações e organizadora do livro Faces da Cultura e da Comunicação Organizacional. Volume 1*.



Nacionais

Adriana Machado Casali Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Mestrado em Administração da Universidade Federal do Paraná – UFPR. ABD em Comunicação Organizacional na *Université de Montréal / Canadá*. Doutora em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Mestre em Administração, concentração Estratégias e Organizações – UFPR. Especialista em Marketing Empresarial – UFPR. Bacharel em Comunicação Social habilitação Relações Públicas – UFPR. Bacharel em Administração habilitação Comércio Exterior pela Fundação de Estudos Sociais do Paraná – FESP. Pesquisadora do Grupo de Estudos sobre Comunicação Organizacional: estratégias e processos (ECOEP/UFPR). Interesses de pesquisa: Comunicação e Análise Organizacional; Internacionalização e Mudança.

Ana Luisa de Castro Almeida Doutorado em Administração pela UFMG e Erasmus University (Holanda). Professora do Programa de Mestrado em Comunicação Social da PUC-Minas e do Mestrado em Administração da PUC-Minas e da Fundação Dom Cabral. Diretora Acadêmica do Reputation Institute-Brasil. Membro do Conselho Editorial da publicação internacional Corporate Reputation Review. Consultora de Comunicação Organizacional.

Alexandre de Pádua Carrieri Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais. Líder do Núcleo de Estudos Organizacionais e Simbolismo da Universidade Federal de Minas Gerais. Coordenador da Divisão Temática Estudos Organizacionais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração no biênio 2009-2010. Consultor ad hoc de vários periódicos e congressos científicos nacionais. Professor Adjunto do Departamento de Ciências Administrativas e do Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais. Publicou dez livros como organizador ou autor, bem como dezenas de artigos em congressos e periódicos nacionais e internacionais.

Claudio Cardoso Doutor em comunicação pela UFBA (1999), professor do programa de pós-graduação da Escola de Administração da UFBA, professor visitante da Business School na George Washington University para o biênio 2007-2008, diretor executivo da Câmara de Comércio Americana na Bahia, diretor do capítulo Bahia da Aberje, Associação Brasileira de Comunicação Organizacional, co-criador e apresentador do programa Mundo Melhor, Rede Bahia, e sócio-diretor da Clicom, empresa especializada no desenvolvimento de soluções integradas de informação e comunicação, detentora do prêmio Bahia Inovação 2004 da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia, com clientes como a Petrobrás, a Agência Nacional do Petróleo, as Organizações Odebrecht, a Construtora OAS, o Carrefour, a Caraíba Metais, o Sebrae, a Anpad, a Coelba e o Hospital Aliança, dentre outros. Foi diretor da Unitech Tecnologia de Informação, hoje CPM-Braxis, maior empresa brasileira de serviços e tecnologias de informação e comunicação, eleito Personalidade em Comunicação Organizacional Nordeste 2006 pela Aberje.

Cleverson Renan da Cunha Administrador pela Universidade Federal do Espírito Santo, mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná e doutorado em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (2004). Atualmente é professor adjunto do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná, coordenador do curso de Graduação a Distância e do MBA em Gestão Estratégica da UFPR. Interesses de pesquisa: Relações interorganizacionais; Estratégia; Cooperativas; Confiança e Metodologia de Pesquisa em Administração

Eraldo Carneiro Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, com especialização em Recursos Humanos pela Universidade Católica de Salvador e MBA em Marketing pela FIA/USP. Trabalha há mais de 20 anos na Petrobras, onde já ocupou funções nas áreas de comunicação interna, relações públicas, publicidade e pesquisa. Atualmente é gerente de planejamento e gestão de comunicação na sede da Companhia, no Rio de Janeiro. É vice-presidente do Conselho Deliberativo da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e presidente do Comitê de Comunicação e Educação do Conselho Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Atua como conferencista em eventos nacionais e internacionais da área de Comunicação Empresarial e é professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), no Rio de Janeiro.



Fabio Vizeu Doutor em Administração de Empresas pela EAESP/FGV. Atualmente, é professor do programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Positivo. Nos últimos anos, ele tem atuado ativamente no ensino e na pesquisa nas áreas de organizações e estratégia, tendo publicado em importantes periódicos da área, tais como as Revistas RAE (FGV), RAP (FGV) e Organização e Sociedade (UFBA). Desde o mestrado, tem se dedicado a abordagens de pesquisa alternativas ao *mainstream*, tais como a etnografia, a teoria habermasiana e a abordagem de Foucault sobre a instituição psiquiátrica moderna.

