
Comunicação Organizacional Integrada: estudo de caso sobre a Associação Cultural Balaio Nordeste¹

Luís Carlos da SILVA²
Universidade Federal da Paraíba, PB

RESUMO

Analisa como a comunicação organizacional integrada é utilizada no planejamento e coordenação de atividades e ações estratégicas de uma organização. De caráter qualitativo, este estudo utilizou-se para obtenção dos dados a observação participante, produções acadêmicas e notícias sobre a organização estudada. Os resultados indicaram que a Associação Cultural Balaio Nordeste apresenta no desenvolvimento de suas atividades as modalidades da comunicação organizacional integrada, possibilitando uma compreensão do objetivo e princípios organizacionais. Conclui-se que a comunicação organizacional integrada é uma abordagem estratégica para entender o funcionamento do setor de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Organizacional Integrada; Terceiro Setor; Associação Cultural Balaio Nordeste.

INTRODUÇÃO

A comunicação é indispensável para o progresso e crescimento das organizações, permitindo que as informações sejam transmitidas de forma clara, haja a divulgação eficiente de suas atividades e a manutenção de relacionamentos com diversos públicos. No entanto, a falta de um plano de comunicação adequado dificulta o funcionamento organizacional, limita o crescimento e compromete a imagem institucional (Silva e Brito, 2022). Para compreender o processo da comunicação em uma organização pode-se utilizar o conceito cunhado por Kunsch (2003), ou seja, a comunicação organizacional integrada, a qual pode ser entendida como uma forma de

¹ Trabalho apresentado no GP 28 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB e bolsista da FAPESQ (Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba), email: luiscarloosilva.lcs@gmail.com

abordagem estratégica para o alinhamento de diferentes comunicações dentro de uma organização (Kunsch, 2003).

Assim, para compreender o processo de comunicação organizacional integrada, delimitamos a seguinte questão-problema: de que maneira as organizações utilizam a comunicação organizacional integrada para planejar e coordenar suas atividades e ações estratégicas? Para responder essa questão, foi delineado o seguinte objetivo geral: analisar como a comunicação organizacional integrada é utilizada no planejamento e coordenação de atividades e ações estratégicas de uma organização.

REFERENCIAL TEÓRICO

A comunicação é um elemento importante para as interações humanas, pois por meio dela tem-se o fortalecimento dos relacionamentos, desenvolvimento pessoal e emocional e aprimoramento da vida pessoal e profissional. Além disso,

A comunicação exerce um poder expressivo no âmbito das empresas e instituições. Trata-se de um campo que pavimenta a legitimidade e credibilidade das organizações em seus públicos interno e externo e complementa a tipologia dos poderes que são inerentes: remunerativo, coercitivo e normativo (Torquato, 2015, p. 8).

Desse modo, a comunicação influencia vários aspectos dentro de uma organização, indo além da troca de informações, pois permite que o público-alvo fique mais próximo da organização, mas isso só acontece quando a comunicação é trabalhada de forma a proporcionar isso. Uma das formas de compreender como a comunicação está sendo trabalhada é analisando a comunicação organizacional integrada.

No que tange a comunicação organizacional integrada, Kunsch (2003) salienta que ela tem por objetivo unir diferentes atividades do âmbito comunicacional na empresa. Assim, por meio dela há uma coordenação de esforços visando alcançar os objetivos estabelecidos. Kunsch (2003, p. 150) afirma ainda que a comunicação integrada é “uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica”. Pereira (2018, p. 5) aponta que para que haja uma integração entre essas áreas, é necessário primeiro um alinhamento interno entre as equipes dentro de um objetivo comum, onde todos saem ganhando”. Desse modo, a partir da

comunicação organizacional integrada pode-se compreender o processo de informações internas e externas entre a organização e seus públicos.

