Comunicação Organizacional: Perspectivas Ecossistêmicas[1]

Manuella Dantas Corrêa LIMA[2]
Rosângela Azedo de OLIVEIRA[3]
Maria Emilia de Oliveira Pereira ABBUD[4]
Universidade de Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo discutir pressupostos teóricos da Comunicação Organizacional a partir de uma percepção Ecossistêmica da Comunicação. Tais reflexões são frutos dos estudos que têm sido desenvolvidos no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - PPGCCOM, da Universidade Federal do Amazonas. As considerações apresentadas buscam contribuir para a ampliação do diálogo em torno dos estudos teóricos da comunicação organizacional partindo de um olhar complexo e, portanto, ecossistêmico.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional; ecossistemas comunicacionais; Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM.

Introdução

Conceituar a comunicação organizacional não é algo simples, uma vez que seu entendimento vincula-se diretamente ao conceito de comunicação e este, por sua vez, é permeado de divergências. Nos dizeres de Baldissera (2008, p. 31) "Comunicação Organizacional, antes de tudo, é comunicação". Nesse sentido esse trabalho tem como finalidade refletir sobre o significado da comunicação organizacional a partir de um olhar ecossistêmico da comunicação.

---

[1] Trabalho apresentado no DT 3 - GP RP e Comunicação Organizacional do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Relações Públicas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas PPGCCOM – Ufam, bolsista Capes e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. manudantas@terra.com.br

[3] Relações Públicas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM /UFAM) e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. e-mail: rosaao@hotmail.com

[4] Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, docente credenciada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM - Ufam, Vice-coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa da Ufam, Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. emiliaabbud@hotmail.com

Estamos cientes que as considerações apresentadas aqui são breves e carecem de aprofundamento, uma vez que ainda encontramo-nos em fase do delineamento de nossas pesquisas no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM, da Universidade Federal do Amazonas. A discussão que propomos não só parte do fato de estarmos inseridos no referido Programa, dos estudos teóricos da área, que vêm aumentando consideravelmente nas últimas duas décadas e, que nos mostram a necessidade de novas abordagens e perspectivas que compreendam as constantes (e complexas) mudanças na área, mas, principalmente, da mudança de olhar sobre a comunicação organizacional obtida na nossa prática profissional.

Apontamentos sobre a Comunicação Organizacional

Em uma organização a comunicação toma várias direções de acordo com os objetivos que pretende alcançar. A importância que a comunicação passou a ter nos ambientes organizacionais vai além do uso de instrumentos e tecnologia para a propagação das informações. Hoje, o planejamento que envolve as ações comunicacionais é muito mais rigoroso, assertivo e estratégico, tendo em vista, os aspectos de desempenho organizacionais contemporâneos que, cada vez mais, exigem competitividade e postura diferenciada.

É relevante mencionarmos o significado da palavra organização para que possamos entender melhor o papel que a comunicação exerce. Kunsch (2003) conceitua o termo a partir de dois aspectos apresentados por grande parte dos autores: “o ato e efeito de organizar, que é uma das funções da administração; e o uso do termo organização, como expressão de um agrupamento planejado de pessoas para atingir objetivos comuns” (KUSCH, 2003, p. 23) Destaca-se, a visão organicista defendida por alguns estudiosos que “veem as organizações como organismos sociais vivos, que evoluem com o tempo, sejam elas uma empresa privada ou uma burocracia governamental” (PEREIRA apud KUNSCH, 2003, p. 23).

Vale enfatizar ainda que nos dias atuais é percebido um comportamento mais estratégico das organizações, observa-se essa condição, principalmente, quando se nota o posicionamento adotado por elas diante da sociedade e a sua constante busca pela construção de relacionamentos mais consistentes e de longo prazo.

