

III SEMANA DO CONHECIMENTO

Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

**Comunicação Organizacional como ferramenta estratégica em Redes de Cooperação:
perspectivas teóricas**

AUTOR PRINCIPAL: Fernanda Breda

CO-AUTORES: Cassiana Maris Lima Cruz; Elizabete Casagrande Lazarotto

ORIENTADOR: Cassiana Maris Lima Cruz

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO:

O presente artigo tem como objetivo estudar as abordagens conceituais e teóricas da comunicação organizacional, redes de cooperação e estratégias de redes para conhecer o estado da arte dos temas e verificar a conexão entre eles. Na sequência, propõem-se sugestões de abordagem empírica do tema. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica através de artigos científicos nacionais e internacionais e clássicos que abordam os temas discutidos, utilizando como palavras chaves “comunicação e rede de cooperação”, “comunicação e redes interorganizacionais”. O estudo caracteriza-se, também, como exploratório, uma vez que proporciona maior familiaridade com temática (CRESWELL, 2007). A relevância do estudo está pautada nas poucas evidências de pesquisas que relacionem comunicação organizacional aplicada em redes de cooperação empresarial.

DESENVOLVIMENTO:

Comunicar é um processo inerente às organizações e às empresas, que abrange todas as formas de comunicação para relacionar-se e interagir com seus públicos, desde os aspectos internos, considerando as relações interpessoais, estilos de gestão, processos de hierarquia; até os externos, destacando as relações de competitividade entre setores, ações e estratégias de marketing, posicionamento de consumidor e mercado (KUNSCH, 2006). Sobre os conceitos da formação de estratégia, Mintzberg e Waters (1985) afirmam que ela ocorre em duas dimensões: deliberativa e emergente. A

III SEMANA DO CONHECIMENTO

27 DE OUTUBRO
2016

primeira refere-se às estratégias planejadas pela organização, enquanto a segunda emerge de uma situação não planejada. Entretanto, nenhuma estratégia pode ser completamente deliberada ou emergente de forma que a primeira impede a aprendizagem enquanto a segunda impede o controle (MINTZBERG et.al, 2000).

A comunicação organizacional em redes de cooperação tem um papel relevante enquanto ferramenta estratégica, embora a literatura e aplicação empírica que aborde esta temática sejam escassas, com base nas pesquisas efetuadas neste trabalho. Neste aspecto, cabe destacar os estudos de Fernandes (2014) e de Corrêa (2009 e 2010), que referem-se, de formas distintas, à temática voltada a disseminar a cultura em redes de organizações e à comunicação como ferramenta estratégica em redes de cooperação. A comunicação torna-se um requisito para que ocorra a cooperação, pois é através dela que as organizações interagem. Para Balestrin e Vershoore (2008, p. 151) [...]“o estabelecimento de redes de cooperação pressupõe três condições fundamentais: objetivos comuns, interação e gestão.” Esses elementos são fundamentais para que as empresas obtenham ganhos competitivos. Dentre as condições para formação de redes, abordadas pelos autores, não está especificada a ferramenta de comunicação, porém esta pode ser entendida como parte integrante dos requisitos e da gestão da rede. Neste sentido, uma sugestão de integração para estudar comunicação no contexto de redes de cooperação é inseri-la na análise dos instrumentos de gestão de redes de cooperação propostos por Balestrin e Vershoore (2008), visto que, de acordo com Gonçalves 2005, a comunicação é um agente de gestão. Através da gestão da comunicação organizacional, visualizada como uma ferramenta de gestão, ocorre a disseminação de objetivos e valores comuns que devem ser compartilhados por todos da organização, bem como a divulgação das perspectivas de ganhos competitivos e a interação entre os participantes de uma rede de cooperação (CORREA, 2010). Dessa forma, percebe-se que a relação entre todos os elementos e características de uma rede de cooperação ocorre através da comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Apesar de escassos os estudos que abordem o tema, percebe-se em Correa (2009) e Fernandes (2014), uma integração entre esses elementos, sendo que ambos os estudos abordam a comunicação como ferramenta de gestão nas redes de cooperação, visto que a comunicação é um requisito para que as organizações cooperem em busca de objetivos comuns, através da integração entre os membros da rede, alcançando vantagem competitiva.

REFERÊNCIAS:

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. Redes de cooperação empresarial: estratégia de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2008.

III SEMANA DO CONHECIMENTO

31 DE OUTUBRO
DE 2016

CORREA, V. E. D.; Cultura e identidade organizacional disseminadas pela comunicação dirigida: o caso da Redlar. Dissertação de Mestrado UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2 Ed. São Paulo: Bookman, 2007.

FERNANDES, E., I., R.; O papel da comunicação estratégica na gestão de redes de cooperação interorganizacionais. Relatório de Estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, 2014.

KUNSCH, M.K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: 2006.

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):

ANEXOS: