A comunicação organizacional na construção da cidadania[1]

Tiago Mainieri[2]
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

O conceito de cidadania tem um papel relevante no contexto da comunicação nas organizações e, portanto, devem-se aprofundar estudos para entendê-lo. É essencial refletir aspectos da cidadania no âmbito da comunicação organizacional, buscando, para tanto, as bases que fundamentam essa área. A proposta do texto é justamente compreender como se manifesta o conceito de cidadania numa perspectiva comunicacional.

Palavras-chave
Comunicação organizacional; cidadania; comunicação; construção da cidadania

À guisa de uma discussão

A comunicação no contexto organizacional vem sendo objeto de estudos acadêmicos e, inúmeras contribuições vem sendo aportadas por parte dos pesquisadores para a compreensão desse fenômeno. O estudo da comunicação no âmbito organizacional ganha espaço e se configura como uma área de pesquisa no campo da comunicação. A tradição em termos de pesquisa e o aporte teórico, já existentes na área, credenciam a comunicação organizacional a constituir-se uma importante linha de pesquisa dentro dos programas de pós-graduação em Comunicação.

Também por parte do mercado observa-se a crescente valorização da comunicação organizacional, a partir do incremento de investimentos na área pelos mais variados tipos de organizações, independente de seu tamanho ou ramo de atuação.

A vertente da comunicação organizacional possui limites e interfaces. Inúmeras discussões têm tentado delimitá-la, apresentando para tanto abordagens distintas e enfoques diferenciados. Sem dúvida, estamos longe de qualquer consenso. Ao contrário, estamos diante de um terreno bastante fértil em ideias, proposições e modelos distintos.

[1] Trabalho apresentado no DT 3 – GP- Relações Públicas e Comunicação Organizacional, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Doutor em Ciências da Comunicação pela USP, professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado) da Universidade Federal de Goiás – UFG, e-mail: tiagomainieri@hotmail.com

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

Dessa forma, a tarefa dos pesquisadores em buscar interpretar os fenômenos se revela, em alguns momentos, uma labuta quase impossível diante da diversidade de enfoques.

O ambiente organizacional, caracterizado por constantes mudanças e pela complexidade, exige que as organizações estabeleçam uma comunicação aberta e transparente com os seus mais diversos públicos. Diante disso, a dimensão comunicacional das organizações ganha um espaço de destaque nesse cenário. O relacionamento da organização com seus diversos públicos estratégicos passa também a ser vital nesse contexto.

A comunicação, em primeiro lugar, tem que ser entendida como parte inerente à natureza das organizações. Essas são formadas por pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais num contexto de diversidades e de transações complexas. Portanto, sem comunicação as organizações não existiriam. A organização é um fenômeno comunicacional contínuo.

Para revelar o papel da comunicação organizacional na construção da cidadania faz-se premente entender o processo comunicativo que ocorre no âmbito organizacional, onde se realizam as relações entre o sistema macro (estrutura social) e o sistema micro (organização). Esse processo é condicionado a uma série de fatores ou variáveis. Esses fatores podem ser representados, por exemplo, pelos contextos sociais, políticos e econômicos, pelas culturas, visões de mundo dos integrantes em confluência com a cultura organizacional vigente, onde são compartilhados comportamentos e universos cognitivos diferentes.

O objeto da comunicação organizacional

É pertinente delimitar com clareza o fenômeno da comunicação organizacional, explicitando, portanto, os principais conceitos envolvidos e o objeto da mesma.

Como afirma Lopes (2003), a comunicação se constitui historicamente e não pode ser investigada fora do contexto econômico, social, político e cultural que a envolve. Dessa maneira também se configura seu objeto de pesquisa: os fenômenos comunicacionais da sociedade atual. No âmbito da comunicação organizacional, especificamente, o objeto engloba o estudo dos fenômenos comunicacionais no contexto organizacional.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

A construção do objeto de investigação comunicacional deve levar em consideração o entorno desse objeto, ou seja, concebe-o como historicamente construído.