Marchiori (2008) afirma que: "a organização deve alcançar dois objetivos básicos: sustentar a sua própria existência e melhorar a vida daqueles com os quais se relaciona" (MARCHIORI, 2008a, 161). Em nosso cotidiano, não é difícil perceber a comunicação compartilhada nas organizações. O sistema organizacional se viabiliza a partir do processo de comunicação nele existente. É imprescindível que um gestor avalie o nível de credibilidade de um sistema comunicacional de uma empresa, assim como, observe o papel estratégico que este exerce no contexto organizacional.

> No ambiente organizacional, independente do setor em que a empresa atua, bem como independentemente do tamanho que a empresa tem, a comunicação é um elemento básico; é através dele que se constroem as relações humanas, porquanto existe nesse processo a transferência de informação e conhecimento e a interação social e organizacional. Através dele também se promovem mudanças que podem ser direcionadas positiva ou negativamente, conforme a interação e capacidade de entendimento das pessoas que a constituem. (VALENTIM e ZWARETCH, 2006, p. 46).

Os indivíduos interagem em um ambiente corporativo e a partir dessa interação, geram atitudes espontâneas, observam mudanças, obtém informações e ajustam suas decisões. Sendo assim, é de extrema importância, que sejam criados canais que propiciem a construção de diálogos e que posicionem a empresa diante dos seus públicos. Putnam e Cheney definem este processo como "o processamento e interpretação das mensagens, informação, significado e atividade simbólica com e entre organizações." (apud MARCHIORI, 2008a, p.167).

Já Goldhaber (apud MARCHIORI, 2008a p.167), parte de uma concepção organicista, em que a organização é um sistema vivo e aberto e, para este autor a comunicação organizacional consiste em "um processo de criar e trocar mensagens em uma rede de relações interdependentes para dominar o meio incerto". Scroferneker (2006) aprofunda a visão do referido autor, quando destaca que este sistema organizacional está conectado "por um fluxo de informações entre as pessoas que ocupam diferentes posições e representam distintos papéis" (SCROFERNEKER, 2006, p. 49).

Dessa forma, podemos inferir sobre a visão sistêmica das organizações, ou seja, a interdependência entre sistemas e subsistemas que afetam e são afetados mutuamente. Portanto, não devemos entender a comunicação organizacional apenas do ponto de vista instrumental, como se bastasse a implementação de ferramentas comunicacionais para a eficácia do processo. O cenário é muito mais amplo e complexo. Na verdade, podemos

entender a comunicação como algo que dá forma à organização, revelando por meio da interação a sua maneira de ser e de se relacionar.

A comunicação organizacional, nesse sentido, é fator decisivo na aplicação de novas estratégias, de reestruturações e de equilíbrio entre os interesses da organização e os interesses dos seus públicos. Estudos teóricos apontam novas posturas para a área, como:

> É central para a existência da organização; é o elemento principal constitutivo no processo de organizar; cria e recria a estrutura que constitui a organização. Com destaque, entende-se que a Comunicação Organizacional questiona o fenômeno organização. (MARCHIORI, 2008a, p.169).

O contexto atual do mundo empresarial estabelece uma nova feição para a comunicação: a de atividade meio responsável pela articulação das relações organizacionais internas, administrativas, mercadológicas e institucionais. Este é o cenário da comunicação organizacional contemporânea, que se caracteriza, especialmente, pelo uso das tecnologias e pelos valores e símbolos criados e compartilhados no ambiente interno das organizações. Quando este processo comunicacional começa a integrar as áreas de uma organização desenvolvem-se possibilidades expressivas de enriquecimento da cultura desse lugar.

A relação entre cultura e comunicação é tema recorrente na literatura e desperta interesse tanto para a área acadêmica quanto para a prática profissional. Isso acontece devido a comunicação ser considerada um espelho das culturas organizacionais o que caracteriza a relação de dependência existente entre os termos. Marchiori (2008) evidencia essa correlação ao afirmar que:

> Cultura e comunicação estão ligadas inerentemente à análise de processos e relacionamentos, sendo a linguagem constituinte fundamental, por criar e recriar realidades nos mais diversos contextos. Portanto, os processos e as interações comunicativas que revelam a cultura devem ser continuamente pesquisados e explorados, uma vez que fundamentam a existência das organizações. (MARCHIORI, 2008b, p. 2).

