

O impacto dos Estudos Organizacionais na conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional¹

Isaura Mourão²

Rudimar Baldissera³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

RESUMO

Fundamentados na análise arqueológica foucaultiana (FOUCAULT, 2012), partimos do pressuposto de que a Comunicação Organizacional pode ser compreendida como um saber-prática discursiva. Nesse viés, sua conformação não está restrita às formações discursivas ou às construções teóricas acerca da temática, mas também – e sobretudo – nas articulações dessas com outros discursos e/ou outras práticas discursivas e não-discursivas, especialmente as oriundas dos Estudos Organizacionais (GAULEJAC, 2007). Tal inferência decorre da análise de quase 700 artigos apresentados e/ou publicados em três revistas científicas e em dois congressos da área, de 2008 a 2018, utilizados como *corpus* para o desenvolvimento de tese da autora, defendida em março de 2019. Neste artigo, cuja reflexão está suportada em dados da tese, apresentaremos parte dos achados, resultados de uma das etapas da análise.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Organizacional; Prática Discursiva; Análise Arqueológica; Epistemologia.

Começando por Foucault

O pensamento foucaultiano acerca das noções e das relações entre “saber”, “verdade” e “poder”, bem como das articulações e enfrentamentos que permeiam a conformação de uma “prática discursiva” fundamentam nossos pressupostos nesta reflexão e contribuem para a apreensão da Comunicação Organizacional como saber-prática discursiva. Importa marcar, já de início, que a prática discursiva, segundo Foucault (2012), não deve ser compreendida como um conjunto de enunciados, como um discurso ou como o modo de fabricação de um discurso. Ela está para além dessa compreensão, posto que é constituída a partir de regras que definem as condições de

¹Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutora pelo PPGCOM/UFRGS. Pesquisadora dos grupos de pesquisa DIALORG/PUC Minas e GCCOP/UFRGS. Email: mouraoisaura@gmail.com.

³Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – Departamento de Comunicação – Curso de Relações Públicas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP) e bolsista produtividade do CNPq. E-mail: rudimar.baldissera@ufrgs.br

exercício da função enunciativa, ou seja, ganha existência na relação exterior dos enunciados/formações discursivas, quando os sentidos são construídos conformando o saber-prática discursiva.

Para conferir mais nitidez ao que quer dizer, Foucault (2012, p. 104) traz o exemplo dos teclados de uma máquina de escrever – que podemos transpor para os teclados dos dispositivos nos dias de hoje –, que se tornou clássico: “o teclado de uma máquina de escrever não é um enunciado; mas a mesma série de letras – A, Z, E, R, T –, enumerada em um manual de datilografia, é o enunciado da ordem alfabética adotada pelas máquinas francesas”. Por meio desse exemplo, o autor reforça a ideia de que o enunciado não significa por si só e não precisa ter uma construção linguística regular, pois “pode ser constituído de uma série de probabilidade mínima”.

Nesse sentido, podemos dizer, a partir do referido autor, que os signos que compõem a língua adquirem sentido ao exercerem uma função enunciativa, ou seja, quando estão em relações, transformando-se em formações discursivas assumidas como verdade e, conseqüentemente, em uma prática discursiva, controlada por regras e condições de exercício que também definem as posições que um indivíduo pode ocupar para se tornar sujeito do enunciado. Dessa forma, ao analisar um discurso, devemos compreender como algo ou alguma coisa pode ser dita – e assumida como verdade – por determinados sujeitos em condições específicas. Essa “verdade” emerge da tensão entre saber e poder sobre algo ou alguma coisa, ou, em outros termos, deve ser compreendida como aquela que se constitui como “atos discursivos sérios” (DREYFUS; RABINOW, 2013), gerando efeitos de verdade ou marcando posições enunciativas que resultam na formação de uma prática discursiva e de um saber.

Assim, inspirados na análise arqueológica foucaultiana e acionando dados da tese “A construção do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional no Brasil”, defendida por nós, em março de 2019, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, apresentamos neste artigo, parte dos achados – as formações discursivas/construtos postulados pelos autores/pesquisadores que se encontram em “posições subjetivas”, resultados de uma das etapas da análise.

