

Comunicação Organizacional como saber-prática discursiva e a influência dos Estudos Organizacionais em sua conformação

ISAURA MOURÃO GENEROSO

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,
Rio Grande do Sul, Brasil*

RUDIMAR BALDISSERA

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,
Rio Grande do Sul, Brasil*

ID 2295

Recebido em
25/08/2020

Aceito em
12/07/2021

Neste artigo, discorremos sobre o encadeamento dos construtos de Comunicação Organizacional no Brasil, a partir de dados de pesquisa realizada com inspiração na análise arqueológica de discurso e que utilizou como *corpus* 669 artigos publicados no período de 2008 a 2018 em anais de dois importantes congressos e em três revistas científicas. Além de ressaltarmos a Comunicação Organizacional como saber-prática discursiva, apresentamos os autores em posições subjetivas e os postulados que partem deles e são apropriados por outros autores, fazendo emergir e reverberar as noções conceituais assumidas como verdades na área. Evidenciamos que esses postulados são prevalentemente de matriz gestonária.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Verdades conceituais. Prática discursiva. Saber.

La Comunicación Organizacional como saber-hacer discursivo y la influencia de los Estudios Organizacionales en su conformación

En este artículo, discutimos la cadena de construcciones de Comunicación Organizacional en Brasil, basada en datos de investigación realizados con inspiración en el análisis del discurso arqueológico, que utilizó como *corpus* 669 artículos publicados de 2008 a 2018 en las actas de dos importantes congresos y tres revistas científicas. Además de enfatizar la Comunicación Organizacional como un saber-hacer discursivo, presentamos a los autores en posiciones subjetivas y los postulados que provienen de ellas y que son apropiados por otros autores, sacando a relucir y reverberando las nociones conceptuales asumidas como verdades en el área. Hacemos hincapié en que estos postulados prevalecen en la matriz de gestión.

Palabras clave: Comunicación organizacional. Verdades conceptuales. Práctica discursiva. Saber.

Organizational Communication as discursive know-how and the influence of Organizational Studies in its conformation

In this article, we discuss the chain of Organizational Communication constructs in Brazil, based on research data conducted with inspiration from archaeological discourse analysis, which used as *corpus* 669 articles published from 2008 to 2018 in proceedings of two important congresses and three scientific journals. Besides emphasizing Organizational Communication as discursive know-how, we present the authors in subjective positions and the postulates that come from them and are appropriated by other authors, bringing out and reverberating the conceptual notions assumed as truths in the area. We emphasize that these postulates are prevalent in the management matrix.

Keywords: Organizational Communication. Conceptual truths. Discursive practice. Knowing.

Isaura Mourão **GENEROSO**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com pesquisa desenvolvida com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Professora no curso de Relações Públicas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), pesquisadora dos grupos de pesquisa DIALORG/PUC Minas e GCCOP/UFRGS e consultora em Comunicação Organizacional.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

E-mail: mouraoisaura@gmail.com

ORCID



Rudimar **BALDISSERA**

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Apoio CAPES. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP) e bolsista produtividade do CNPq – <https://www.ufrgs.br/gccop/>.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

E-mail: rudimar.baldissera@ufrgs.br

ORCID



Introdução

Os estudos científicos acerca da Comunicação Organizacional, especialmente no Brasil, ganharam força desde o final do século passado e resultaram em construtos que ampliaram a noção de comunicação empresarial e/ou estratégica. Dentre outras coisas, deram relevo à complexidade dos processos comunicativos, ressaltando a necessidade de a comunicação ser compreendida para além de simples ferramenta utilitária no apoio à gestão das organizações.

Nesse sentido, compreender a Comunicação Organizacional como um saber-prática discursiva (interpelá-la a partir de sua conformação) apresenta-se como uma opção potente para os estudos epistemológicos da área, posto que uma prática discursiva, segundo Foucault (2012a), conforma-se a partir das relações entre poder, saber e verdade, não devendo ser compreendida como um simples conjunto de enunciados, como um discurso ou como o modo de fabricação de um discurso. Ou seja, um saber-prática discursiva é constituído a partir de regras que definem as condições de exercício da função enunciativa, pactuadas pelas relações entre os enunciados¹. Recursivamente, os enunciados, em relações, são compreendidos como função de existência, pois dão condições de possibilidade para frases, proposições e atos de fala.

Nessa perspectiva, de acordo com Foucault (2012a, p. 90), os signos que compõem a língua só adquirem sentido ao exercerem uma função enunciativa, isto é, quando “estão em jogo a língua e o pensamento, a experiência empírica e as categorias, o vivido e as necessidades ideais, a contingência dos acontecimentos e o jogo das coações formais”. Assim, quando em relações de força, os signos podem estruturar formações discursivas assumidas como verdades que emergem da tensão entre saber e poder sobre algo ou alguma coisa. Em outros termos, as formações, consequência dessas relações, geram efeitos de verdade ou marcam posições enunciativas que resultam na conformação de uma prática discursiva e de um saber, controlados por regras e condições de exercício.

