



Disponível em  
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 14, n. 6,  
pp. 1171-1173, Nov./Dez. 2010



### **Resenhas Bibliográficas:**

#### **COMUNICAÇÃO E INOVAÇÃO: REFLEXÕES CONTEMPORÂNEAS.**

Mônica Pegurer Caprino (Org.). Coleção Comunicação. São Paulo: Paulus, 2008. (Coleção Comunicação). ISBN: 9788534929479.

Péricles Fontanella \*  
Mestrando em Administração de Empresas da UFPR, Curitiba/PR, Brasil.

\* Endereço: Péricles Fontanella  
Rua Quiri, 1460, apto. 62, Quedas do Iguaçu/PR, 85460-000. E-mail: pericles@fiqnet.com.br

---

Copyright © 2010 RAC. Todos os direitos, inclusive de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia desde que seja identificada a fonte.

---

Trabalho baseado no livro **Comunicação e Inovação: reflexões contemporâneas**, organizado por Mônica Pegurer Caprino com apoio nos textos de vários autores. O livro vem focar aspectos mais amplos do termo inovação, que sobretudo, poderá ser aplicado em várias áreas de atuação, incluindo a Comunicação Social, justificando assim, o título da obra. O livro se arrima em projeto de um grupo de pesquisadores da IMES- Universidade Municipal de São Caetano do Sul, todos docentes da área de Comunicação com diferentes formações. Os autores recorreram às revisões bibliográficas nas mais variadas áreas para dar melhor fundamentação ao tema. O livro é dividido em sete capítulos. A contribuição deste tema para a área administrativa é ímpar, uma vez que comunicar e inovar são palavras de ordem para o mercado, que se tem afigurado, nos últimos anos, de forte concorrência e mudanças contínuas, em ambiente propício para a inovação e exigente em política de gestão de pessoas, cuja comunicação tem papel preponderante.

O primeiro capítulo foi escrito por Giacomini Filho e Santos e se chama **Convergências Conceituais e teóricas entre Comunicação e Inovação**. Em linhas gerais disserta sobre as teorias clássicas da Comunicação Social e como estas interagem com a inovação. O segundo capítulo foi escrito por Santos e Cardoso; é intitulado **Teorias da Comunicação: aportes para a compreensão da dimensão simbólica e processos inovadores**. Neste texto há um aprofundamento da interligação entre comunicação e inovação, citando as diferentes visões teóricas das escolas funcionalistas, do pensamento marxista, dos teóricos McLuhan e Tofler, e das teorias estruturalista e semiótica; como tais teóricos entendem abranger a comunicação em toda a sua dimensão simbólica. O terceiro capítulo foi escrito por Regina Rossetti. Como o título do capítulo indica, a autora analisa **Visões teóricas acerca das confluências entre comunicação, sociedade e inovação**. O quarto capítulo, escrito por Caprino, Rossetti e Goulart, analisa como a sociedade faz a apropriação das inovações trazidas pela tecnologia, a qual transforma os processos comunicacionais. **Possibilidades da comunicação e inovação em uma dimensão regional** foi desenvolvido por Perazzo e P. Caprino. Em face da globalização, muitas vezes a dimensão regional fica relegada ao segundo plano; assim, disserta este capítulo sobre a importância do regional em interação com a globalização, em face dos fenômenos comunicativo e de inovação, bem como pela relação entre identidade, cultura e comunicação. Giacomini Filho é o autor do sexto capítulo, que disserta sobre **As organizações sociais no contexto da comunicação voltada para a inovação humana**. Nesse capítulo o autor demonstra que a comunicação social se assenta nas organizações, que podem ser divididas em Organizações Multissetoriais ou comunicacionais, de acordo com o uso que fazem da comunicação social. Aponta também como a internet tem exercido influência no âmbito organizacional. O último capítulo foi escrito por Goulart e Vargas; nele fazem uma análise da produção cultural em face das inovações nos processos tecnológicos e culturais.

O livro apresenta uma linguagem acessível e discute sobre temas relevantes para as mais diversas áreas de atuação, quais sejam: comunicação, inovação e tecnologia. A história dos povos tem sido a história das transformações dos símbolos e sinais, conseqüentemente das tradições culturais. Atualmente estamos vivendo sob uma perspectiva global; mas, ao mesmo tempo, o mundo está apresentando maiores divisões. Não há mais espaço para uma cultura e sim para o multiculturalismo. Assim, sob o ponto de vista organizacional, este estudo foi um rico aprendizado para entender a organização como organismo vivo que está em constante evolução, mutação e aperfeiçoamento. O profissional jamais deve acomodar-se, pois novas tendências e cenários se vão formando, já que a informação é veloz, a cobrança por inovação é grande e os clientes estão cada vez mais exigentes, em grande parte auxiliados por tecnologias cada vez mais dinâmicas. Além disso, uma empresa faz parte de um quadro bem maior, por ser uma organização acima de tudo social e econômica. Ela está inserida em ambiente bem mais amplo com constantes oscilações, motivo pelo qual é imprescindível estar informado todo o tempo sobre o que é relevante.

A comunicação para as empresas, junto com outros fatores, deve também fazer parte do planejamento estratégico, sem sombra de dúvidas, pois muitas vezes é o fator de desempate entre outras empresas na visão do cliente. A empresa que melhor se comunica é a que consegue vender mais facilmente o **seu peixe**. Dessa maneira, a empresa precisa procurar ferramentas que melhorem o processo comunicativo, sob pena de ficarem atrás da concorrência. A comunicação interna, da mesma

forma, é imprescindível, já que vai determinar o tempo de resposta e de tomada de decisão, além de integrar os setores e unir líderes e liderados. Como é fator que não pode ser facilmente mensurado, os empresários acabam por relegar ao segundo plano a comunicação; é aí que acabam pecando, sem ao menos dar-se conta disso.

Ao se analisar esta obra, entretanto, é necessário ater-se a uma discussão mais ampla, que está nas entrelinhas, que diz respeito à cultura. Mais do que o tratamento da comunicação e da inovação, os autores dissertam sobre o impacto desses fenômenos na cultura. Resumidamente é preciso ter consciência de que os aspectos culturais não são imutáveis. É importante a percepção de que o homem é influenciado pela cultura, mas causa influência sobre ela também de forma mútua e constante; é desta inter-relação que nasce a identidade seja de uma região ou de um país. É preciso encarar a cultura como algo realmente complexo em constante evolução e transformação; nessa complexidade estão presentes os aspectos sociais, a comunicação, a inovação, a tecnologia, tão bem abordados na obra estudada. É preciso estar atento às mudanças culturais para a criação de novos cenários e assim direcionar o processo inovativo e comunicacional.