Recorro a Lopes (2003), que retoma a concepção de objeto construído a partir de Bachelard:

> [...] a Ciência não lida com objeto percebido, mas com o objeto construído. É nesse aspecto que a teoria guia, seleciona e recorta o fenômeno ou objeto real para constituí-lo em problema ou objeto de pesquisa. (LOPES, 2003, p.104)

Nessa perspectiva, a construção do objeto da comunicação organizacional contempla uma reflexão teórica e empírica sobre os fenômenos comunicacionais, revelada a partir de uma análise de como está estruturado o processo de comunicação nesse âmbito.

Diante da acepção de objeto construído, é pertinente avaliar as transformações pelas quais passa a sociedade para compreender o contexto no qual está involucrada a comunicação organizacional.

As tecnologias, por exemplo, repercutem de maneira consistente na comunicação organizacional, não só à medida que se sofisticam as ferramentas e dispositivos digitais, mas principalmente quando uma nova lógica comunicacional nos permite repensar e romper com a lógica tradicional emissor-canal-receptor. Com as tecnologias, as possibilidades de armazenamento, manipulação e disseminação da informação ganham novos contornos, torna-se possível, por exemplo, construir hiperdocumentos coletivos. À medida que as pessoas se apropriam dessas tecnologias, as organizações precisam pautar sua comunicação nessa nova realidade, nesse cenário digital.

A comunicação no âmbito das organizações cada vez mais adquire uma dimensão estratégica, abandonando definitivamente o caráter meramente instrumental. Dessa forma, ela adquire novos desafios e se complexifica o fazer comunicação, pois extrapola o mero fazer/executar.

Parto da compreensão de que o conceito de cidadania tem um papel relevante no contexto da comunicação nas organizações e, portanto, devem-se aprofundar estudos para entendê-lo. Teoricamente, é fundamental refletir o conceito de cidadania no âmbito da comunicação organizacional, buscando, para tanto, as bases que fundamentam

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

cientificamente essa área. Empiricamente, é indispensável buscar compreender como se manifesta ou como as organizações apropriam-se do conceito de cidadania.

Estarão mesmo as organizações preocupadas e comprometidas com a sociedade e com o meio ambiente, despertando uma consciência social e ética, fundamentada no exercício da cidadania?

Em minha trajetória de pesquisa no campo da comunicação, tenho me dedicado ao estudo da comunicação no âmbito das organizações, a partir de uma perspectiva não meramente instrumental da mesma. Dessa maneira, procuro romper com a visão predominante de estudos puramente instrumentais no universo da comunicação organizacional, propondo um olhar múltiplo que contemple as interfaces e a complexidade dessa área.

Alguns dos principais autores das ciências sociais têm refletido sobre a necessidade de descompartimentalizar, romper as fronteiras rígidas entre os saberes que impedem um olhar complexo dos fenômenos sociais.

Morin (2000, p.115), ao falar da transdisciplinaridade, afirma: "trata-se freqüentemente de esquemas cognitivos que podem atravessar as disciplinas, às vezes com tal virulência, que as deixam em transe." Nesse sentido, acolho a ideia de Morin quando trato das interseções entre comunicação organizacional e cidadania.

Para Lopes (2000, p.46), "A multiplicação de propostas de reformulação teórica dos estudos da comunicação manifesta uma insatisfação generalizada com o estado atual do campo e a urgência de repensar seus fundamentos e de reorientar o exercício de suas práticas" Essa postura remete-nos a possibilidade de conceber a comunicação numa perspectiva complexa.

A construção do objeto comunicacional se dá na interseção. Essa característica permite-nos um olhar complexo do objeto.