Esta visão é corroborada por autores como Restrepo J. (apud SCROFERNEKER, 2008, p.50) que declara: “a maneira de ser de uma organização, pode ser interpretada pelas formas de comunicação que ali são desenvolvidas implicando reconhecer as diversas organizações como construtoras de sentidos”.

É importante alertar que essa construção de sentidos induz os caminhos e as práticas que essa organização e seus públicos devem percorrer. Por isso, a indissociabilidade entre os construtos comunicação organizacional e cultura. Trata-se, portanto, de moedas com a mesma face.

Considerando a trajetória que a Comunicação Organizacional construiu e que ela representa os processos comunicacionais que caracterizam uma organização, Daniel, Spiker e Papa (SCROFERNEKER, 2006, p. 50) estabeleceram três modelos teóricos para embasar os estudos da área: o tradicional, o interpretativo e o crítico.

O primeiro (tradicional) trata de uma perspectiva mais antiga e abrange um conceito relacionado à medição, padronização e classificação do processo de comunicação organizacional. O segundo, (interpretativo) apresenta as organizações como culturas. "A organização é um fenômeno subjetivo, isto é, a ação social somente é possível quando as pessoas compartilham significados subjetivos". (SCROFERNEKER, 2006, p. 50). E por fim, o modelo crítico que aborda a organização como instrumento de opressão.

> A opressão organizacional não reside apenas na estrutura social ou no processo simbólico. A opressão está na relação entre a estrutura social e o processo simbólico. A comunicação nessa perspectiva é tida como instrumento de dominação. Trata-se da distorção sistemática da comunicação, a qual se constitui uma ação deliberada e contínua do processo simbólico visando cooptar o interesse dos empregados. (SCROFERNEKER, 2006, p. 50)

A partir dessas perspectivas, considera-se indispensável repensar o papel da comunicação organizacional. A visão mecanicista dá lugar a um posicionamento mais estratégico, especialmente, quando "reforça e preserva a identidade organizacional". (BALDISSERA apud CRUZ, 2007, p.194). É necessário, olhar as organizações contemporâneas sob o prisma da estratégia e da competitividade, sem deixar de atentar para a relevância dos elementos que norteiam e envolvem a construção da cultura organizacional. Afinal, uma organização se relaciona por meio da interação entre os fluxos comunicativos existentes nela e, esta interação, se constrói e reconstrói constantemente, refletindo nos aspectos identitários e valorativos que tornam uma organização singular.

Novos Desafios Teóricos e Empíricos

A história da Comunicação Organizacional no Brasil é relatada por Torquato (2009, p. 9 - 25) a partir de quatro conceitos: Jornalismo Empresarial, Comunicação Estratégica-Pública-Política, Comunicação Governamental e Marketing Político e a Comunicação Organizacional. Essa trajetória marca o momento de uma comunicação técnica, instrumental e compartimentalizada em subáreas. Escolher pelo exercício reflexivo da Comunicação consistia em um grande desafio para a área acadêmica e, nessa esteira do desenvolvimento das modalidades da Comunicação Organizacional Torquato (2009) aponta: "Tratava-se, afinal, de reconhecer a irrefutável realidade: a comunicação resvalava para outros terrenos e espaços, ampliando o escopo e adicionando novos campos ao território da comunicação empresarial". (TORQUATO, 2009, p. 26)

Sendo assim, entender as conceituações adquiridas ao longo do tempo sobre Comunicação Organizacional nos conduz a um novo olhar repleto de inquietações e incertezas. E por meio desse olhar passamos a observar uma sociedade contemporânea marcada pela informação, tecnologia, mudanças, relações e conhecimento. Portanto, estudar esse ambiente que se constrói também por meio da comunicação requer uma visão muito mais interpretativa do que instrumental, pois, a primeira considera as visões de mundo que fazem parte das relações que permeiam o âmbito da Comunicação Organizacional.