Hilka Vier Machado Possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (1980), Mestrado em Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba (1992) e Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2002). Doutorado Sandwich na HEC École des Hautes Études Commerciales, em Montreal, em 2000. Atualmente é professora associada da Universidade Estadual de Maringá, atuando no Programa de Pós Graduação em Administração. Linhas de pesquisa: empreendedorismo, gênero, mulher empreendedora e identidade.

Ivone de Lourdes Oliveira Doutora em Comunicação e Cultura – UFRJ. Diretora e professora do mestrado da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas. Vice-diretora da Abrapcorp. Líder do grupo de pesquisa “Comunicação no contexto organizacional: aspectos teórico-conceituais”, PUC Minas/CNPq. Co autora do livro “O que é comunicação estratégica nas organizações?” e co-organizadora do livro “Interfaces e tendências da comunicação no contexto organizacional”.

Janete Lara de Oliveira Bertucci Mestre e doutora em Administração pelo CEPEAD/FACE/UFMG. Desenvolveu sua carreira acadêmica na PUC Minas, nos cursos de graduação e de Mestrado em Administração. Atualmente é professora adjunta do Departamento de Administração da Universidade Federal de Minas Gerais, pesquisadora de produtividade do CNPq, da FAPEMIG e do NEOS - Núcleo de Estudos Organizacionais e Simbolismo do CEPEAD.

João Marcelo Crubellate possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (1995), mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná (1998) e doutorado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas - SP (2004). É professor no Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Federal do Paraná, além de professor na graduação na mesma Instituição. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Teoria Organizacional, atuando principalmente nos seguintes temas: controle, mudança organizacional, cultura organizacional, teoria institucional.

Jorge Emanuel Reis Cajazeira Doutor pela FGV-EAESP (2008), mestre em Administração de Empresas (2005), também pela FGV-EAESP. Graduou-se em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador (1990) e graduou-se em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal da Bahia (1983). Atualmente é o executivo de competitividade da SUZANO PAPEL E CELULOSE. Tem experiência nos seguintes temas: sustentabilidade, qualidade, ISO 14000, produtividade e inovação. Preside a ISO 26000 mundialmente e em 2005 foi eleito entre os 4 executivos mais inovadores do Brasil pela revista EXAME.

Luiz Artur Ledur Brito Doutor em Administração de Empresas pela FGV-EAESP. Professor e pesquisador em tempo integral da FGV-EAESP em São Paulo atuando nas áreas de cadeias de suprimento, estratégia de operações e estratégia empresarial. Líder da linha de pesquisa de Gestão de Operações e Competitividade do programa de Mestrado e Doutorado e Vice-Coordenador do Mestrado Profissional da instituição. Bolsista de produtividade em pesquisa do CNPQ. Desenvolveu uma carreira como executivo, tendo atuado em várias posições de direção de empresas no Brasil e no exterior. Trabalhou por 22 anos no grupo Bunge onde atuou como diretor desde 1986 até 1998. Foi responsável pela área de operações e, posteriormente, pela gestão do negócio de produtos de consumo e produtos industriais no Brasil. Durante o período de 1993 a 1996 assumiu a posição de diretor de operações de uma empresa do grupo em Liverpool, na Inglaterra. De 1998 a 2002 foi diretor da Dixie Toga S.A. Como responsável pelo negócio de embalagens flexíveis da organização na América do Sul.

Luiz Alex Silva Saraiva Luiz Alex Silva Saraiva é Doutorando em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais. Pesquisador do Núcleo de Estudos Organizacionais e Simbolismo da Universidade Federal de Minas Gerais e do Núcleo de Estudos Organizacionais



e Tecnologias de Gestão da Universidade Salvador. Consultor ad hoc de vários periódicos e congressos científicos nacionais. Professor do Centro Universitário UNA. Vice-Diretor da Faculdade de Ciências Administrativas e Contábeis da Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira, onde também é Coordenador do curso de Administração e do MBA em Gestão Empresarial. Publicou sete livros como organizador ou autor, bem como dezenas de artigos em congressos e periódicos nacionais e internacionais.

Maria Aparecida de Paula Professora da Faculdade de Comunicação e Artes e do Instituto de Educação Continuada da PUC Minas. Consultora de estratégias de comunicação organizacional. Especialista em Planejamento de Comunicação pelo CIESPAL – Equador. Membro do grupo de pesquisa “Comunicação no contexto organizacional: aspectos teórico-conceituais”, PUC Minas/CNPq. Co autora do livro “O que é comunicação estratégica nas organizações”.

