

Luciana Guerreiro Sabbadini

Empatia & hospitalidade

na comunicação
organizacional



Editora

Mackenzie

Empatia e hospitalidade na comunicação organizacional

A sinergia com as ações de relações públicas
para criar um ambiente mais acolhedor
e diferenciar marcas

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Reitor Marco Tullio de Castro Vasconcelos

EDITORA MACKENZIE

Coordenador Sérgio Silva Dantas

CONSELHO EDITORIAL

Alexandre Nabil Ghobril

Ana Alexandra Caldas Osório

Cecília de Carvalho Castro e Silva

Gianpaolo Poggio Smanio

Gildásio Jesus Barbosa dos Reis

José Geraldo Simões Junior

José Luiz de Lima Filho

Luiz Roberto Martins Rocha

Paulino Graciano Francischini

Ronaldo de Oliveira Batista

Rosangela Patriota Ramos

Valéria Farinazzo Martins

Luciana Guerreiro Sabbadini

Empatia e hospitalidade na comunicação organizacional

A sinergia com as ações de relações públicas
para criar um ambiente mais acolhedor
e diferenciar marcas



Editora

Mackenzie

Todos os direitos reservados à Editora Mackenzie. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer meio ou forma sem a prévia autorização da Editora Mackenzie.

Coordenação de produção editorial Jéssica Dametta

Produção editorial Andréia Ferreira Cominetti

Preparação de texto Andréia Ferreira Cominetti

Revisão Mariana Ruiz

Diagramação Bruna Burlamaqui Castello Branco

Capa e projeto gráfico Bruna Burlamaqui Castello Branco

Estagiária editorial Sofia Lelis

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S113e Sabadini, Luciana Guerreiro.
Empatia e hospitalidade na comunicação organizacional : a sinergia com as ações de relações públicas para criar um ambiente mais acolhedor e diferenciar marcas / Luciana Guerreiro Sabadini.
- São Paulo : Editora Mackenzie, 2026.
200 p. : il. ; 23 cm. - (Coleção AcadeMack).

Inclui referências bibliográficas.
ISBN 978-65-264-1245-9
Título: Empatia e hospitalidade na comunicação organizacional
Subtítulo: A sinergia com as ações de relações públicas para criar um ambiente mais acolhedor e diferenciar marcas
Formato: Brochura
Veiculação: Físico

1. Relações Públicas. 2. Comunicação Organizacional. 3. Empatia. 4. Redes Sociais. 5. Assessoria de Imprensa. 6. Responsabilidade Social. I. Título. II. Série.

CDD 659

Bibliotecária Responsável: Paola D'Amato - CRB 8/6271

Editora Mackenzie

Rua Maria Antônia, 163 - 2º andar. Higienópolis - São Paulo - SP

CEP 01222-010 | editora@mackenzie.br | www.mackenzie.br/editora

Editora afiliada



ASSOCIADO



Agradecimentos

Como não agradecer àqueles que, mesmo não estando mais aqui, são a minha força - meus pais, Antonio Sabbadini e Ana Maria Guerreiro Sabbadini, que me ensinaram a arte da hospitalidade e da empatia, procurando sempre entender o outro e tratar todas as pessoas sem diferença e com muito respeito. Eles me proporcionaram toda a oportunidade para estudar e escolher, sem qualquer questionamento, pelo contrário, com muito apoio, a profissão que eu amo, Relações Públicas.

À minha irmã, Eliana Guerreiro Sabbadini, que, em todos os momentos em que fraquejei, manteve-se forte ao meu lado para que eu pudesse me reerguer.

À minha orientadora, Prof^ª. Dra. Rosana Schwartz, por toda a atenção e cuidado e, principalmente, pelo incentivo para que eu não desistisse do doutorado.

Por fim, para não ser indelicada e cometer a gafe de deixar de mencionar pessoas importantes - e são muitas - que, de alguma maneira, contribuíram para o desenvolvimento deste livro, fruto de minha tese de doutorado, faço um agradecimento institucional ao Mackenzie, não só pela oportunidade em fazer o doutorado, mas também por ser a organização na qual há 25 anos continuo me desenvolvendo profissionalmente, como gestora e docente.

“Assim, em tudo, façam aos outros o que vocês querem que eles façam a vocês; pois esta é a Lei e os Profetas” (Mateus 7:12).

“Toda profissão tem um propósito moral. A Medicina tem a Saúde. O Direito tem a Justiça. Relações Públicas têm a Harmonia - a harmonia social” (Seib; Fitzpatrick, 1995).