Silva (2008) enfatiza que a base da comunicação organizacional é a relação. "Estar em relação, pôr em relação, perceber as zonas de intersecção, gerir e administrar os relacionamentos" (SILVA, 2008, p.7). O autor destaca que uma relação é envolvida por conflitos e cooperação e que sendo assim, é necessário ter capacidade para inventar a relação constantemente, por meio de elementos que muitas vezes são os mesmos de todos os dias.

> Na expressão comunicação organizacional há um programa complexo embutido: comunicar e organizar. Comunicar é por si um processo de organização. Implica escolher repertório, um conhecimento, formais ou vividos, um vocabulário e um objetivo. O discurso será organizado conforme os fins em jogo [...]. Essa organização discursiva pode ser espontânea [...] ou calculada. (SILVA, 2008, p.8)

Desta forma, entendemos que "Organização" e "Comunicação" são construtos que se inter-relacionam, pois se constituem em atividades humanas que se caracterizam como básicas e complexas ao mesmo tempo. Nesse sentido, compartilhamos com Baldissera (2009) a compreensão que:

> À medida que a sociedade se estrutura, gera organizações que, por sua vez, (retro) agem sobre a/na teia sociocultural, transformando-a. Na base parece estar a noção de relação, isto é, ao entrar em relação os sujeitos transformam o entorno que os transforma – constroem a sociedade que os constrói – em permanente processo de (des/re) organização. (BALDISSERA, 2009, p. 136).

Estamos diante de uma sociedade que é formada por sujeitos complexos, únicos e múltiplos. Esses sujeitos fazem parte de uma organização e levam para dentro dela suas percepções de mundo, visões, aspirações e trajetórias. Compreendê-los a partir do pensamento complexo é aceitar que há outros elementos constituintes desse ambiente e que estes, mesmo fora de um ordenamento, devem ser considerados.

Morin (2008) conceitua a complexidade a partir do seguinte pensamento:

> À primeira vista a complexidade é um tecido (complexus: o que é tecido em conjunto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Na segunda abordagem, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomenal. Mas então, a complexidade apresenta-se com os traços inquietantes da confusão, do inextricável, da desordem, da ambiguidade, da incerteza... (MORIN, 2008, p. 20)

Podemos dizer que a complexidade é algo que faz parte de nossas vidas e que guarda mistérios, mas que se constitui também em um desafio, pois produz novos significados. É necessário, portanto, inserir-se no contexto e entender os anseios que se apresentam. Entretanto, nosso modo de ordenar o conhecimento, de selecionar elementos de ordem e de certeza, nos impede de olhar as redes "confusas e incertas" que se formam nessas relações.

Assim, torna-se cada vez mais relevante refletir sobre as certezas e incertezas que fazem parte do campo teórico e empírico da Comunicação Organizacional, pois por meio dessa reflexão poderemos ampliar e compreender à luz do pensamento complexo as relações e os elementos heterogêneos que envolvem a área.

Kunsch (apud SCROFERNECKER, 2008, p. 22) entende que a comunicação organizacional "como objeto de pesquisa é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre as organizações e seus públicos". Então é evidente que ao estudar o processo comunicacional organizacional devemos analisá-lo não somente a partir de uma perspectiva instrumental, mas tendo como

referência sua função estratégica organizacional, sem perder de vista os relacionamentos interpessoais que ocorrem.

A concepção abrangente sobre a comunicação realizada nas/pelas organizações é reforçada pela proximidade existente com a Cultura. É importante conhecer os aspectos que delineiam esta relação, evidenciando o modo de interação inserido em um ambiente organizacional complexo e de constantes mudanças. De acordo com Marchiori (2008b) "é através da cultura e da comunicação que as pessoas dão sentido ao mundo em que vivem, atribuindo significado para as experiências organizacionais" (MARCHIORI, 2008b, p. 3).