A Comunicação Organizacional como saber-prática discursiva

Feita essa breve introdução e a partir dos estudos realizados por nós (2019), apropriamo-nos dos postulados foucaultianos para inferir que o saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional é constituído pelas relações de forças entre enunciados/formações discursivas oriundos da Comunicação e dos Estudos Organizacionais, sobretudo da forma de se pensar a organização. Essa impacta na definição do lugar e/ou do papel do homem nas organizações e, conseqüentemente, na “noção de comunicação quando situada, realizada e acontecendo em organizações e/ou entre organizações e os diferentes sujeitos e/ou entre organizações e a sociedade” (MOURÃO, 2019, p. 27). Inspirada na arqueologia foucaultiana, tal constatação resulta da análise da conformação das noções conceituais e/ou formações discursivas acerca da Comunicação Organizacional, em 669 artigos⁴ apresentados e publicados em 11 edições do Congresso Abrapcorp, nas revistas *Organicom*, *Intercom-RBCC* e *E-Compós*, de 2008 a 2018, e nos anais dos congressos da *Compós* (2011, 2012, 2013 e 2014, período no qual o GT de Comunicação em Contextos Organizacionais esteve ativo). A partir desse *corpus*, buscamos compreender a conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, analisando as formações discursivas, as relações – quase sempre de poder – que fizeram emergir as noções conceituais e as apropriações dessas sugerindo “um jogo de prescrições que determinam exclusões e escolhas” (FOUCAULT, 1997, p. 11) em sua conformação.

Dito de outro modo, relações discursivas e não-discursivas, compreendidas como relações de forças e de poder, fazem emergir determinados enunciados em detrimento de outros, em um tempo e um contexto específicos, conformando-se o “saber” da Comunicação Organizacional, que incorpora, simultaneamente, construtos e processos simples e complexos, por vezes antagônicos. (MOURÃO, 2019, p. 28).

Assim, em nosso percurso investigativo com vistas a compreender a conformação da Comunicação Organizacional nos dias de hoje – e usando, portanto, a

⁴ Ressaltamos que a pesquisa tem como *corpus* os 669 artigos publicados e apresentados nas revistas e congressos mencionados. Eles foram o ponto de partida para a identificação dos nove autores/pesquisadores considerados em “posições subjetivas” e de chegada, por assim dizer, quando analisamos a apropriação das noções conceituais/formações discursivas desses autores/pesquisadores por outros autores, pesquisadores, professores, pós-graduandos, graduandos e profissionais da área. Sendo assim, nesta etapa da análise, apresentada neste artigo, na qual identificamos as noções conceituais postuladas pelos nove autores em “posições subjetivas”, o *corpus* está restrito a 38 artigos de autoria desses – dentre os 669 analisados.

expressão “comunicação organizacional” –, identificamos nove autores/pesquisadores, mais citados nas publicações e artigos analisados e, portanto, em “posições subjetivas” na área: Margarida 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, apresentados conforme a frequência com que são acionados nos artigos analisados. No entanto, ao longo do trabalho, não são realizadas associações a esses autores e às formações discursivas postuladas posto que, na análise arqueológica foucaultiana, o que importa é o “efeito de verdade” dos enunciados e das formações discursivas, “coisas” das quais nos apropriamos, repetimos, reproduzimos e transformamos, e não a autoria do enunciado⁵.

Na sequência, esquadrihamos as formações discursivas propostas por esses e, como última etapa do nosso processo investigativo, analisamos as apropriações dos postulados desses autores em “posições subjetivas” por outros autores, pesquisadores, professores, estudantes e profissionais da área e, para, na sequência, alcançarmos as noções conceituais assumidas como “verdade”. No presente artigo, exploraremos os resultados da segunda etapa investigativa, que podemos considerar a etapa intermediária dessa análise, ou seja: as formações discursivas oriundas dos postulados dos nove autores/pesquisadores em “posições subjetivas”, em relações de força entre elas e com outras formações discursivas e não discursivas.

