

JORNALISMO E CONVERÊNCIA MIDIÁTICA T02

PÓS-FACULDADE SOCIAL

ANÁLISE DE SIMILARES

ALUNA: Suely Maria Temporal Soares

DISCIPLINA: Metodologia da Pesquisa

PROF.: Ana Spannenberg

1. BISPO, Milena Chetto Coutinho. Internet e Comunicação Organizacional: O uso das novas tecnologias de informação na comunicação da Apae Salvador. 2008. Monografia. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.

Palavras-Chave: Tecnologias de informação e comunicação; Internet; Comunicação Organizacional; Comunicação Dirigida; Segmentação de públicos.

Este trabalho aproxima-se do tema pretendido no meu TCC uma vez que aborda a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) e estuda como a disseminação das TICs modificou o “modo de fazer” da comunicação organizacional, a partir da introdução da interatividade com o público que antes era relegado a receptor passivo e que hoje tem a possibilidade de ser também um gerador de conteúdo. O estudo aborda os desafios enfrentados pelas organizações do terceiro setor para abrir novos canais que atendam essa nova necessidade de comunicação. O recorte feito na Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais - Apae Salvador justifica-se pela implantação na entidade, em 2006, de um novo projeto de comunicação que tem por base a aplicação das TICs.

O trabalho faz uma diferenciação interessante dos conceitos de Comunicação Organizacional, Empresarial, Corporativa ou Institucional. Citando Chiavenato (1982 apud Kunsch, 2003, p. 25), a graduanda define que Organização é uma “unidade ou entidade social, na qual as pessoas interagem entre si para alcançar objetivos específicos”, enquanto empresa é um organização privada com fins mercadológicos e lucrativos. Segundo ela, este mesmo teórico define por Corporação uma empresa da iniciativa privada que reúne um número significativo de funcionários, parceiros e fornecedores, diferente de uma instituição, que é uma organização com a função de “atender a certa necessidade básica da sociedade, com estrutura formada por pessoas que possuem um conjunto de crenças, valores, idéias e comportamentos comuns, relações de acordo com normas e procedimentos” (BERNARDES, 1988 apud KUNSCH, 2003, p.34). Depois de esclarecer essa diferenciação, opta por utilizar o termo Comunicação Organizacional adotado por Torquato (2002) e Kunsch (2003), por considerá-lo mais abrangente ao englobar o espectro das atividades de comunicação exercidas também em associações, federações, confederações, sindicatos, escolas, clubes, partidos políticos, ONGs, etc, que passaram a usar de maneira intensa as ferramentas de comunicação, já não restritas ao âmbito exclusivo das empresas.

Complementando os conceitos formulados por Cahen (1990, p. 23), a graduanda resume que Comunicação Organizacional é uma atividade sistêmica, de caráter estratégico, que tem o objetivo de criar (onde ainda não existir), manter (onde já existir) ou ainda mudar para favorável (onde for negativa) a imagem de uma organização (empresa, instituição pública, entidade, ONG, associação, sindicato, etc) junto aos seus públicos específicos de interesse (clientes, funcionários, classe política ou empresarial, acionistas, parceiros, imprensa, formadores de opinião, comunidade acadêmica ou financeira, etc.) ou perante a opinião pública, através da comunicação integrada previamente planejada.

2. **CARDOSO**, Cláudio. A cultura e os novos impactos das tecnologias da informação na produção da comunicação organizacional integrada.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional, Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, Tétrades, *Bold Moves*.

O artigo do professor Cláudio Cardoso analisa eventuais correlações entre o atual cenário da comunicação organizacional e as chamadas novas tecnologias de informação e comunicação (nTIC), considerando fenômenos recentes usando como referencial teórico os estudos de Castells (1996) e a proposta de téttrade de McLuhan (1989) e examinado a campanha Bold Moves da Ford Motor Company de junho de 2006 como ilustração das análises feitas por ele no artigo.