> [...] os campos de estudo aparecem como um novo padrão emergente a que se pode chamar de transdisciplinarização ou pós-disciplinarização, quer dizer, um movimento para a superação dos limites entre especialidades fechadas e hierarquizadas, e o estabelecimento de um campo de discurso e práticas sociais cuja legitimidade acadêmica e social vai cada vez mais depender da profundidade, extensão e pertinência e solidez das explicações que produza, do que do prestígio institucional acumulado. (LOPES, 2000, p.51)

Essa crítica à compartimentação das ciências sociais é corroborada por autores como Morin, Wallesrtein e Bourdieu.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

Morin (1982) faz uma crítica contundente ao enclausuramento das disciplinas que se fecham em si mesmas. Nesse sentido, pretendo guiar esta breve discussão buscando um olhar transdisciplinar que dê conta da complexidade do objeto.

Bourdieu (1999) reflete sobre a produção do conhecimento nas ciências sociais e destaca o princípio da vigilância epistemológica e do tratamento sociológico do objeto, garantindo-lhe coerência teórica.

Estudos recentes têm lançado novos olhares na tentativa de revisar os paradigmas do campo das ciências da comunicação. A complexidade do fenômeno comunicacional e de seu objeto de estudo exige uma ruptura paradigmática. Nesse sentido, muito tem contribuído a produção acadêmica dos cursos de pós-graduação em comunicação. Este movimento, no sentido de refletir os pressupostos teóricos da área, é que garantirá a construção e consolidação do campo.

A comunicação, desde suas origens, tem sido enriquecida pelos mais diversos campos. A pluralidade das abordagens no campo da comunicação tem mostrado a tênue fronteira e permeabilidade entre as diversas áreas do conhecimento e as áreas da comunicação. Esta permeabilidade está cada vez mais presente em função da própria dinamicidade da área. Para reforçar, Issler (2002, p.45), ao referir-se à dinamicidade do campo da comunicação, afirma que esta é pressionada a renovar/reposicionar "[...] acarretando novas parcerias ou combinações que redimensionam sua interface com as disciplinas das ciências humanas e também com as de outras ciências".

Nas palavras de Fausto Neto (2002, p.23), "[...] se cada campo necessita de um traço identitário para realizar suas formas de poder, por outro lado precisa travar relações com outros campos – com o que lhe é externo – pois sem isso também seu poder não se realiza".

As várias áreas objeto de estudo do campo das ciências da comunicação, como o jornalismo, a publicidade e as relações públicas, vêm traçando interfaces com outras Ciências, no sentido de buscar elementos para nortear suas próprias teorias calcadas e fundamentadas em última análise na comunicação. O caráter multifacetado da comunicação permite estabelecer relações com a Biologia, a Administração, a Psicologia, a Sociologia, entre outros campos do saber. Sobre isso, recorremos a Peruzzo:

> Sem discordar que o campo da comunicação é multifacetado e que se configura na inter e transdisciplinaridade com outros campos do

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

> conhecimento, consideramos que a questão comunicacional deva ser a questão central na pesquisa em comunicação, e não apenas componente secundário. (PERUZZO, 2001, p.60)

Por acreditar no caráter multifacetado da área, busco na interface com outras Ciências elementos para a interpretação dos fenômenos comunicacionais. Morin (1982, p.219) afirma que "É preciso um paradigma de complexidade, que ao mesmo tempo disjunte e associe, que conceba os níveis de emergência da realidade sem reduzi-los às unidades elementares e às leis gerais."

A partir de um pensamento complexo, o referencial teórico da comunicação organizacional deverá buscar a fundamentação necessária nesse caráter multifacetado da comunicação. Dessa forma, garante-se uma visão ampla que abarque a complexidade do objeto de estudo.

A comunicação organizacional – surgimento, evolução e perspectivas

O avanço da comunicação organizacional no âmbito acadêmico e no mercado atingiu um patamar significativo, tanto nas contribuições teóricas quanto nas práticas de comunicação organizacional nas diversas empresas, instituições e organizações.

Dentro da amplitude de uma discussão acerca da comunicação organizacional, delimitamos nosso foco nas práticas de comunicação voltadas para a busca de melhores condições da comunidade e dos públicos das organizações, que ao nosso ver representam um importante segmento e grande responsável pela valorização da comunicação nas organizações.