Um olhar Ecossistêmico da Comunicação Organizacional

Desde os primeiros registros de vida humana em grupo, a Comunicação é fator onipresente. É impossível pensar a sociedade e não atrelar linguagem, fala e escrita aos processos que compõem o meio ambiente social. "Sociedade e comunicação são uma coisa só" (BORDENAVE, 2006, p. 16). Da mesma forma, a conceituação do termo é, ao longo da história humana, pautada por divergentes interpretações.

A trajetória da comunicação como campo do conhecimento científico tem início na construção da sociedade de massa como consequência da industrialização, porém a comunicação surgiu, primeiramente, como técnica para atender às demandas de popularização das mercadorias e estimular o consumo em massa, já, que nesse período havia uma grande concentração de pessoas nas cidades que necessitavam de comunicação.

A maioria dos trabalhos voltados para a área tem, como marco histórico, o início do século XX, em função da chegada dos novos meios de comunicação em um contexto marcado pela consolidação do capitalismo industrial e da instalação da sociedade de massa.

Inicialmente, no campo das teorias da comunicação, teóricos como Shannon e Weaver a propunham como um processo contendo início, meio e fim, pautado num raciocínio matemático no qual emissor e receptor deveriam cumprir funções específicas para se estabelecer o processo de forma completa e alcançar o objetivo do ato comunicativo: o envio da mensagem. O processo comunicativo deveria obedecer a preceitos fechados, o que estabelecia a comunicação como sendo mais entre duas máquinas do que entre seres propriamente ditos.

Para Morin (2003, p. 12) "o fenômeno comunicacional não se esgota na presunção da eficácia do emissor. Existe sempre um receptor dotado de inteligência na outra ponta da

relação comunicacional. A mídia permanece um meio. A complexidade da comunicação continua a enfrentar o desafio da compreensão".

A comunicação e sua matéria-prima, a informação, dependem da percepção do outro. Neste sentido, a comunicação é observada como "resultado de ações das pessoas, compreendida pela conduta das palavras, que por sua vez expressam uma linguagem com significado" (SIMÕES, 1995, p.148). A comunicação como processo é extremamente complexa e envolve muito mais do que um emissor, um receptor e uma mensagem.

É nesse contexto, onde a busca pela compreensão dos fenômenos comunicacionais ultrapassa a ideia de linearidade, marcada principalmente pelos primeiros pressupostos teóricos da área, que se desenvolve a proposta do PPGCCOM que tem como área da concentração os Ecossistemas Comunicacionais.

Conforme o dicionário on-line de língua portuguesa[5] a palavra 'ecossistema' vem da ecologia e que dizer: "Conjunto das relações de interdependência, reguladas por condições físicas, químicas e biológicas, que os seres vivos estabelecem entre si e também com o meio ambiente em que habitam". A ideia de integração entre o homem e o meio e de que esta relação nos permite um aprendizado constante é apresentada principalmente na obra de Maturana e Varela, a Árvore do Conhecimento, onde autores destacam que a vida é um processo contínuo de conhecimento. "Vivemos com outros seres vivos, e, portanto compartilhamos com eles o processo vital. Construímos o mundo em que vivemos durante as nossas vidas. Por sua vez ele também nos constrói ao longo dessa viagem comum" (MATURANA; VARELA, 2001, p.10).

Nos dizeres de dos atores mencionados "se a vida é um processo de conhecimento, os seres vivos constroem esse conhecimento não a partir de uma atitude passiva e sim pela interação. Essa posição é estranha a quase tudo que nos chega por meio da educação formal". (MATURANA; VARELA, 2001, p. 12)

A complexidade de Edgar Morin (2006) nos permite pensar o conhecimento a partir da sua totalidade. Para ele "o conhecimento científico (...) foi durante muito tempo e com frequência ainda continua sendo concebido como tendo por missão dissipar a aparente complexidade dos fenômenos a fim de revelar a ordem simples a que eles obedecem" (MORIN, 2006, p.5).