Sumário

Prefácio.....	13
Apresentação.....	15
1 Introdução.....	19
2 Relações Públicas e imagem institucional.....	31
2.1 Apresentação.....	31
2.2 Relações Públicas em terras brasileiras.....	31
2.3. Relações Públicas na comunicação organizacional.....	38
2.3.1 Gestão da imagem.....	51
2.3.2 Assessoria de imprensa.....	54
2.3.3 Eventos.....	56
2.3.4 Redes sociais.....	60
2.3.5 Endomarketing.....	61
2.3.6 Relações Públicas e comunicação mercadológica.....	63
2.3.7 Relações Públicas na comunicação integrada.....	64
2.4 Síntese do capítulo.....	69
3 Comunicação empática e hospitalidade.....	71
3.1 Apresentação.....	71
3.2 Empatia na comunicação.....	71
3.2.1 Praticando uma comunicação mais empática.....	75
3.2.2 Comunicação não violenta.....	80
3.3 Hospitalidade na comunicação organizacional.....	84
3.4 Hospitalidade e Relações Públicas.....	95
3.5 Hospitalidade em eventos.....	99
3.5.1 Cerimonial, protocolo e suas representatividades.....	105

3.5.2 Afinal, cabe o conceito da hospitalidade em eventos?.....	110
3.6 Hospitalidade e etiqueta.....	115
3.7 Síntese do capítulo.....	119
4 Comunicação em tempos de crise - estudo de caso da comunicação de uma IES durante a pandemia da Covid-19.....	121
4.1 Apresentação.....	121
4.2 Os públicos de uma IES.....	122
4.3 Mackenzie: fatos e atos de hospitalidade e empatia.....	135
4.3.1 Mackenzie Day: uma ação de relações públicas e hospitalidade.....	145
4.3.2 Empatia em campanha de conscientização.....	155
4.4 Relações Públicas em tempos incertos.....	162
4.4.1 O impacto nos eventos da Universidade Presbiteriana Mackenzie.....	165
4.4.2 Recepção aos calouros e recepção aos pais.....	167
4.4.3 Retorno às aulas presenciais.....	172
4.5 Síntese do capítulo.....	181
5 Considerações finais.....	183
Referências.....	191

Prefácio

É com alegria, própria do espírito mackenzista que nos une, que apresento esta obra, fruto de uma trajetória acadêmica consistente e de uma vivência profissional marcada pelo rigor, pela sensibilidade e pelo compromisso com as relações humanas.

A tese que ora se transforma em livro convida o leitor a refletir sobre um tema tão atual quanto necessário: a empatia e a hospitalidade na comunicação organizacional, em diálogo direto com as práticas de relações públicas. Ao percorrer suas páginas, percebe-se, desde as primeiras linhas, que não se trata apenas de um estudo teórico, mas de uma construção que nasce da experiência concreta, da observação atenta e de uma profunda compreensão do papel social da comunicação nas organizações contemporâneas.

A autora, professora desta Universidade há quase duas décadas, traz para este trabalho não apenas o domínio acadêmico do tema, mas também a autoridade de quem vivencia, diariamente, a prática do cerimonial, do protocolo e das relações institucionais.

Ao articular os conceitos de comunicação empática, hospitalidade e relações públicas, a pesquisa oferece uma contribuição relevante não apenas para o campo acadêmico, mas também para a sociedade. Ao evidenciar como práticas comunicacionais mais humanas podem reduzir conflitos, fortalecer vínculos e qualificar a imagem institucional, são apontados caminhos concretos para organizações que desejam exercer seu papel social de forma mais ética, inclusiva e responsável.

Particularmente sensível é a forma como o estudo incorpora experiências vividas em momentos de crise, como o período da pandemia, demonstrando que, mesmo em contextos adversos, é possível construir relações baseadas na confiança, na transparência e no cuidado genuíno com as pessoas.

Mais do que uma tese, esta obra é uma expressão de maturidade intelectual e de compromisso institucional. É, também, um testemunho da dedicação de uma professora que, ao longo de sua trajetória, formou gerações, contribuiu para o fortalecimento da nossa Universidade e deixou marcas positivas na construção de uma cultura de acolhimento e excelência. Recebam, portanto, estas páginas como um convite à reflexão e à prática de uma comunicação mais humana.

Marco Tullio de Castro Vasconcelos

Reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Apresentação

A presente obra constitui um marco analítico de excepcional envergadura para o campo das Ciências da Comunicação e das Relações Públicas, ao investigar, com rigor metodológico e uma sensibilidade humanística rara, a convergência estratégica entre os fundamentos fenomenológicos da hospitalidade, a ética da comunicação empática e os processos de engajamento institucional. Ao propor um novo paradigma para o relacionamento com os *stakeholders*, o texto transcende a visão meramente técnica ou instrumental da área para situá-la como um eixo de transformação social e organizacional.

Sob a perspectiva de uma pesquisadora doutora, cuja trajetória acadêmica e profissional confere maturidade e autoridade ímpares ao debate, o livro articula a premissa de que a adoção de práticas discursivas saudáveis e não violentas constitui, na atualidade, o pilar central para a mitigação de ruídos em contextos sistêmicos complexos. A pertinência dessa temática para a contemporaneidade é absoluta e urgente. Vivemos em um cenário de midiatização digital profunda, em que a comunicação é moldada pela celeridade instantânea e pela segmentação extrema das interfaces tecnológicas.

Embora esses avanços tenham proporcionado dinamismos inéditos no diálogo entre instituições e seus públicos, a autora identifica com precisão cirúrgica um paradoxo estrutural, a mesma tecnologia que democratiza o acesso à comunicação e amplia a conectividade global é a que, paradoxalmente, fomenta comportamentos reativos, polarizações exacerbadas e discursos de natureza agressiva. Nesse sentido, a obra denuncia como a eficácia comunicacional tem sido frequentemente sacrificada em prol de uma velocidade vazia, negligenciando o esforço dialógico de compreensão mútua e a busca fundamental pela harmonia nas relações interpessoais e corporativas.