Dito de outro modo, uma prática discursiva só ganha existência na relação exterior dos enunciados que constituem formações discursivas a partir de articulações e enfrentamentos que resultam em sentidos apropriados como verdades conceituais, conformando um saber. Assim, interpelar a Comunicação Organizacional como um saber-prática discursiva implica a realização de análise singular desse sistema de pensamento, regido por princípios de exclusão e de escolha que se dão nas diferentes relações e fazem emergir, numa dada época, certos enunciados em detrimento de outros, construindo formações discursivas e postulados, reiterando “verdades conceituais”. Essas articulações também definem as posições que um indivíduo pode ocupar para se tornar sujeito do enunciado. Dessa forma, ao analisar um discurso a partir das proposições de Foucault (2012a, 2012b, 2012c), importa compreender como algo ou alguma coisa pode ser dita – e assumida como verdade – por determinados sujeitos em condições específicas.

A partir dessa compreensão propõe-se, neste texto, a reflexão acerca da construção do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional no Brasil como “árvore de *derivação* enunciativa” (FOUCAULT, 2012a, p. 180, grifo do autor), em cuja copa emergem enunciados/formações discursivas de autores em posições subjetivas, reverberando “verdades conceituais”. Importa dizer que a identificação desses autores se dá, segundo a lógica foucaultiana, em função do seu reconhecimento como referências.

¹ O enunciado, na perspectiva foucaultiana, não se restringe à frase, à proposição ou aos atos de fala, ainda que também possam se configurar como enunciados, dependendo das relações e articulações que estabelecem com outras frases e/ou proposições. Assim, o enunciado é da ordem da raridade, pois está sempre em relação com o que enuncia, relação que pode não ser idêntica, não utilizando as mesmas regras de formação, mas que funciona como um elemento que possibilita interrogar as regras de um discurso que se vai compondo no seu feixe de relações e articulações. Nesse sentido, os enunciados tanto podem ser discursivos como não discursivos. Como exemplos podemos pensar no sistema capitalista (algo mais abrangente) e no sistema de gestão (mais específico) configurando-se como enunciados não discursivos, posto que exercem função enunciativa na conformação de um saber-prática discursiva como o da Comunicação Organizacional.

Essas situações podem ser observadas a partir das citações que outros autores e pesquisadores fazem dos construtos/formações acerca da temática Comunicação Organizacional realizados pelos autores em posições subjetivas. Portanto, na medida em que esses autores são referenciados e reconhecidos como tal num espaço determinado de um saber-prática discursiva, são considerados em posições subjetivas, uma vez que isso os configura como aqueles que podem propor os construtos no campo de estudos.

Assim, para trazer à tona o encadeamento da Comunicação Organizacional como árvore de *derivação* enunciativa, acionamos dados da pesquisa realizada por Mourão (2019), que utilizou como *corpus* 669 artigos sobre Comunicação Organizacional, publicados: a) nos anais de 11 edições do Congresso Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas – Abrapcorp (num total de 631 artigos)²; b) nas edições de 2008 a 2018 das revistas *Organicom*, *Intercom-RBCC* e *E-Compós*; c) nos anais dos congressos de 2011 a 2014³ da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós (somando mais 38 artigos)⁴. Na referida investigação, foram empreendidas três etapas de análise. Na primeira, foram identificados os autores/pesquisadores em posições subjetivas em Comunicação Organizacional no Brasil, usando parâmetros quantitativos, uma vez que a identificação desses autores está relacionada à frequência com que são citados como referência por outros autores e pesquisadores, conforme mencionado.

Na pesquisa de Mourão (2019), essa frequência resultou da análise dos 631 artigos constantes nos anais dos 11 congressos da Abrapcorp⁵, realizados de 2008 a 2018. Na segunda etapa, foram esquadrihados os construtos/formações discursivas postulados pelos autores em posições subjetivas a partir da análise de 38 artigos que, como autores, apresentaram nos congressos da Compós e/ou publicaram nas referidas revistas⁶. Por sua vez, a terceira etapa compreendeu uma nova e aprofundada análise dos artigos do Congresso da Abrapcorp (excluindo aqueles produzidos pelos autores em posições subjetivas)⁷ para apreender a apropriação desses construtos/formações discursivas por outros autores. Esse movimento de pesquisa é fundamental, pois, segundo a análise arqueológica foucaultiana, mais do que a autoria, deve-se investigar a apropriação e a reverberação de enunciados e formações discursivas que ganham efeito de verdade a partir dessa apropriação como “coisas” das quais nos apropriamos, repetimos, reproduzimos e transformamos (FOUCAULT, p. 147, 2012a). Essas noções conceituais, ou formações discursivas segundo a análise arqueológica, assumidas como verdade, conformam o saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional.

2 No processo de investigação, todos os artigos apresentados e disponíveis nos anais das 11 edições do Congresso da Abrapcorp foram analisados, sem uso de *software*; as referências apresentadas por cada um dos artigos foram destacadas e quantificadas conforme citadas ao longo do texto. Nessa busca, também foram extraídos os excertos com as citações aos autores, contextualizadas, para análise posterior. O procedimento permitiu, além de compreender a apropriação dos construtos, identificar autocitações e autores diferentes com mesmo sobrenome.

3 O GT Comunicação em Contextos Organizacionais esteve ativo durante quatro edições de Compós, de 2011 a 2014, não sendo aprovado para continuidade na reclivagem de 2014. Em 2018, o GT foi reapresentado e aprovado com a denominação de Estudos de Comunicação Organizacional.

4 Nessa etapa, foram considerados os achados da etapa anterior, mais detalhada ao longo do texto.

5 Os anais do Congresso da Abrapcorp foram escolhidos pelo fato de esse ser o único evento científico específico da área no Brasil e por acolher pesquisas de diferentes níveis.