Na consolidação da área da comunicação organizacional podemos destacar alguns marcos importantes, em especial no contexto brasileiro. Um marco para a comunicação organizacional no Brasil foi o plano de comunicação da Rodhia, na década de 80, uma proposta inovadora de comunicação integrada num momento de reabertura política no país.

Outro marco importante da comunicação organizacional foi a criação da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – Aberje, no fim da década de 60. Ela foi responsável pela disseminação do conceito de comunicação corporativa.

Além de entidades, organizações e pessoas que foram determinantes na consolidação da comunicação organizacional, é fundamental destacar o processo de industrialização e desenvolvimento do país.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

Para Kunsch (2005) o surgimento da comunicação organizacional é decorrência do processo de industrialização e desenvolvimento econômico do país e da abertura política numa visão macro, e mais especificamente a evolução das atividades de relações públicas e jornalismo empresarial. "São essas duas áreas das ciências da comunicação que iniciaram as primeiras atividades desse setor e que permitiram seu crescimento ao longo das últimas cinco décadas, tanto no nível acadêmico quanto no mercado profissional." Kunsch (2005, p.07)

A necessidade crescente de comunicação nas organizações leva inúmeras empresas a investirem na área. As publicações institucionais ganham espaço, a assessoria de imprensa e a comunicação interna começam a ser componentes importantes para a sobrevivência de qualquer negócio. O investimento no segmento da comunicação organizacional vem paulatinamente sendo incrementado.

Os programas de responsabilidade social tem se constituido em oportunidade de atuação no âmbito da comunicação organizacional. O engajamento das organizações com fins lucrativos em iniciativas de caráter comunitário e social revelam a possibilidade de uma comunicação voltada à cidadania. No entanto, nem sempre práticas de 'responsabilidade social' trazem uma perspectiva cidadã. Uma dimensão meramente mercadológica permeia muitas das organizações que intitulam-se empresas cidadãs.

Cidadania no contexto organizacional – o papel da comunicação

A ampliação do conceito de cidadania ganha contornos que extrapolam o sentido de preservação e garantia dos direitos das pessoas perante o poder público. A acepção de cidadania perpassa também a participação social, a conquista de melhores condições de vida, etc.

Num contexto organizacional, Kunsch (2003, p. 142) destaca que a "responsabilidade social e a 'cidadania corporativa', presentes no discurso empresarial, não podem ser vistas tão-somente como instrumentos a serviço de ganhos mercadológicos e de imagem institucional". A organização deve assumir de fato uma prática responsável e empenhar-se para suprir as desigualdades sociais, cumprindo seu papel social não em função de modismos ou apenas para aumentar seus lucros, mas pela responsabilidade para com a sociedade. Nesse sentido, a comunicação organizacional tem um importante papel no cumprimento da função social por parte das organizações.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

No exercício da responsabilidade social é essencial o compromisso das organizações no resgate da cidadania e na transformação da realidade social. A comunicação organizacional assume um posicionamento de agente de mudanças, que contribui para a criação da "empresa cidadã", favorecendo o diálogo permanente e estimulando a construção de uma sociedade mais justa.

A cidadania empresarial, cujas ações, projetos e programas são voltados para amenizar e, até mesmo solucionar problemáticas sociais de grande parte das comunidades carentes, hoje tem sido utilizada como uma prática equivocada por muitas empresas que almejam obter e manter uma boa imagem corporativa, sem se preocupar efetivamente em minimizar os problemas socioambientais vivenciados pelas populações.

Ao promover-se a comunicação, a educação e o conhecimento, por meio do diálogo constante com a comunidade e os públicos das organizações, abre-se uma janela para o combate à exclusão social.

A organização que esteja disposta a investir em projetos de responsabilidade social deve se posicionar institucionalmente com o compromisso de transformar a realidade social das comunidades carentes e buscar a construção de uma sociedade mais justa. Nesse processo, cabe a uma comunicação organizacional dialógica mediar a relação entre comunidade e organização, permitindo conciliar o interesse público com o interesse privado, bem como o acesso à informação e ao diálogo que propicie um relacionamento pautado na transparência.

