

A RESPONSABILIDADE E O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA SOCIEDADE CONECTADA E PARTICIPATIVA

Mariana Carareto¹; Renata Calonego²; Roseane Andrelo³

¹Relações Públicas, Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC – Unesp), Especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional (ECA – USP). E-mail: marianacarareto@faac.unesp.br

²Relações Públicas, Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC – Unesp). E-mail: rcalonego@gmail.com

³Jornalista, Mestre em Comunicação e Doutora em Educação Escolar. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Relações Públicas da Unesp. E-mail: roseaneandrello@faac.unesp.br

RESUMO

A evolução das tecnologias alterou as esferas sociais e admitiu a configuração de maior participação entres organizações e sociedade. Para garantir sua sobrevivência, as organizações passaram a assumir posturas socialmente responsáveis e dialógicas com seus públicos, sendo fundamental o desenvolvimento de uma comunicação ética por meio de atributos construtivos. Diante desse cenário, esse trabalho tem como objetivo demonstrar como a comunicação organizacional se tornou um meio para dialogar sobre questões éticas que garantem o convívio harmonioso entre os atores sociais. Para tal fez uso da análise de conteúdo das campanhas publicitárias das organizações Skol e Alezzia. Este estudo apresenta resultados preliminares que indicam que a comunicação organizacional possui um importante espaço social para orientar seus públicos em diversas âmbitos, principalmente na atual sociedade conectada.

Palavras-chave: Sociedade Conectada. Responsabilidade Social. Construção de valores éticos. Comunicação Organizacional.

INTRODUÇÃO

As mudanças ocorridas devido ao crescente desenvolvimento tecnológico geraram modificações complexas na sociedade, atingindo diversas esferas, como econômica, política e cultural. As organizações, por sua vez, para se adaptarem a esse cenário, passam a desenvolver ações relacionadas ao exercício da cidadania e de Responsabilidade Social, pois admitem uma relação intrínseca de responsabilidade e ética com a sociedade (FERRARI, 2011). Nesse contexto, a comunicação ganha destaque por ser a encarregada em viabilizar e consolidar ações responsáveis, promover o diálogo e o relacionamento entre sociedade e organizações, além de assumir um espaço fundamental para disseminar informações e dialogar com seus públicos, de maneira a garantir o convívio harmonioso de diversos interesses.

OBJETIVOS

Este trabalho, resultante de discussões do Grupo de Pesquisa “Relações Públicas e Comunicação: opinião pública, educação e interculturalidade”, e ainda em andamento, tem

por objetivo realizar uma análise para demonstrar como a comunicação organizacional se tornou um meio para dialogar sobre questões éticas que garantem o convívio harmonioso entre os atores sociais.

METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma fundamentação que busca demonstrar como a sociedade conectada e participativa estimula a relação de responsabilidade das organizações com a sociedade para a construção de valores éticos. Diante disso, desenvolveu-se uma análise de conteúdo dos efeitos causados nos públicos pelo discurso de duas campanhas com posicionamentos distintos sendo, respectivamente, a Skol e a Alezzia.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

A análise preliminar realizada das duas campanhas e dos atuais posicionamentos das organizações demonstra que a comunicação organizacional possui um importante papel social para orientar seus públicos nas esferas sociais, políticas, econômicas e culturais. E que, por meio da tecnologia, elas podem estimular um debate importante para os direitos de cada um, ao mesmo tempo que podem se posicionar estimulando uma relação agressiva entre os indivíduos. Isso está diretamente ligado com o que é ser responsável socialmente ou não e, se o posicionamento gera tensões e violência, as atitudes, muito provavelmente não estão sendo responsáveis.

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destaca-se que a comunicação das organizações gera impacto para a sociedade, principalmente, em um cenário que existem tensões ideológicas como, por exemplo, a discussão sobre igualdade de gênero, a qual enfrenta uma grande oposição. Nesse sentido, uma organização responsável precisa estimular o diálogo e esclarecer importantes informações para estimular um público mais participativo, devido às plataformas interativas, à construir uma sociedade baseada em valores éticos.

REFERÊNCIAS

FERRARI, M. A. Contexto global e latino-americano da comunicação e relações públicas. In: GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.