Tal constatação também pode ser observada do ponto de vista dos fenômenos comunicacionais, uma vez que estes devem ser pesquisados a partir dos seus ambientes e

[5] Disponível em: http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=ecossistema

não somente de elementos individuais ou soma de suas partes, o que limitaria a compreensão de tais fenômenos.

Assim, Pereira (2011) define que:

> Investigar os processos comunicativos na perspectiva dos ecossistemas comunicacionais compreende, antes de tudo, entender que a comunicação não é um fenômeno isolado; ela envolve um ambiente cultural que ao mesmo tempo interfere e possibilita a construção, a circulação e a significação das mensagens. Significa que o ambiente que a envolve é constituído por uma rede de interação entre sistemas diferentes e que estes, embora diversos, dependem um do outro para coexistir. Significa ainda que modificações nos sistemas implicam transformações no próprio ecossistema comunicativo, uma vez que este tende a se adaptar às condições do ambiente, e, no limite, na própria cultura. (PEREIRA, 2011, p. 51)

As considerações de Pereira (2011) nos remetem à diversidade de cenários que encontramos nas organizações ao estudar as relações destas com seus funcionários, clientes, fornecedores, comunidades com as quais se relaciona, assim como suas estratégias mercadológicas, campo de atuação, ou seja, toda a rede complexa de relações que a compõe. Conforme mencionamos, a comunicação organizacional em sua trajetória teórico e empírica teve em seus primórdios uma abordagem pautada na utilização de práticas mecanicistas objetivando a organização da comunicação nas organizações e não à comunicação organizacional.

A complexidade com que se apresentam a estrutura de negócios e as relações sociais nas organizações no mundo contemporâneo não nos permite compreender a comunicação organizacional que tem origem no alto escalão de uma empresa com vistas a concretizar suas normas, objetivos e estratégias, ignorando ou encarando como menos importantes as relações originárias dos diálogos, dos significados e dos contextos social, cultural e político - dos sujeitos integrantes.

Para Baldissera (2009) é preciso pensar a comunicação organizacional pelo prisma da complexidade e isso “exige abandonar a ideia de linearidade e unidade, isto é, faz-se necessário que a organização seja percebida como lugar de fluxos multidirecionais e dispersivos em tensão que podem ser colaborativos ou não” (BALDISSERA, 2009, p.160).

Sobre a complexidade da comunicação no âmbito das relações organizacionais, Baldissera (2010) sinaliza duas dimensões as quais denomina de comunicada e comunicante.

A organização comunicada caracteriza-se, fundamentalmente, pela fala oficial da organização, ou seja, o que ela diz sobre si mesma.

> (...) contempla aquilo que, de alguma forma, a organização, como força em interação com outros sujeitos (poder público, comunidade, imprensa, consumidores, empregados e acionistas, dentre outros) considera relevante sobre si mesma, identifica como potencialidade para trazer algum tipo de retorno (satisfação pessoal, prestígio imagem-conceito, poder simbólico, clientes) e, portanto, entende que mereça ser tornado público (BALDISSERA, 2010, p. 205).

O referido autor chama atenção para o fato de que, apesar da organização conhecer seu o entorno e todos os códigos linguísticos, culturais e sociais que a envolvem, não significa que os resultados desejados sejam atingidos, pois é "[...] possível que a organização comunicada não seja percebida e construída pelos públicos de forma idêntica ao comunicado" (BALDISSERA, 2010, p. 206).

A organização comunicante consiste na ideia de que é "difícil não comunicar". Parte do princípio que o mais importante nesse processo é a competência interpretativa da alteridade, isto é, dos públicos com os quais a organização se relaciona. "Enquanto a 'organização comunicada' caracteriza-se por ser organizativa, a 'organização comunicante' tende a desorganização. A 'organização comunicante', para além das ilhas de comunicação planejada, autorizada, revela-se em fissuras, em incertezas, em oceanos de fluxos informacionais" (BALDISSERA, 2010, p. 208).