A diversidade na concepção de cidadania traduz e evidencia as possibilidades de abordagem proporcionadas por cada enfoque que tenta delimitá-la. Vicente (2009) resume a trajetória das acepções de cidadania, destacando os principais enfoques e concepções sobre o tema. Apoiados no autor, resgatamos a evolução do conceito de cidadania.

Na visão liberal clássica, a preocupação com a cidadania esteve concentrada nas diversas formas de evitar que o poder do Estado se sobrepusesse aos direitos dos indivíduos, de molde que, esforços foram empreendidos para dividir o poder estatal e promover a criação de instituições, tanto do Estado como da sociedade civil, para garantir a efetividade das iniciativas dos cidadãos. Desde um posicionamento oposto ao modelo liberal, o socialismo postulava que as mesmas formas que tinham conseguido certa liberdade ao homem pré-moderno criaram novas maneiras de opressão das quais este só poderia liberar-se por uma emancipação social e humana, emancipação esta que

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

deveria vir do Estado, responsável final pela manutenção dos direitos sociais alcançados pela luta da maioria da população.

Vicente (2009) retoma a conceituação de cidadania em Marshall (1967) que pondera que os direitos civis e os políticos, conquistados durante os séculos XVIII e XIX, não tinham eliminado a contradição entre o princípio de igualdade e o de desigualdade. Ademais, acreditava que os direitos sociais podiam estabelecer, de fato, um processo de igualdade social suficientemente sólido, capaz de minimizar os conflitos de classe originados pelo capitalismo e a sociedade moderna por ele implantada.

De acordo com Vicente (2009) a concepção de Marshall, concebida há mais de cinqüenta anos, tornou-se um marco nos estudos sobre a cidadania recebendo críticas e reinterpretações conforme o posicionamento sustentado por aquele que aborda a questão da cidadania. Desde a visão mais liberal, se sustentou que os direitos sociais traziam contradições internas, pois atentavam contra a liberdade individual e sobrecarregavam de responsabilidades ao Estado, colocando em risco os direitos fundamentais das pessoas. Já os defensores do socialismo viram no pensamento de Marshall uma mera tentativa de salvar o capitalismo e o Estado liberal. Nas ideias expostas por Marshall, conforme criticavam os autores mais próximos do posicionamento socialista, a defesa dos direitos sociais ficava comprometida.

A partir do resgate realizado por Vicente (2009), destaca-se que nos anos 70 e 80, iniciou-se outro debate de caráter filosófico sobre a natureza do indivíduo e de seus direitos em relação ao Estado, à comunidade, à cultura e à questão da ética e dos fundamentos da filosofia política, ou seja, sobre as múltiplas dimensões que poderia adquirir a noção de cidadania. A disputa congregou, principalmente, duas correntes conhecidas como comunitaristas e individualistas, as quais defendiam posicionamentos antagônicos quando o assunto era a cidadania. Os comunitaristas sustentam que os vínculos sociais determinam as pessoas e que a única forma de entender a conduta humana é relacioná-la a seus contextos sociais, culturais e históricos. Os individualistas, por sua vez, propõem que a comunidade se constitui a partir da cooperação para a obtenção de vantagens mútuas e que o indivíduo tem a capacidade de atuar livremente, independente do lugar e da cultura que tenham determinado sua existência.

Apesar das divergências, uma questão permanece latente, ou seja, o direito deve, ou não, regulamentar as concepções inerentes à cidadania? Por exemplo, como regulamentar a propriedade privada e os bens individuais? Talvez essa seja uma das questões centrais aos que se interessam pelo tema da cidadania. Afinal, sem as garantias

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

para poder exercitar de maneira livre e desimpedida as manifestações sociais não se pode falar em cidadania. Por sua vez alguns dos direitos garantidos legalmente colocam entraves e limites para as reivindicações dos movimentos sociais. Ao mediar o conflito, o embate passa para o campo da lei e do direito, motivo pelo qual a cidadania adquire um status político, na visão de Vicente (2009).