6 Importante ressaltar que nem todos os autores têm publicações nas três revistas mencionadas e um deles não apresentou/publicou artigo em nenhuma das edições do Congresso da Compós. No entanto, todos os autores em posições subjetivas têm artigos de sua autoria dentre os 38 analisados nessa etapa.

7 Dos 631 artigos apresentados nas 11 edições do Congresso Abrapcorp, 50 eram de autoria ou em coautoria com os autores em posições subjetivas e não foram considerados na última etapa da análise, uma vez que o objetivo era o de compreender as apropriações realizadas por outros autores, em diferentes níveis, dos construtos/formações discursivas postulados pelos autores em posições subjetivas. Assim, na etapa final, em que foi realizada a análise das apropriações dos postulados/formações discursivas dos nove autores em posições subjetivas, foram considerados 581 artigos; em 342 desses artigos (cerca de 60% do total), os nove autores foram referenciados. Ainda, os achados dessa etapa final não são apresentados neste artigo que se propôs a discorrer acerca do encadeamento da Comunicação Organizacional no Brasil, apresentar as posições subjetivas identificadas na pesquisa e seus postulados/formações discursivas.

Apesar do fato de que, segundo Foucault (2012a), conhecer os autores em posições subjetivas não é o mais relevante para um estudo que se propõe analisar como determinados construtos/formações discursivas ganham efeito de verdade, aqui, antes de evidenciarmos os construtos/formações discursivas da Comunicação Organizacional, optamos por destacá-los. Entretanto, por se tratar de uma apresentação sucinta e considerando a proposta metodológica empregada por Mourão (2019), não vincularemos autores em posições subjetivas aos construtos/formações discursivas que desenvolvem.

Complementarmente, observamos que se todo saber é político (MACHADO, 2012), podemos inferir que os autores em posições subjetivas também agem para conformar determinados lugares a certas organizações de conceitos, reagrupamentos de objetos e a certos tipos de enunciação, temas e teorias que são reverberados por outros autores, contribuindo para a disseminação de verdades conceituais específicas. Portanto, ainda que a investigação de um saber-prática discursiva não se limite ao sujeito do conhecimento, a identificação dos sujeitos permite refletir sobre possíveis desdobramentos a partir das relações de força que se estabelecem no campo para a instituição de determinados construtos/formações discursivas em perspectiva de conformar o saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional.

Assim, a análise empregando a expressão-chave “comunicação organizacional” revelou um conjunto de autores⁸ que assumem posições subjetivas nessa temática. Dentre eles, destacamos (Tabela 1) os nove mais referenciados (com mais citações e presentes no maior número de congressos) nos documentos estudados por Mourão (2019): Margarida Maria Krohling Kunsch, Rudimar Baldissera, Ivone de Lourdes Oliveira, Marlene Marchiori, Wilson da Costa Bueno, Maria Aparecida Ferrari, Cleusa Maria Andrade Scroferneker, Paulo Roberto Nassar de Oliveira e João José Azevedo Curvello.

Pesquisadores Comunicação Organizacional em "posições subjetivas"	Congressos Abrapcorp realizados no período entre 2008 e 2018												Total de artigos nos quais foram citados
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Margarida Maria Krohling KUNSCH	15	20	12	13	8	16	22	16	18	13	18	171	
Rudimar BALDISSERA	3	4	8	5	6	9	15	12	14	16	9	101	
Ivone de Lourdes OLIVEIRA	3	2	10	4	5	8	11	8	8	10	9	78	
Marlene MARCHIORI	2	3	3	6	5	5	13	4	6	3	6	56	
Wilson da Costa BUENO	6	11	4	5	1	4	3	5	3	6	5	53	
Maria Aparecida FERRARI	2	1	3	1	2	4	10	9	5	5	9	51	
Cleusa Maria Andrade SCROFERNEKER	2	4	10	3	2	7	4	3	4	1	4	44	
Paulo Roberto NASSAR de Oliveira	4	2	5	0	3	1	8	6	6	4	4	43	
João José Azevedo CURVELLO	0	4	3	3	1	5	4	3	2	2	4	31	

Tabela 01: Autores em “posições subjetivas” em Comunicação Organizacional mais citados nos Anais do Congresso da Abrapcorp de 2008 a 2018

Fonte: Mourão (2019, p. 64).

⁸ A opção pela expressão-chave “comunicação organizacional” se justifica no objetivo da pesquisa que é o de compreender a conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional no Brasil. Importa dizer, no entanto, que a escolha não desconsidera estudos de longa tradição no Brasil e seus respectivos autores, como os de Relações Públicas. Certamente, o emprego de outras expressões e/ou palavras-chave de busca poderia resultar em uma lista diferente, com outros autores, também referências na área, mas sob outras perspectivas e temas, tais como: relações públicas, públicos, opinião pública, imagem institucional, midiaticização, mobilização social, comunicação estratégica e identidade e cultura organizacional. Esses temas mantêm relação direta com a Comunicação Organizacional, ainda que a expressão não seja acionada. Entretanto, neste trabalho de pesquisa, o foco está na expressão “comunicação organizacional”, sob o recorte da área da Comunicação, e no já referido recorte temporal, de 2008 a 2018.