A contribuição da autora destaca-se pelo seu caráter inovador e pela coragem intelectual de integrar o conceito de hospitalidade, tradicionalmente abrigado pela vertente sociológica ao exercício profissional das Relações Públicas sob as lentes interdisciplinares e da história cultural. Esta simbiose teórica revela-se uma solução sofisticada para os problemas de reputação que afligem as organizações modernas em um mercado saturado. Por meio de uma análise rigorosa, demonstra-se que a carência de uma abordagem empática exacerba conflitos internos e externos e gera vulnerabilidades reputacionais severas que o marketing tradicional não é capaz de suprir. A gestão comunicativa humanizada, proposta nesta obra, apresenta-se como o antídoto necessário para a salvaguarda da identidade institucional em tempos de crise de alteridade e de confiança.

Um dos pontos mais luminosos deste livro é o seu robusto lastro empírico. A pesquisa debruça-se sobre as práticas de comunicação de uma Instituição de Ensino Superior (IES) durante o período crítico de isolamento provocado pela pandemia da Covid-19. Esse recorte temporal e institucional confere à obra densidade única, funcionando como um laboratório social onde as teorias de acolhimento foram testadas sob pressão máxima.

O leitor é convidado a observar como a teoria da hospitalidade e da empatia se traduzem em ações concretas de manutenção de vínculos em momentos de fragilidade social extrema. A autora, demonstrando percepção aguçada para as nuances das relações humanas, consegue extrair diretrizes valiosas sobre como as organizações podem refletir seus valores e princípios éticos em ações de relacionamento que transcendam o puramente burocrático, estabelecendo conexões genuínas em um mundo crescentemente mediado por interfaces frias. A escrita da doutora merece elogios à parte por sua capacidade de conciliação.

Embora transite por categorias densas e constructos teóricos complexos, ela opta por uma linguagem que alia a precisão terminológica irretocável a uma clareza expositiva admirável. Essa escolha deliberada não é estética, reflete um compromisso ético com a democratização do conhecimento científico.

A obra permite uma leitura multinível, oferecendo profundidade para o acadêmico que busca fundamentação teórica sólida, ao mesmo tempo em que provê práticas para gestores, estudantes e profissionais de diversas áreas interessados em aprimorar a qualidade de suas interações humanas.

É uma produção que equilibra, com maestria, o rigor da tese acadêmica com a fluidez de uma narrativa que convida à reflexão contínua e à mudança de postura. Em última análise, este livro configura-se como um manifesto necessário em defesa de uma comunicação pautada pela ética do reconhecimento.

Em um mundo marcado por uma competitividade predatória e pela desumanização dos processos digitais, o trabalho da autora surge como uma bússola essencial para a sobrevivência institucional. É um convite imperativo para que as organizações redescubram a hospitalidade e a empatia como alicerces de qualquer relação duradoura, consolidando sua imagem perante a sociedade pelo que enunciam em seus manuais de marca e pela forma respeitosa, acolhedora e profundamente humana com que se relacionam com o mundo e com cada indivíduo que o compõe.

Trata-se de uma leitura indispensável para quem compreende que o futuro das organizações depende, irremediavelmente, da qualidade do encontro entre as pessoas.

Boa leitura.

Rosana M. P. B. Schwartz

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte
e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie

O livro *Empatia e hospitalidade na comunicação organizacional: a sinergia com as ações de relações públicas para criar um ambiente mais acolhedor e diferenciar marcas* propõe uma análise sobre a aplicação dos principais conceitos de Relações Públicas e de hospitalidade e como a associação dessas práticas, em conjunto com o exercício da empatia, pode contribuir para os processos de comunicação organizacional, por meio de ações que proporcionem transparência, confiança e receptividade, enriquecendo as relações entre a organização e seus públicos.

Nas palavras do Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos, reitor da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM), a obra “convida o leitor a refletir sobre um tema tão atual quanto necessário: a empatia e a hospitalidade na comunicação organizacional, em diálogo direto com as práticas de Relações Públicas. Ao percorrer suas páginas, percebe-se, desde as primeiras linhas, que não se trata apenas de um estudo teórico, mas de uma construção que nasce da experiência concreta, da observação atenta e de uma profunda compreensão do papel social da Comunicação nas organizações contemporâneas”.

“Particularmente sensível é a forma como o estudo incorpora experiências vividas em momentos de crise, como o período da pandemia da Covid-19, demonstrando que, mesmo em contextos adversos, é possível construir relações baseadas na confiança, na transparência e no cuidado genuíno com as pessoas”, conclui o reitor Vasconcelos.

A obra é destinada a profissionais de Relações Públicas, Comunicação e Publicidade e Propaganda, professores, alunos e, de maneira ampla, àqueles que se interessam em adotar uma comunicação mais saudável.



Editora
Mackenzie



mackenzie.br/editora