Para o autor, não resta dúvida que os direitos sociais não podem ser colocados no mesmo plano que os civis e os políticos, os quais segundo a tradição liberal são universais. O acesso a determinados bens e conquistas sociais resulta de um processo dinâmico e se encontra intimamente relacionado com o avanço econômico da sociedade. Além disso, depende também do arranjo e composição de forças políticas que detém o poder político. Reservar mais verbas para saúde, educação ou habitação, apesar de ser uma questão política, pode variar dependendo do grau de mobilização social. A mobilização e a luta podem alterar a dimensão de um desses direitos, trazendo dessa forma mais benefícios para a sociedade e caracterizando-se como um ganho de cidadania.

O autor sustenta, ainda, que uma lei nada mais é do que um meio, um instrumento, a partir do qual se satisfazem, de um modo "normativo", as necessidades e demandas da sociedade. Uma norma depende do conjunto de valores que vigoram numa sociedade concreta, sofrendo constantes mudanças e adaptações conforme os interesses pertinentes a esta sociedade. Nessa transformação ocorrem batalhas e disputas. Cabe lembrar que, historicamente, os grupos dominantes conseguiram aprovar não só as leis como também, os critérios mais importantes para sua justificativa, interpretação ou legitimação frente aos cidadãos e cidadãs que estariam obrigados a cumpri-las. Dessa maneira, a participação popular por meio dos mecanismos democráticos deve ser entendida como uma escola de cidadania. Sem essa participação, as necessidades e expectativas humanas se contentarão de um modo incompleto beneficiando mais um grupo do que outro.

Vicente (2009) discorre ainda que se o sistema de valores defende o público como um espaço necessário de intervenção institucional para tentar garantir, de forma igualitária, as necessidades e expectativas. Assim se configuram as normas que os atores que se identificam com o dito sistema tentarão impor. Mas, por outro lado, se o sistema de valores que predomina é oposto a dita satisfação igualitária, e afirma que a melhor maneira de satisfazer as necessidades sociais é integrando-se no marco da concorrência privada pela acumulação crescente de benefícios, os atores que detem o poder, e que

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

defendem dito sistema de valores tentarão impor as normas, isto é, a forma de satisfazer as necessidades e expectativas humanas que mais lhes convenham. Portanto, uma norma não descreve nem cria nada por si só. As normas estão inscritas em sistemas de valores, a partir dos quais se replicam a expectativas sociais. Desse modo, pode-se afirmar que os direitos sociais e políticos tornam-se os meios para garantir e fazer progredir as lutas pelo acesso aos bens necessários para afirmar a dignidade das pessoas. Numa situação ideal, todos os seres humanos deveriam ter estes meios e também outros de maior alcance (políticos e econômicos) que lhes dotem de suficiente poder na hora de exercer suas práticas sociais, isto é, tenham um acesso igualitário aos bens e recursos materiais e não materiais que juntos fazem digna a vida das pessoas.

Como se pode notar, não resulta simples tarefa aprofundar a diferença entre os direitos políticos e os diretos sociais. Pelo mesmo motivo, o legado de Marshall sofre restrições e ataques desde os segmentos mais engajados na transformação social. Para tentar resumir tal questão nos parece importante não confundir, na hora de falar em cidadania, o que ela representa empiricamente (ter direitos) do que implica a concretização dos mesmos (o que cada elemento de uma determinada sociedade deveria ter).

O arcabouço jurídico sobre o qual se assenta a cidadania estabelece formas ou obstáculos para se obter uma cidadania plena e igualitária entre os membros de uma determinada comunidade. Assim sendo, é importante gerar concepções e práticas que trabalhem política, econômica, cultural e "juridicamente" para transformar esses contextos que condicionam a satisfação das necessidades humanas em favor de um acesso mais igualitário e generalizado aos bens sociais. Isto nos permite deixar de lado as concepções de direito e cidadania que defendem o imobilismo social. Tal posicionamento impede a adaptação das normas às novas lutas sociais que almejam por uma transformação do sistema econômico e político dominante.