Além de identificar os autores em posições subjetivas, a pesquisa também revelou que em diferentes níveis de importância os referidos autores são influenciados pelos Estudos Organizacionais. Entretanto, o acionamento de tais premissas materializa-se em articulações diversas, desde aquelas que os adotam como pressupostos até aquelas que, ancoradas nos campos da Comunicação, da Sociologia, da Filosofia e da Antropologia, dentre outros, assumem perspectiva de ampla crítica. Essa análise possibilitou a conformação de uma árvore de *derivação* enunciativa – conforme propõe Foucault (2012a) –, a partir dos postulados/formações discursivas que emergiram das análises dos textos dos referidos autores, realizadas por Mourão (2019), e sobre as quais discorreremos a seguir.

Antes disso, porém, importa ressaltarmos duas questões: 1) à luz das proposições de Foucault (2012a), observamos que apesar de termos identificado os autores em posições subjetivas e seus postulados/formações discursivas, essa vinculação não é explicitada neste texto; e 2) os postulados/formações discursivas dos autores não são apresentados de modo hierarquizado, pois, novamente em perspectiva da abordagem arqueológica, trata-se de dispô-los em uma árvore de *derivação* enunciativa, em relações de forças entre eles e com outras formações discursivas e, também, em relações com formações não discursivas.

A árvore de *derivação* enunciativa da Comunicação Organizacional

Ao considerarmos a Comunicação Organizacional como saber-prática discursiva é importante configurá-la em um nível singular de análise que pode ser descrito como uma árvore de *derivação* enunciativa (FOUCAULT, 2012a), na qual enunciados reitores encontram-se na raiz, em relação entre si e influenciando a formação de ramificações e dos enunciados articulados na copa da árvore. Tais enunciados, discursivos e não discursivos, sempre em relações, cumprem uma função enunciativa produzindo verdades que são reverberadas em formações discursivas e articuladas a partir de regras de inclusão e de exclusão, conformando uma prática discursiva que, por sua vez, faz emergir um saber.

Nessa lógica, além de investigar a conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional a partir da análise de artigos publicados de 2008 a 2018, conforme apresentamos, foi necessário compreender o encadeamento das noções de organização e de comunicação, sempre em relações de dependência e de interdependência, desde antes de 2008 para, assim, identificarmos enunciados discursivos e não discursivos na raiz da árvore. Ao longo da pesquisa, percebemos que as vinculações entre os sentidos de organização e de comunicação impactam no posicionamento do sujeito quando em relações organizacionais, com reflexos nos enunciados/formações discursivas reitores na raiz da árvore enunciativa da Comunicação Organizacional e, portanto, na conformação desse saber-prática discursiva.

Por esse ângulo, mesmo que de modo sucinto, damos relevo aos aspectos do encadeamento histórico e bibliográfico, das relações de poder, das condições históricas e das articulações organização/comunicação/sociedade com vistas a situar o enraizamento e a conexão das formações discursivas. Essa análise nos permitiu compreender a conformação da Comunicação Organizacional e sua epistemologia como uma “dinâmica de recursividade rotativa”, uma vez que “gira em torno do problema da verdade passando de perspectiva em perspectiva e [...] de verdades parciais em verdades parciais” (MORIN, 2008, p. 32). Com isso, queremos dizer que o conhecimento científico da Comunicação Organizacional, com suas formações discursivas múltiplas e dispersas, não pode ser compreendido como o centro da verdade, mas gira em torno dela em um movimento contínuo de rearticulação e reorganização do saber.

Assim, para alcançarmos os enunciados reitores (raízes) da árvore de *derivação* enunciativa da Comunicação Organizacional, partimos dos primeiros estudos da área da Comunicação que, conforme Uribe (2007), até o século XVIII, tiveram respaldo na teologia e na retórica sendo, na sequência, influenciados

fortemente e/ou vinculados a questões relacionadas ao desenvolvimento tecnológico, com ênfase nos processos de distribuição e transmissão da informação. Segundo o mesmo autor, naquela época, a sociedade passou por transformações marcadas, especialmente, pela Revolução Industrial, com mudanças substanciais nos processos de produção que impactaram na relação do homem com o trabalho. Tais mudanças tecnológicas e sociais provocaram uma reorientação social e de mundo, caracterizada, orientada e organizada pela e em função da divisão de trabalho, influenciando também os estudos da Comunicação, sobretudo em perspectiva organizacional (SERRA, 2007).

Houve, portanto, relação direta entre os estudos e as noções de comunicação, no âmbito das organizações, e o desenvolvimento da sociedade capitalista, o desenvolvimento tecnológico e a conformação social. Em meio a essas articulações, a Comunicação Organizacional foi compreendida como aquela “que contribui para a organização do trabalho na fábrica e, com os meios de comunicação, [...] promove o crescimento e a riqueza”⁹ (MOSKOVIC, 2012, p. 13, tradução nossa), vinculada à noção de informação, com uma função utilitária, o que ocorreu até o século XX.

Já no final do século XX, paralelamente ao desenvolvimento das telecomunicações, dos meios de comunicação de massa e ao advento da internet, a comunicação apresentou-se como elemento central das sociedades e fundamental para a humanização e para a sociabilização, aumentando o interesse acadêmico por sua investigação (MOSKOVIC, 2012). Nesse contexto, conforme Braga (2011), crescia a conscientização de que os processos comunicacionais deveriam ser estudados de maneira mais aprofundada, posto que ocorriam nas relações e na complexidade dos processos interacionais, seja entre sujeitos individuais e/ou coletivos, mas sempre na interação, o que, conseqüentemente, tornava incerta a comunicação. Assim, diferentes pesquisadores, impulsionados pela institucionalização acadêmica da área e pela maior conscientização do campo, sobretudo a partir da década de 1970, passaram a questionar a restrição do vínculo do termo comunicação às noções de informação e de sua distribuição, compreendendo-o de maneira mais complexa e interrogando a possibilidade de controle.