Maria do Carmo de Souza Reis Graduada em Comunicação Social, habilitação Relações Públicas pela Universidade Federal de Minas Gerais (1978), especialização em Comunicação Rural pela Universidade Federal de Pernambuco (1979), mestrado em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (1991) e PhD em *Business Studies and Industrial Relations* pela *Warwick Business School, University of Warwick*, Inglaterra (2000). Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal de Minas Gerais e integra o corpo docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação stricto sensu da Universidade Federal de Minas Gerais. Atua como pesquisadora e docente na área de comunicação das organizações, com ênfase em gestão da comunicação organizacional, tendo interesse principalmente nos seguintes temas: comunicação estratégica, comunicação e gestão, gestão da comunicação, imagem corporativa, comunicação e mudança organizacional, cidadania empresarial.

Marlene Marchiori Pós-doutora em Comunicação Organizacional pela Purdue University, dos Estados Unidos. Doutora pela Universidade de São Paulo, com estudos desenvolvidos no Theory, Culture and Society Centre da Nottingham Trent University, do Reino Unido. Tem graduação em Administração e em Comunicação Social- Relações Públicas. Pesquisadora líder de pesquisa CNPQ: Comunicação organizacional e relações públicas: perspectivas teóricas e práticas no campo estratégico e do grupo Comunicação e Cultura Organizacional. Professora associada de graduação e de pós-graduação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Ministra cursos como professora-convitada da ABERJE. Membro ICA, NCA, IABC, ABERJE, ABRAPCORP, INTERCOM e ANPAD. Publicou Cultura e comunicação organizacional e organizou Faces da cultura e da comunicação organizacional. Presta consultoria nas áreas de Cultura e Comunicação Organizacional.

Olinta Cardoso Costa Ex-diretora de Comunicação da Vale, foi diretora-presidente da Fundação Vale, hoje membro do Conselho Deliberativo. Formada em Comunicação, Relações Públicas, pela Faculdade Newton Paiva, BH/MG, pós-graduada em Comunicação e Gestão Empresarial pelo IEC/PUC Minas e com especialização em Gestão de Pessoas. Membro dos Conselhos de Responsabilidade Social da FIRJAN e FIEMG. Conselheira do Instituto Holcim e do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social - IDIS.

Paulo Nassar Professor Doutor do Curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É diretor-geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), vice-presidente da Associação de Comunicação Empresarial de Língua Portuguesa (ACELP) e vice-presidente da Associação de Comunicação Empresarial do Mercosul (AMERCO). É autor dos livros O que é Comunicação Empresarial (Ed. Brasiliense), A Comunicação Pequena Empresa (Ed. Globo), Tudo é Comunicação (Lazuli Editora) e Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações (Difusão Editora). É colunista da Revista Imprensa, do site Terra Magazine e diretor editorial da Revista Comunicação Empresarial da ABERJE.

Sergio Bulgacov Professor Associado dos Cursos de Mestrado, Doutorado e Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná. Coordena o Grupo de Pesquisa - Estratégia e Organizações. Bolsista Produtividade em Pesquisa do CNPq. Possui Graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina, Mestrado em Administração pela Universidade de São Paulo e Doutorado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas - SP. Desenvolveu Estágio Pós-Doutoral na University of Birmingham - Inglaterra com o Professor John Child em 2006/2007. Foi professor visitante em 2004 na Florida University.



Atua nos seguintes temas: Estratégia e Análise Organizacional; Conteúdo, Processo e Resultados Estratégicos; e Desenvolvimento Inter-Organizacional e Local.

EDITORA

Difusão Editora Ltda.

Rua José Paolone, 70

Santa Paula – 09521-370 - São Caetano do Sul – SP – Brasil

Tel. 11 4227-9400 – publica@difusaoeditora.com.br – www.difusaoeditora.com.br

RESUMO

A obra nasce com o espírito de abordar, difundir e integrar teorias contemporâneas da administração e da comunicação no contexto da gestão das organizações. É inovadora na medida em que possibilita aos leitores reflexões sobre a organização, a comunicação, a estratégia e seus processos e práticas organizacionais. Aborda a comunicação em diferentes processos e práticas e sugere um olhar para além das mensagens, dando enfoque para o seu papel constitutivo, ou seja, a comunicação na construção e no desenvolvimento da organização. A obra traz criatividade em sua abordagem ao ponderar sobre os desafios presentes e futuros das organizações, sugerindo formas de se pensar sobre a comunicação como processo. Formato 16x23, número de páginas 308 e preço de capa (em estudo).

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; organização; estratégia; processos; práticas organizacionais.



FOTO