Não se pode falar, portanto, na cidadania como um processo acabado e sim como um mecanismo, que pela sua constante renovação, estimula as formas de participação e de conquista de direitos coletivos. Dessa forma, a comunicação entra com uma função vital por externar ideias, posicionamentos, capazes de impulsionar transformações responsáveis pela ampliação da cidadania.

Uma das condições essenciais para se falar em cidadania diz respeito à existência dos regimes democráticos. Neles a cidadania se exercita na medida em que

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

promove a participação ativa dos sujeitos na elaboração das normas que irão legitimar o funcionamento da sociedade.

O espaço público, lócus privilegiado onde acontecem os embates na elaboração do estatuto legal do funcionamento social, visto sob a óptica da comunicação, se materializa via representação de imagens, fatos, ideias, simbologia e acontecimentos mediados pelos diversos meios de comunicação. É como se a comunicação recriasse um novo espaço público onde ocorre a reinterpretação da vida cotidiana.

Baldissera e Sólio (2006) destacam o caráter dialógico da comunicação organizacional, amparados na perspectiva bakhtiniana. Nessa visão, a comunicação organizacional extrapola a amarra de um processo de informação de deveres e condicionamentos e passa a incorporar relações participativas, onde o dialogismo traz a discussão e o confronto de ideias.

Na perspectiva do dialogismo da comunicação organizacional, os autores afirmam:

> Assim, ao defini-la como um espaço de respeito à individualidade, de valorização da alteridade, criou-se um lugar onde o indivíduo sente-se valorizado/aceito/acolhido, o que, em última análise, tende a reverter-se em produtividade para a organização, bem-estar para o indivíduo, e numa caminhada em direção ao respeito pela cidadania e ao equilíbrio eco-sociocultural. (BALDISSERA e SÓLIO, 2006, p.18)

Nesse texto, não coube apresentarmos conclusões. Coube sim, lançarmos algumas ideias para iniciar uma discussão acerca da cidadania no contexto da comunicação organizacional.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre et al. **A profissão de sociólogo**. Petrópolis: Vozes, 1999.

BALDISSERA, Rudimar e SÓLIO, Marlene Branca **O complexus comunicação – cultura – administração**. In: Revista Latinoamericana de Ciências de La Comunicacion. Asociación Lationamericana de Investigadores de La Comunicación. Ano III, numero 4, enero/junio 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. **A pesquisa vista "de dentro de casa".** In: WEBER, Maria Helena et al. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

ISSLER, Bernardo. **Objetos de pesquisa e campo comunicacional.** In: WEBER, Maria Helena et al. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª edição revisada, revista e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

___. **Comunicação organizacional**: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, Marlene. *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006. p.167-190.

___. e KUNSCH, Waldemar L. (organizadores). **Relações públicas comunitárias:** a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

LOPES, Maria Immacolata. **Pesquisa em comunicação**. 7.ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MAINIERI, Tiago. **Empreendedorismo em comunicação** - estudo comparativo das agências de relações públicas e comunicação no Brasil, Espanha e Estados Unidos. (Tese de Doutorado) São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**,** 2008.

MORIN, Edgard. **A cabeça bem feita**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

___. **Ciência com consciência**. Lisboa: Europa/América, 1982.

PERUZZO, Cicilia. **Em busca dos objetos de pesquisa em comunicação no Brasil.** In: WEBER, Maria Helena et al. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

VICENTE, Maximiliano. **Comunicação e cidadania:** tensões e complementaridades. *In:* Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 4 a 7 de setembro de 2009. Curitiba: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009.

WALLERSTEIN, Immanuel et al. **Para abrir as ciências sociais.** Lisboa: Europa-América, 1996.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)