Nesse movimento, também ganhou peso a necessidade de considerarmos, no processo comunicativo, o respeito ao interlocutor, o outro, reconhecido como um igual (WOLTON, 2010), alterando e ampliando a lógica tecnicista e informacional emissor/receptor. Nessa perspectiva, o sujeito (com seus valores, crenças e formas individuais de atuar e de compreender o mundo) passou a ser entendido como variável fundamental para se pensar a comunicação para além de sua tecnicidade e de seu caráter informacional, dentre outras coisas, porque, quando em processos de comunicação, os indivíduos podem atribuir distintos sentidos àquilo que se apresenta, bem como podem internalizar significação diversa, atualizada por “diferentes níveis de interações, resistências, disputas e colaborações” (BALDISSERA, 2009, p. 145), lógica estendida à noção de Comunicação Organizacional. Assim, além das práticas implementadas pelos setores de comunicação, esta passou a ser cada vez mais “reconhecida como processo fundamental pelo qual as organizações existem e como ponto central para a análise da produção e reprodução organizacionais” (DEETZ, 2001, p. 84).

Cabe observarmos que apesar dessa compreensão em âmbito teórico e epistêmico, as noções de interlocutor ou de sujeito no processo comunicativo e a incerteza associada a ele tenderam a pouco alcançar ou mesmo a não alcançar as organizações. Nelas, a comunicação foi entendida, sobretudo a partir do século XX, como “ferramenta importante de eficácia e produtividade” (TORQUATO, 2012, p. 146), construto que tem reforçado a orientação técnico-informacional, configurando-se como função enunciativa de diferentes formações discursivas, mesmo as não diretamente atreladas aos Estudos Organizacionais.

⁹ No original: “La comunicación es la que contribuye a la organización del trabajo en la fábrica y junto con los medios de comunicación [...] favorece el crecimiento y la opulencia.”

Com vistas a ilustrar as diferentes formações discursivas da Comunicação Organizacional encadeadas nas quatro últimas década¹⁰, bem como as relações entre elas e com outras formações discursivas e não discursivas, buscamos elaborar a representação da árvore de *derivação* enunciativa. Os postulados dos nove autores em posições subjetivas, que se encontram dispersos na copa da árvore, são os achados do que apresentamos como a segunda etapa da pesquisa. No processo de análise, identificamos os teóricos de base que subsidiam os estudos dos nove autores, o que permitiu apreender a vinculação paradigmática de cada um deles, e esquadrimos, nos 38 artigos analisados, nos quais esses autores em posições subjetivas apresentam seus conceitos de Comunicação Organizacional, a função enunciativa e as relações epistêmicas que fizeram emergir seus postulados.

Os construtos/formações discursivas que se configuram como noções conceituais desenvolvidas pelos autores em posições subjetivas, localizados na copa da árvore, estão sempre em relações de força e de poder entre eles e com os enunciados reitores que se encontram na base da árvore de *derivação* enunciativa. Na Figura 1, apresentamos relações entre esses postulados dispostos na copa da árvore e os enunciados discursivos e não discursivos que se encontram na raiz. Com o objetivo de ressaltar algumas afinidades conceituais e sinalizar o que poderíamos denominar correntes de pensamento mais ou menos influenciadas pelos Estudos Organizacionais e/ou pelos construtos oriundos da Filosofia, da Psicologia, da Sociologia e da própria Comunicação, nossos achados foram organizados por cores diferentes.

Assim, para melhor elucidar a Figura 1, é importante ressaltarmos que, na base da árvore, figurando como enunciados reitores, estão formações discursivas e não discursivas, relacionadas às noções de organização e de comunicação, quais sejam: o sistema capitalista, fundamentado no paradigma da racionalidade instrumental e todo o encadeamento oriundo desse sistema e desse paradigma, que impacta no lugar do sujeito e define as relações com e entre organizações. Nas ramificações da árvore, novas formações se configuram e são regradas por funções enunciativas, em relações de dependência com essas e com outras formações discursivas e não discursivas, fazendo emergir, na copa, as noções conceituais que têm efeito de verdade em Comunicação Organizacional. Esses construtos/formações discursivas podem e são acionados pelas organizações, com diferentes funções enunciativas e, conseqüentemente, conformam e orientam estratégias para o desenvolvimento de concepções e de ações de Comunicação Organizacional.

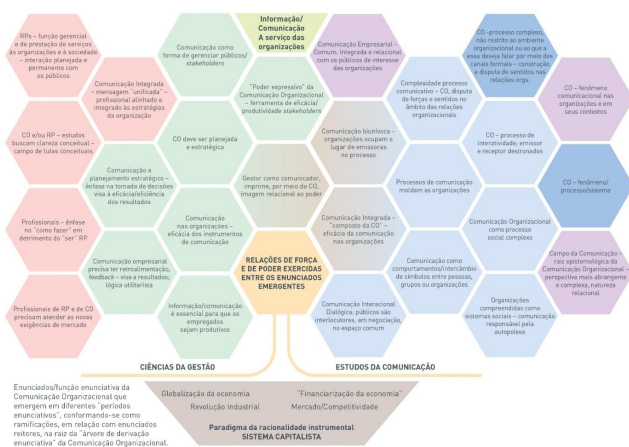


Tabela 01: A árvore de *derivação* enunciativa da Comunicação Organizacional, a partir dos postulados das posições subjetivas

Fonte: Mourão (2019, p. 115).

