



José Marcos Baddini é jornalista há mais de duas décadas e servidor do TRT do Paraná desde 2003.

"A comunicação corporativa não diz respeito apenas ao melhoramento da imagem externa da organização, mas também envolve tarefas internas diretas que têm a capacidade de estimular todas as pessoas internamente envolvidas a cooperar, com base no interesse geral da organização ", afirma Baddini.

De maneira clara, ele define a comunicação corporativa como *"o processo que transforma a identidade corporativa em imagem corporativa*

", e afirma que o jornalista é um dos atores desse processo " que pode minimizar impactos negativos com o apoio dos gestores e ter o público interno como aliado ", finaliza.

A publicação com os 10 mandamentos e os 7 pecados da comunicação, além de conceitos técnicos e científicos sobre o tema estão disponíveis no livro "Comunicação Corporativa – A comunicação transformada em valor", vendido em formato pdf ou impresso. {jcomments off}

Para ele, o jornalismo é mais do que uma profissão: aprendeu o "ofício" com o pai quando tinha 14 anos e de lá para cá nunca deixou a escrita sair de sua vida. "Faz parte de minha vida estar sempre escrevendo, pesquisando, lendo, buscando novos conhecimentos.

Está no DNA de jornalista que herdei de meu velho e saudoso pai". Entre redações de jornais, emissoras de televisão e assessorias de imprensa, em Brasília e no Paraná, Baddini, escolheu se dedicar ao trabalho no TRT e elegeu a comunicação corporativa como tema do seu primeiro

livro.

"A comunicação corporativa abrange um ramo bastante interessante, onde todos indistintamente tem que participar de forma efetiva para que a mensagem e a informação atinjam o seu objetivo ", explica. "Infelizmente, muitas organizações preferem manter-se isoladas, comprometendo, a médio prazo, o seu desempenho e a sua reputação ."

O formato e-book custa R\$ 50,00 e pode ser pedido diretamente pelo e-mail: jm.baddini@ig.com.br.