A comunicação organizacional integrada é constituída por quatro modalidades de comunicação: administrativa, interna institucional e mercadológica. A comunicação administrativa “é aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes” (Kunsch, 2003, p. 152). A comunicação interna proporciona uma relação mais próxima da organização com o público interno, fornecendo informações uniformes para todos os setores da organização (Kunsch, 2003)

A comunicação institucional diz respeito à construção da imagem e da identidade organizacional perante seus públicos de interesse (Kunsch, 2003). Enfim, a comunicação mercadológica se responsabiliza “por toda produção comunicativa em torno de objetivos mercadológicos, tendo em vista a divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa. Está vinculada diretamente ao marketing de negócios” (Kunsch, 2003, p. 162). Assim, a partir dessas modalidades têm-se uma visão holística no funcionamento da comunicação dentro de uma organização.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se como qualitativo (Minayo, 2009). Na obtenção dos dados, utilizou-se a observação participante que “consiste na participação real do pesquisador na comunidade ou grupo. Ele se incorpora ao grupo [...] Fica tão próximo à comunidade quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste” (Marconi e Lakatos, 2017, p. 210), tendo em vista que o autor atua como assistente de comunicação na organização estudada, bem como analisa informações disponíveis nas produções acadêmicas e notícias sobre a Associação.

Foi escolhido como campo empírico a Associação Cultural Balaio Nordeste, que é “uma organização pertencente ao terceiro setor, entidade cultural sem fins lucrativos, que busca promover e fomentar a cultura popular nordestina” (Silva e Brito, 2022, p. 25). Importante organização no cenário brasileiro no que tange a salvaguarda do forró.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Os resultados demonstram que a organização possui um setor de comunicação, atuando com uma coordenadora de comunicação, um assistente de comunicação e uma designer gráfica. Sob a ótica da comunicação organizacional integrada é perceptível que as ações e atividades desenvolvidas pela Associação perpassam todas as modalidades. Na comunicação administrativa, é observada a partir do uso de documentos como ofícios, das reuniões, das assembleias, etc, que está atrelada a comunicação interna, nesta também é observada a comunicação face a face, confraternização, entre outras. No que tange às comunicações institucional e mercadológica, é percebida pelas redes sociais da Associação, bem como os eventos que são realizados, a exemplo do I Fórum Internacional de Forró de Raiz.

Além disso, pode-se enfatizar a partir da análise da comunicação organizacional integrada que a Associação Cultural Balaio Nordeste vem construindo uma imagem organizacional sólida perante seus públicos internos e externos, já que há um entendimento do ramo de atuação dela e dos princípios organizacionais.

Destaca-se também que a Associação utiliza-se da comunicação digital para manter a imagem organizacional cada vez mais forte perante o público, entendendo que a imersão no ambiente digital possibilita o crescimento e o desenvolvimento da organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se, portanto, que a comunicação organizacional integrada, quando alinhada a missão, visão e valores da organização promove para o público-alvo uma identidade organizacional coesa, além de compreender como está o andamento do setor comunicacional. No que tange a Associação, foi observado que há atividades e ações nas diferentes modalidades da comunicação organizacional integrada, bem como tem-se o alinhamento delas, possibilitando relações entre a organização e o público-alvo.

Por fim, o estudo permitiu uma análise mais ampla da comunicação organizacional integrada, demonstrando que a coordenação e a coerência das mensagens

dentro da organização não apenas reforçam a legitimidade e a credibilidade, como também garantem um impacto positivo e duradouro tanto nos públicos internos quanto externos.

REFERÊNCIAS

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MINAYO, M. C. de S. (Ed.). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade** (28a ed.). Petrópolis: Vozes, 2009.

PEREIRA, D. D. E. S. **Comunicação integrada** – estudo de caso Apex-Brasil. 2018. 28 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-graduação Lato Sensu em Gestão da Comunicação nas Organizações – UniCEUB/ICPD, Brasília, 2018.

SILVA, L. C. da; BRITO, S. O. de. **Programa de Relações Públicas para a Associação Cultural Balaio Nordeste. João Pessoa**, 2022. 126 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) – Universidade Federal da Paraíba, 2022.

TORQUATO, G. **Comunicação nas Organizações**. São Paulo: Summus, 2015.