10 Importa destacarmos que a expressão Comunicação Organizacional começou a ser utilizada no Brasil no final da década de 1980 como forma de conferir maior abrangência à comunicação nas e das empresas e ênfase em seu alinhamento com a gestão estratégica na busca por eficiência e eficácia também em relação às atividades de Comunicação Empresarial (KUNSCH, 1997; TORQUATO, 2012). Portanto, com o objetivo de identificar e compreender as raízes da formação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, acionamos estudos acerca da temática realizados e reconhecidos na área, como os de Kunsch e Torquato, referentes a períodos anteriores a 2008 (ano de início do recorte do *corpus* empírico da pesquisa aqui referida).

A partir dos construtos/formações discursivas retratados na Figura 1, podemos afirmar que adentramos um campo paradoxal ao pensar a Comunicação Organizacional. De um lado, temos clareza da complexidade do processo comunicativo, para o qual são desenvolvidos construtos influenciados pelos estudos da Filosofia, da Psicologia, da Sociologia, da Antropologia e da própria Comunicação. Em outros termos, podemos dizer que a Comunicação Organizacional é da natureza da Comunicação e, portanto, configura-se como processo incerto (BRAGA, 2011) e complexo que não se restringe ao ambiente organizacional (BALDISSERA, 2009). De outro, preservamos a simplicidade e linearidade do processo comunicativo, amparadas nos Estudos Organizacionais e nas Ciências da Gestão que, segundo Gaulejac (2007, p. 41) “legitimam um pensamento objetivista, utilitarista e positivista” e, dessa forma, “constroem uma representação do humano como um recurso a serviço da empresa, contribuindo assim para a instrumentalização”, ainda que essa orientação se apresente como problema, tanto no âmbito profissional como no acadêmico. Nessa perspectiva, a Comunicação Organizacional é compreendida como instrumento/ferramenta de controle e gestão com vistas à eficácia e à eficiência da gestão das organizações.

Cabe ressaltarmos que os enunciados/função enunciativa presentes na copa da árvore estão sempre em relações de dependência com outros enunciados – discursivos e/ou não discursivos – que fundamentam os construtos/formações discursivas postulados pelos autores em posições subjetivas. Nesse sentido, como é possível inferir a partir do que apresentamos na Figura 1, todos os construtos/formações discursivas estão em relações de forças e vinculados, de alguma forma, ainda que em gradações distintas, a enunciados reitores e, portanto, a formações discursivas e não discursivas oriundas do sistema capitalista e do paradigma da racionalidade instrumental conforme mencionamos, especialmente porque tratam da comunicação no âmbito das organizações.

Para melhor compreendermos esse movimento de construção dos construtos/formações discursivas e seu vínculo a esses enunciados reitores mencionados, eles foram organizados por períodos enunciativos¹¹, em diferentes cores. Os postulados localizados à esquerda da figura, nas cores rosa e verde, vinculam-se, quase que exclusivamente, a enunciados reitores oriundos dos Estudos Organizacionais, cuja função enunciativa qualifica a Comunicação Organizacional como ferramenta/instrumento de gestão e controle. Eles são fortemente marcados pela emergência de enunciados/função enunciativa regrados pelo modelo gestor, pela competitividade de mercado e pela “financiarização” da economia (GAULEJAC, 2007, p. 181), influenciando a emergência de formações discursivas ou noções conceituais assumidas como verdade, sobretudo quando relacionadas à noção de eficiência e de eficácia com vistas ao alcance de competitividade e de resultados.

No centro da figura, os postulados/formações discursivas em verde com mescla de azul sinalizam o vínculo em menor gradação aos Estudos Organizacionais e começam a ser regrados por funções enunciativas oriundas dos estudos da Comunicação. Já os em azul, do lado direito da figura, apresentam marcas mais fortes do exercício da função enunciativa regrada pela área da Comunicação, enfatizando a natureza complexa dos processos comunicativos, ainda com nuances dos Estudos Organizacionais. Em outros termos, os construtos/formações discursivas desses dois grupos apresentam-se como resultado de reflexões cujas abordagens levam em conta a necessidade de se pensar a Comunicação Organizacional em perspectiva de mais complexidade e abrangência, posto que a comunicação é de natureza relacional, ainda que também deva ser considerada de forma integrada, com objetivos e propósitos organizacionais que permitam a gestão dos processos comunicativos e, conseqüentemente, atingir as expectativas de resultados decorrentes dessa gestão.

¹¹ Na análise foucaultiana, períodos enunciativos não se restringem e não devem se confundir a unidades denominadas “épocas”. Os “períodos enunciativos’ [...] se articulam no tempo dos conceitos, nas fases teóricas, nos estágios de formalização e nas etapas de evolução linguística, mas sem se confundir com eles” (FOUCAULT, 2012a, p. 183).