Nesse processo em que a organização se (re) constrói através da/na diversidade dos sujeitos, entre certezas e incertezas, entre o 'comunicado e o comunicante', entre a organização e desorganização, evidencia-se uma rede de relações em constante interação que, embora nos pareçam distintas são altamente dependentes.

Considerações

A discussão em torno da comunicação nas organizações na contemporaneidade deve ir além da prescrição de técnica e modelos, superando assim os limites dos enfoques reducionistas e instrumental da/na comunicação organizacional. Neste sentido os estudos que se voltam para a comunicação organizacional a partir do paradigma da complexidade e que ultrapassam o entendimento de uma "organização da comunicação" permitem que novos olhares teóricos e metodológicos acerca da área.

A proposta do PPGCCOM Ufam, estudar a comunicação a partir dos Ecossistemas Comunicacionais, buscando uma visão da totalidade e não mais de tendências técnicas e

mecanicistas, amplia o dilálogo no campo da pesquisa e proporciona uma compreensão mais abrangente e crítica dos processos comunicacionais no contexto das organizações.

É importante salientar que não se trata de renegar as dimensões táticas, operacionais e estratégicas da área, mas, sobretudo, enfrentar os desafios impostos por uma sociedade cada vez mais complexa.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

_____. **A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional.** In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação Organizacional – Histórico, fundamentos e processos - Volume I.** São Paulo-SP: Saraiva, 2009.

_____. **A complexidade dos processos comunicacionais e interação nas organizações.** In: MARCHIORI, Marlene (org). Faces da cultura e da comunicação organizacional. Vol. 2. São Paulo – SP. 2010.

CRUZ, Cassiana Maris L. **Comunicação organizacional e pressupostos da comunicação integrada: a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional. Rio Grande do Sul**, 2007.
Disponível em: http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/199/190. Acesso em 15 de fevereiro de 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo:** São Paulo: Summus, 2003.

MARCHIORI, M. **Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização.** São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2008a.

MARCHIORI, M. **Cultura Organizacional: uma Perspectiva de Comunicação na Era Pós-moderna.** In: II Congresso Brasileiro Científico da Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 2008, Belo Horizonte, MG. II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, 2008b.

MORIN, Edgar. Introdução ao pensamento complexo. Do original Introducion à la pensée complexe, Paris: ESF éditeur, 1990. Lisboa: Instituto Piaget. 5ª ed. 2008.5

_____. **Introdução ao pensamento complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. **A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação).** Famecos. Porto Alegre. N. 20. Abril, 2003. Disponível em:

http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3197/2462 Acesso em: 2 de julho de 2013.

MATURANA, Humberto R. e VARELA, Francisco J. **A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana.** São Paulo: Palas Athena, 2001**.**

PEREIRA, M. F. **Ecossistemas comunicacionais: uma proposição conceitual.** In: MALCHER, M. A.; SEIXAS, N. S. A.; LIMA, R. L. A.; AMARAL FILHO, O. (orgs). In: **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: Fadesp, 2011 (Série Comunicação, Cultura e Amazônia, V. 2).

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política.** São Paulo: Summus, 1995.

TORQUATO, Gaudêncio. **Da gênese do jornalismo empresarial e das Relações Públicas à comunicação organizacional no Brasil.** In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação Organizacional – Histórico, fundamentos e processos - Volume I.** São Paulo-SP: Saraiva, 2009.

SILVA, Juarez Machado. **Apresentação.** In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

_____.**Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional.** Porto Alegre: 2006.
Disponível em: http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/1110/832. Acesso: 30 de março de 2013.

VALENTIM, Marta Lígia P. e ZWARETCH, Natali Silvana. **Comunicação organizacional/Comunicação informacional no processo de inteligência competitiva organizacional.** In: VALENTIM, Marta Lígia P. **Informação, Conhecimento e Inteligência Organizacional.** Marília SP: Fundepe editora, 2007.