

AÇÕES ESTRATÉGICAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL: manutenção da imagem positiva no mercado diante de desafios da contemporaneidade

FELIPE MENDES¹, NICOLY KETLYN GOMES¹, MARIA LUIZA DE OLIVEIRA¹, WEVERTON CARLOS DA SILVA¹; CALINA SANTOS MACHADO²

¹Acadêmicos do Curso de Administração do Centro Universitário UNIVERSO - Juiz de Fora; ²Docente do Curso de Administração do Centro Universitário UNIVERSO - Juiz de Fora

E-mail: calina.santos@jf.universo.edu.br

RESUMO

Introdução: no atual cenário da informação científica, se encontram atuais análises sobre as respostas das empresas mundiais frente às crises desencadeadas pela pandemia de COVID-19. Desta forma, é necessário a reflexão das possíveis ações estratégicas para enfrentamentos de crises incluindo o equilíbrio entre redução de custos e investimentos, assim como a relevância da inovação e da agilidade na resposta empresarial (JANSSEN & VOORT, 2020). A importância do papel dos conselhos e gestores na direção estratégica das empresas durante crises também é ressaltada (IBGE, 2020). Diante das estratégias utilizadas pelos gestores, em cenários de crise, está a comunicação empresarial. Esta se apresenta como elemento estratégico na realização dos objetivos e da intencionalidade das organizações, na tentativa de superar os limites dos enfoques recepcionistas do conceito tradicional de comunicação empresarial, influenciado principalmente pela visão instrumental da comunicação sustentada pela teoria da informação. (CARDOSO, 2006).

Objetivos: o presente estudo tem como objetivo principal a analisar o papel das estratégias aplicadas a comunicação empresarial desenvolvida em momentos de crise. E como esta alcança seus objetivos de manter a imagem positiva da empresa no mercado diante de desafios da contemporaneidade. **Metodologia:** foi realizado a revisão da bibliografia científica com a utilização das palavras-chaves definidas pelos autores do estudo, selecionando os artigos a serem referenciados neste trabalho. Segundo Cruz et al. (2003), a pesquisa bibliográfica pode visar um levantamento de trabalhos realizados

anteriormente sobre o mesmo tema estudado no momento, pode identificar e selecionar métodos e técnicas a serem utilizados, além de fornecer subsídios para redação da introdução e revisão de literatura de projeto ou trabalho. Gray (2012) complementa que a revisão bibliográfica é o estudo daquilo que já foi pesquisado e escrito sobre o assunto, bem como, sobre o arcabouço teórico que fundamenta a construção da pesquisa.

Discussão e Resultados: o foco está na pesquisa sobre estratégias para sobreviver e prosperar durante crises, abordando a dicotomia entre redução de custos e investimento. Por conseguinte, enfatiza a relevância da inovação, agilidade e o papel dos conselhos e gestores na direção estratégica das empresas e a comunicação empresarial em momentos de recessão.

Conclusão: foi concluído que os estudos abordam perspectivas diferentes relacionadas às ações estratégicas das empresas em resposta à crise da COVID-19 e sobre a comunicação empresarial no ambiente organizacional neste cenário. No que diz respeito às ações estratégicas, foi diagnosticado a importância de entender historicamente as estratégias adotadas no passado. Se enfatiza a necessidade de pesquisar estratégias que ajudem as empresas a sobreviver, progredir e emergir vitoriosas durante recessões. Além disso, foi analisado a dicotomia entre redução de custos e investimento, ressaltando a relevância da inovação e da agilidade na resposta empresarial destacando o papel dos conselhos e gestores na direção estratégica das empresas durante crises. No que diz respeito à comunicação empresarial, se enfatiza a importância de repensar o conceito tradicional de comunicação organizacional. Ainda foi salientado o risco da falta de aplicação de processos comunicativos relevantes nas organizações, especialmente em situações complexas, requerendo uma reavaliação do campo.

PALVRAS-CHAVES: Comunicação empresarial e Ações Estratégicas

REFERÊNCIAS

CARDOSO, O. O. **Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos.** Revista de Administração Pública, v. 40, n. 6, p. 1123-1144, 2006. Disponível em <http://www.spell.org.br/documentos/ver/12106/comunicacao-empresarial-versus-comunicacao-organizacional--novos-desafios-teoricos/i/pt-br> CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá; FURBETTA, Nelly. **Metodologia científica: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Axcel Books, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa pulso empresa: Impacto da Covid-19 nas empresas.** Rio de Janeiro, 2020. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/28291-pesquisa-pulso-empresaimpacto-da-covid-19-nas-empresas.html>

GRAY, David E. **Pesquisa no Mundo Real.** Porto Alegre: Penso, 2012.

JANSSEM, M. 7 VAN DER VOORT, H. **Agile and adaptive governance in crisis response: Lessons from the COVID- 19 pandemic.** International Journal of Information Management, in press 2020. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102180>