

## RESENHA



# Sobrevivendo na selva da *Internet*: como fazer uma comunicação poderosa na *Web* e proteger a reputação de sua empresa

Cristina Benedeti Guilhem

**RESUMO:** Apresenta resenha do livro *Sobrevivendo na selva da Internet: como fazer uma comunicação poderosa na Web e proteger a reputação de sua empresa* de Paul Argenti e Courtney Barnes, duas gerações que uniram diversidades de conhecimentos para abordar a comunicação organizacional na era digital.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação organizacional. Comunicação na *Web*. Recursos de rede de computador.

As organizações sempre utilizaram as mídias para se comunicar com seu público e realizar *marketing* de produtos e serviços. Desde o rádio, passando pela televisão à mídia impressa, até nas últimas décadas com o surgimento da *Internet*. Entretanto, diferente das outras mídias, esta última é caracterizada pela diversidade de recursos existentes em seu ambiente, bem como a demarcação de uma plataforma estática (*Web 1.0*) para uma interativa (*Web 2.0*), ocasionando significativas mudanças na comunicação, em especial na comunicação organizacional.

Acostumadas a lançar informações de cunho empresarial de cima para baixo, em sentido unilateral, para atingir seu público, muitas organizações não conseguiram acompanhar a atual *Web* interativa ou ainda, não encontraram a melhor forma de se expor a essa plataforma de comunicação de mão dupla.

O livro *Sobrevivendo na selva da Internet: como fazer uma comunicação poderosa na Web e proteger a reputação de sua empresa*, inicia-se com a questão da mudança drástica no relacionamento das organizações com os *Stakeholders* (Grupos de interesse, que podem incluir: funcionários da organização, consumidores, investidores, analistas, ativistas, pessoas da comunidade, a mídia e outros). Eles passaram de uma platéia passiva para indivíduos com necessidades, vontades, opiniões e impulsos, fazendo com que muitos executivos se percebam desprovidos de estratégias para prosperar, ou mesmo sobreviver, nesse complexo e moderno ambiente organizacional.

O objetivo do livro visa definir o ambiente organizacional da forma como está, modelado pelas atuais Tecnologias de Informação e Comunicação, traçando aos executivos, estratégias que lhes possibilitem entendê-las e utilizá-las em benefício de suas organizações. Os autores, Argenti e Barnes, resgatam experiências de organizações, servindo de exemplos para que crenças e práticas sejam revistas.

Nesse ponto, o livro se torna interessante, pois ilustra por meio de muitos estudos de casos as histórias de organizações conhecidas internacionalmente como: *The New York Times*, IBM, BMW *Financial Services*, entre outras. Além disso, a obra traz várias pesquisas realizadas, muitos gráficos e ideias principais condensadas em quadros, o que facilita a compreensão e fixação do texto.

Para exemplificar uma das pesquisas descritas no livro, os autores resgatam uma investigação realizada a partir da 11ª Pesquisa Anual Mundial com diretores, em 2008. Nela é questionado “Quais as maiores mudanças ocasionadas nas organizações nos últimos anos” e o resultado da pesquisa traz “As estratégias e as implementações de novos negócios e a adoção de novas tecnologias” como as transformações mais lembradas. Em paralelo a esta, outra investigação faz referência aos fatores que têm motivado as

mudanças nas empresas, tendo “Os mercados emergentes e em expansão, tecnologia nova e emergente e mudanças nas necessidades e nos hábitos dos clientes” como os principais fatores. Nesse contexto, nota-se que os autores cercam-se de comprovações para delinear os argumentos do livro e que os fatores para as mudanças giram ao redor de novas tecnologias, novos mercados e alterações nas necessidades dos consumidores.

Partindo dos aspectos da pesquisa, verifica-se que o tema do livro está muito relacionado a essas mudanças, a *Internet* (e seus recursos), como uma tecnologia emergente e em contínua expansão, trouxe novos mercados e influenciou hábitos e necessidade dos consumidores.

Atualmente os usuários da *Internet* usufruem de uma plataforma mais interativa, o que resulta em maior participação e poder de influência. No livro é traçado um paralelo entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0* (*Web* interativa): “[...] observação *versus* participação, estatismo *versus* dinamismo, monólogo *versus* diálogo” (ARGENTI; BARNES, 2011, p. 27). Dentre várias plataformas existentes na *Web* os autores se concentraram nas interativas, que são as mais relevantes para a comunicação organizacional e o gerenciamento estratégico. As plataformas abordadas no livro são: *blogs*, redes sociais, plataformas de compartilhamento de vídeos, *marketing* e otimização de mecanismos de busca, *websites* corporativos, *wikis*, *mash-ups*, marketing viral.

Os autores da obra esclarecem que durante uma crise, os veículos mais eficazes para uma organização se comunicar com seus consumidores é por meio da *Web*, especialmente os canais da empresa como *website* ou *blog* corporativo. Crises e épocas incertas é o que mais frequente podem surgir, movidas por constantes transformações sociais e tecnológicas. Nesse contexto, Argenti e Barnes, ressaltam a importância das organizações estarem atentas e inseridas nessas mudanças, aceitando o poder das comunicações digitais.

## Referências

ARGENTI, Paul A.; BARNES, Courtney M. **Sobrevivendo na selva da *Internet***: como fazer uma comunicação poderosa na *Web* e proteger a reputação de sua empresa. São Paulo: Editora Gente, 2011. 318p.

**Cristina Benedeti Guilhem**

Mestre em Gestão da Informação - Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Bibliotecária - Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR/Londrina).

