

BUSCA AVANÇADA



cadastre-se e receba novidades



**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE COMUNICAÇÃO
EMPRESARIAL**



cursos	eventos	livros	prêmio	associe-se	MBA Aberje
Home	Associação	Serviços	Acervo Online	Prêmio	Fale Conosco

HOME >> ACERVO ON-LINE >> COLUNAS >> COLUMISTAS >> PAULO NASSAR

COLUNAS



Paulo Nassar
diretoria@aberje.com.br

Diretor-Presidente da Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Professor livre-docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pós-doutor pela Libera Università di Lingue e Comunicazione, Milão, Itália. Integra o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). É Coordenador do Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN ECA-USP). Autor de inúmeras obras no campo da Comunicação.

Comunicação: a hora de repensar

Curtir Compartilhar Tweet

Publicado em 06/05/2011



O jornalista americano Ivy Lee fez para as Relações Públicas o que Adam Smith e Taylor fizeram para a economia: deu início à padronização

O economista escocês Adam Smith (1723-1790), em seu clássico livro "A Riqueza das Nações", descreve o funcionamento de uma oficina fabricante de alfinetes, lugar onde o artesão impunha o seu jeito de produzir, livre de qualquer compromisso com o tempo e com metas de produtividade, em alta escala e propõe um modelo de controle das etapas de produção e do artesão, com objetivo de racionalizar a produção e aumentar exponencialmente os resultados daquelas protoempresas. O método proposto por Smith foi aperfeiçoado quase 150 anos depois por Frederick Winslow Taylor (1856-1915), em sua revolução científica do trabalho centrada no controle de tempos e movimentos. Com esse tipo de metodologia de trabalho o mundo artesanal foi enterrado. Todos perderam com a instauração de um mundo centrado no trabalho desumanizado: as pessoas e a natureza que foi degradada. O século XX só aprofundou os estragos com as reengenharias e as políticas de downsizing. O resultado deste frenesi produtivo é um mundo sem fraternidade em que o tempo e as relações sociais e culturais viraram outros nomes do dinheiro.

Implicações sobre a comunicação nas empresas

No que tange à comunicação nas empresas, implantou-se uma narrativa autoritária e pobre, constituída de ordens, voltada para controle da informação nas linhas de produção e nos escritórios, que se afastou da autoria. O narrador, lembrando Walter Benjamin, deixou de marcar as suas histórias com a sua voz, o seu ritmo, o seu jeito de contar. Os discursos dentro das empresas ficaram um padrão só e afastado dos relatos mais míticos que incorporam ritos, rituais, mitos, ritos, heróis e anti-heróis. A narrativa interesseira, voltada apenas para os propósitos empresariais empobreceu o ambiente de trabalho e também as relações entre as pessoas. Um dos momentos de mudança desse pensamento rasteiro foi a incorporação, no início do século XX, nos Estados Unidos, de preocupações quanto à melhoria das relações do empresariado (denominados na época como os "barões ladrões") com os trabalhadores, imprensa e uma massa de pequenos acionistas, estes, público fundamental para capitalizar as empresas, por meio da bolsa de valores, para os novos desafios trazidos pela expansão do capitalismo nos Estados Unidos e no mundo. Um processo de abertura de capital, que lembra o movimento atual de entrada de grandes empresas brasileiras no universo acionário. Um processo que dá origem as Relações Públicas. O relações-públicas surge, no ambiente das relações humanas e da comunicação então como o apontador de fábrica, no seu caso como padronizador da comunicação e dos relacionamentos. Ivy Lee (1877-1934) fez para as relações públicas o que Adam Smith e Taylor fizeram para a economia: deu início à padronização. O jornalismo do século XX



também foi pela mesma seara e procurou estruturar as suas narrativas em regras e manuais do como relatar. Neste contexto, do que se denominou sociedade de massas industrial, as relações públicas e o jornalismo se transformaram em fatores de diálogos e relacionamentos. Todos a serviço apenas dos grandes poderes organizacionais: o estado, a empresa, a escola e a igreja.

Hora de repensar a comunicação e os relacionamentos

A tecnologia digital e um trabalhador que é inquirido, na atualidade, a trabalhar cada vez mais conhecimentos e uma realidade indutora de controvérsias e inúmeros pontos de vista, em questões que envolvem um novo social, impactado por questões ambientais, sociais e econômicas, tiraram dos poderes do mundo, entre eles a empresa, a centralidade produtora de conteúdos. Agora todos produzem e veiculam as suas opiniões, nem sempre convergentes com as das empresas. É uma sociedade de muitas vozes. Um universo autoral, que não deixa de ser uma retomada do caráter artesanal da comunicação, que deve procurar se assentar em narrativas mais ricas e abertas (míticas). A grande questão parece ser de como o comunicador se posicionará numa época de grande vontade democrática e articulação entre os chamados públicos sociais.

Texto debatido no Seminário "Século McLuhan" na mesa McLuhan e a comunicação de empresas e instituições, realizado nos dias 2 e 3 de maio, no Teatro Vivo, em São Paulo

Os artigos aqui apresentados não necessariamente refletem a opinião da Aberje e seu conteúdo é de exclusiva responsabilidade do autor. 2312

Indique esta coluna

[voltar](#)

0 comentários

Classificar por

Mais antigos



Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

Outras colunas de Paulo Nassar

23/02/2016 - A hora de construir o diálogo

10/02/2016 - A importância da comunicação nas organizações

18/01/2016 - Dialogar para liderar: um programa para 2016

05/11/2015 - O país da ilusão

18/08/2015 - Chacinas, atalho para o fascismo

[Veja todas as colunas de Paulo Nassar](#)

O primeiro portal da Comunicação Empresarial Brasileira - Desde 1996

[Sobre a Aberje](#) | [Cursos](#) | [Eventos](#) | [Comitês](#) | [Prêmio](#) | [Associe-se](#) | [Diretoria](#) | [Fale conosco](#)

Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial ©1967 Todos os direitos reservados.
Rua Amália de Noronha, 151 - 6º andar - São Paulo/SP - (11) 5627-9090