Por fim, os construtos/formações discursivas em lilás e em azul mais escuro desvinculam-se de funções enunciativas oriundas dos Estudos Organizacionais, sendo regrados a partir dos estudos da Comunicação e de outras áreas, como a Filosofia, a Psicologia e a Sociologia. A partir desses construtos, a Comunicação Organizacional é pensada como fenômeno, como processo e como sistema, em contraponto às noções conceituais que a reduzem a instrumento estratégico das organizações que deve ser gerenciado. Ainda, conforme Baldissera (2009), importa não compreender a Comunicação Organizacional como restrita ao ambiente organizacional ou ao que a organização deseja falar por meio dos processos formais ou à comunicação da e/ou na organização. Segundo o autor, ela é descrita como “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2008, p. 169), sejam essas desejadas/provocadas ou não pela organização, e ainda, diretas e/ou indiretas.

Importa dizer que não pretendemos, aqui, apresentar uma ou outra formação discursiva como a verdadeira, mas demonstrar a ocorrência de construtos/formações discursivas que, mesmo quando paradoxais, são apropriados por outros autores, pesquisadores, estudantes e profissionais da área. Nesse processo de apropriação, esses construtos/formações discursivas são articulados entre si revelando, por vezes, profundas contradições teórico-epistêmicas ou ainda atuando como complementares nessa dinâmica discursiva de recursividade rotativa (MORIN, 2008). Exercem, desse modo, uma determinada função enunciativa, até distinta da que orientou sua concepção pelo autor em posição subjetiva, produzindo “verdades” que “não podem ser dissociadas do poder e dos mecanismos de poder” (FOUCAULT, 2012c, p. 224), sobretudo os advindos do sistema capitalista e do modelo gestor.

Assim, podemos afirmar que o tensionamento entre as noções de organização e de comunicação, quando da apropriação de construtos/formações discursivas dos autores em posições subjetivas, tem gerado verdades conceituais alicerçadas nos modelos de gestão que, nos dias de hoje, ditam comportamentos que impactam, inclusive, no âmbito individual (GAULEJAC, 2007) e enfatizam a necessidade da eficácia, da eficiência e do valor das ações/atividades de comunicação apenas quando apresentam resultados. Nessa perspectiva, o que “rege os enunciados e a forma como eles se regem entre si permanece enraizado às ‘ciências da gestão’ e a modelos matemáticos, mesmo que atualizados e reorganizados” (MOURÃO, 2019, p. 153). Desse modo, podemos dizer que a Comunicação Organizacional tende a ser orientada e pensada, de forma hegemônica, como parte de “um conjunto de técnicas, destinadas a racionalizar e otimizar o funcionamento das organizações” (GAULEJAC, 2007, p. 39) e a garantir sua perenidade.

Portanto, o exercício da função enunciativa e o regramento dos enunciados da Comunicação Organizacional, fortemente influenciados pelas Ciências da Gestão, são consequências das relações saber-verdade presentes na conformação da árvore de *derivação* enunciativa da Comunicação Organizacional. Dito de outro modo:

As produções de ‘verdade’ que conformam a ‘prática discursiva’ da Comunicação Organizacional estão fortemente associadas aos mecanismos de poder, sobretudo aos econômicos, e sob a orientação gestonária que também – e paradoxalmente – tornam possíveis as produções de ‘verdade’ acerca da Comunicação no âmbito das organizações, formando saber e produzindo o discurso. Assim, a Comunicação Organizacional, a partir do ‘olhar organizacional’, é compreendida como a comunicação nas e das organizações, como áreas responsáveis por ‘realizar’ a interação e o relacionamento entre diferentes organizações e sujeitos, organizações e organizações, organizações e sociedade (MOURÃO, 2019, p. 153, grifos da autora).

Ressaltamos que essa lógica não apresenta uma relação determinista. Antes, a compreensão dos enunciados/função enunciativa e das relações de forças e de poder que permeiam a construção desse saber-prática discursiva nos conduz à apreensão da epistemologia da Comunicação Organizacional como girando em torno do problema das verdades parciais que passam de perspectiva em perspectiva (MORIN,

2008). Desse modo, considerando essas verdades parciais como constituintes do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, podemos problematizá-las para compreendermos até que ponto nossas concepções teórico-epistêmicas de Comunicação Organizacional fundamentam-se nas perspectivas gestonárias e/ou nas comunicacionais e de interdependência sistêmica.

Considerações finais

Primeiro, ressaltamos que a conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional se dá a partir de construtos considerados verdadeiros, associados a mecanismos de poder que emergem de relações de forças e enfrentamentos, conforme revelamos a partir dos dados de campo. Essas relações, guiadas por escolhas estratégicas que fazem emergir verdades e não verdades, evidenciam a influência significativa de formações discursivas oriundas dos Estudos Organizacionais. Nesse sentido, a (ainda) principal função enunciativa que regra os construtos/formações discursivas se enraíza nos processos gestonários. Porém, em alguma medida, já estabelece relações de forças com outras formações cujas raízes estão na Comunicação, na Filosofia, na Psicologia e na Sociologia, que enfatizam o processo comunicativo como algo da qualidade da interação e, nessa perspectiva, não como “coisas” ou “temas”, mas sim como prática e processos sociais “epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional” (BRAGA, 2011, p. 66).

As ramificações que emergem e resultam em enunciados/formações discursivas, ainda que oriundas de raízes distintas, em algum momento e nível, estabelecem relações com formações discursivas e não discursivas enraizadas nos modelos, práticas e comportamentos regrados pelo sistema capitalista (Figura 1). A maior parte dessas concepções (verdades) atualiza a compreensão de a Comunicação Organizacional ser prática orientada para o “organizar”, e, nesse sentido, tende a eliminar a incerteza, o dissenso, as contradições e, mesmo, a complexidade desses processos. Entretanto, este estudo também revela o evidente paradoxo entre essa orientação inclinada à simplificação dos processos organizacionais em perspectiva de atender aos preceitos gestonários (que têm como premissa a busca por resultados efetivos), e a compreensão sistêmica que, apesar de não desconsiderar o fato de se tratarem de organizações (sob determinados sistemas econômico, social, cultural, político e ambiental, dentre outros), entende a comunicação como processo complexo que não apenas gera organização, mas também desorganização. Portanto, não pode ser limitada aos processos e interesses da gestão.

Entretanto, conforme foi possível revelar a partir do estudo realizado por Mourão (2019), o regramento dos construtos/formações discursivas a enunciados discursivos e não discursivos que se encontram na raiz da árvore de *derivação* enunciativa da Comunicação Organizacional, tais como o sistema capitalista e o paradigma da racionalidade instrumental, configura-se como forças em relações. Assim, faz com que prevaleçam os sentidos de uma comunicação mais técnica e instrumental, enfatizando não o processo ou o fenômeno comunicacional no âmbito das organizações, mas temas, produtos e/ou modos de “fazer” Comunicação Organizacional. Talvez isso decorra da dificuldade de a Comunicação Organizacional ser compreendida para além de sua finalidade utilitária, pois é difícil contestar o poder gestonário, que regra a vida em sociedade e a vida do indivíduo, atuando como “força produtiva” que “produz coisas, induz ao prazer, forma saber e produz discurso” (FOUCAULT, 2012b, p. 45).

Essas orientações, que procuram explicações objetivas e lógicas para a Comunicação Organizacional, tendem a nos afastar de sua complexidade e, portanto, de um caminho teórico “desconhecido que desafia os nossos conceitos, a nossa lógica, a nossa inteligência” (MORIN, 2008, p. 22). Esse comportamento vai ao encontro das dificuldades de se promoverem, conforme Morin (2008), mudanças teóricas e nos sistemas de ideias, sempre resistentes àquilo que ameaça o equilíbrio dos sistemas de valores e concepções

estabelecidos. Assim, a evidenciação da Comunicação Organizacional como um saber-prática discursiva que realizamos aqui permitirá, dentre outras coisas, problematizar as noções conceituais postuladas por autores em posições subjetivas, bem como as apropriações que têm sido realizadas por outros autores e profissionais, de modo a melhor compreender os processos de Comunicação Organizacional, evitando reduzi-los a simples práticas para atender aos interesses gestionários.

Referências

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In: OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana Thereza N. (Orgs). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 149-177.

_____. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 133-164.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. **Verso e reverso**, v. 25, n. 58, p. 62-7, jan./abr. 2011.

DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. 2.ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013. 348 p.

DEETZ, Stanley. Conceptual Foundations. In: JABLIN, Frederic M.; PUTNAM Linda. (Orgs.). **The new handbook of Organizational Communication: advances in theory, research and methods**. London: Sage Publications Inc., 2001.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do Saber**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012a. 254 p.

_____. **Microfísica do Poder**. 25. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2012b. 432 p.

_____. **Ditos e escritos, volume IV: estratégia, poder-saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012c. 394 p.

GAULEJAC, Vincent de. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. Aparecida: Ideias & Letras, 2007. 338 p.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997. 156p.

MACHADO, Roberto. Introdução: por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 25. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2012. p. 7-34.

MORIN, Edgar. **O método 3: conhecimento do conhecimento**. 4.ed. Porto Alegre: Sulina, 2008. 286p.

MOSKOVIC, Alejandra Walzer. ¿Delimitar o des-limitar? Agumetnos en torno al campo académico de la comunicación. In: VALENCIA, Gladys Lucía López; MORENO, Mauricio Andrés Álvarez (Orgs.). **Pensar la Comunicación: rutas de indagación en la configuración de un saber**. Tomo III. Medellín: Universidad de Medellín, 2012. p. 13-28.

MOURÃO, Isaura. **A construção do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional**. 2019. 306f. Tese. (Doutorado em Biblioteconomia e Comunicação) –Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2019.

SERRA, J. Paulo. **Manual de Teoria da Comunicação**. Livros Labicom. Covilhã, 2007. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>>. Acesso em: 17 jul. 2017. 203p.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio do Rego. **Cultura, poder, comunicação crise e imagem: fundamentos das organizações do século XXI**. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012. 300p.

URIBE, Pablo Múnera. **La idea de organización: una concepción amplia para una acción efectiva**. Medellín: Comunicación, 2007. 150p.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010. 96p.

INFORMAÇÕES PARA TEXTOS EM COAUTORIA

Concepção e desenho do estudo

Isaura Mourão Generoso e Rudimar Baldissera

Aquisição, análise ou interpretação dos dados

Isaura Mourão Generoso

Redação do manuscrito

Isaura Mourão Generoso

Revisão crítica do conteúdo intelectual

Rudimar Baldissera

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese

O artigo é resultado da tese “A construção do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional”, defendida em março de 2019. O doutorado foi realizado com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Fontes de financiamento

Não se aplica.

Considerações éticas

Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses

Não se aplica.

Apresentação anterior

Uma primeira versão foi apresentada no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Belém-PA, em 2019

Agradecimentos/Contribuições adicionais

Não se aplica.