A constituição da árvore de derivação enunciativa da Comunicação Organizacional

Ao considerar a Comunicação Organizacional como um saber-prática discursiva, buscamos configurá-la em um nível singular de forma a permitir a análise de sistemas de pensamento, regidos por “princípios de exclusão e de escolha e que fazem emergir, numa dada época, certos enunciados em detrimento de outros, reiterando ‘verdades’ conceituais e conformando um ‘saber’” (MOURÃO, 2019, p. 16). Essa análise pode ser descrita como “uma árvore de *derivação* enunciativa” (FOUCAULT, 2012a, p. 180, grifo do autor), na qual enunciados reitores encontram-se na raiz, em relação entre si e

⁵ Importa dizer que, segundo a lógica foucaultiana, autores e construtos, sendo mais referenciados, são reconhecidos num espaço determinado de um saber-prática discursiva como os que podem propor construtos e enunciados acerca da temática, no caso, da Comunicação Organizacional e, por isso, são reconhecidos como “posições subjetivas”.

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”.

Imbuídos dessa lógica, buscamos identificar a conformação do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional a partir de artigos publicados no período de 2008 a 2018, conforme mencionamos, mas foi necessário investigar o encadeamento, antes desse período, das noções de organização e de comunicação, sempre em relações de dependência e de interdependência, para chegarmos aos enunciados/formações discursivas reitores, na raiz da árvore enunciativa da Comunicação Organizacional. Em outros termos, as relações entre comunicação e organização, entre organizações e públicos, entre organizações e a sociedade, bem como as noções de organização e do lugar do homem/sujeito a partir dessas noções, são imprescindíveis para se compreender a conformação desse saber-prática discursiva. Assim, trazemos à tona, mesmo que sucintamente, o encadeamento histórico e bibliográfico, as relações de poder, as condições históricas e as articulações organização/comunicação/sociedade. Por meio dele, é possível situar o enraizamento e o encadeamento das formações discursivas, bem como a conformação da Comunicação Organizacional e sua epistemologia que, no sentido proposto por Morin (2008, p. 32) se configura 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”.

Historicamente, os estudos da área da Comunicação tiveram respaldo, até o século XVIII, 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. Concomitantemente, 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, conforme aponta Uribe (2007). Tais mudanças tecnológicas e sociais provocaram uma reorientação social e de mundo, marcada pela divisão de trabalho e orientada e organizada em função do trabalho, influenciando também os estudos da Comunicação, sobretudo em perspectiva organizacional (SERRA, 2007). Podemos, assim, estabelecer uma 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 torna-se compreendida como aquela “que contribui para a organização do trabalho na fábrica e, com os meios de comunicação, [...] promove o crescimento e a riqueza⁶” (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 apresentava-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 campo, conforme Braga (2011), crescia a conscientização de que os processos comunicacionais deveriam ser estudados de maneira mais aprofundada, posto que ocorrem nas relações e na complexidade dos processos interacionais, seja entre sujeitos individuais e/ou coletivos, mas sempre na interação, o que, conseqüentemente, torna incerta a comunicação. Assim, diferentes pesquisadores, impulsionados pela institucionalização acadêmica da área, pela maior conscientização do campo e pela formação dos primeiros profissionais de Comunicação no início da década de 1970 e por tal lógica, passaram a questionar a restrição do vínculo do termo comunicação às noções de informação e de sua distribuição, compreendendo-a de maneira mais complexa e fazendo questionamentos em relação ao seu controle.

Amparados por Wolton (2010), acrescentamos a esse raciocínio a necessidade de se considerar, no processo comunicativo, o respeito ao interlocutor, o outro, reconhecido como um igual, alterando e ampliando a lógica tecnicista e informacional emissor/receptor. Nessa perspectiva, o homem sujeito, com seus valores, crenças e uma forma individual de atuação e compreensão de mundo, configura-se como variável fundamental para se pensar a comunicação para além de sua tecnicidade e de seu caráter informacional, pois esse sujeito atribui sentidos distintos às informações e à comunicação, atualizando, conforme Baldissera (2009, p. 145), “diferentes níveis de

⁶ 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.*” (MOSKOVIC, 2012, p. 13).

interações, resistências, disputas e colaborações” (BALDISSERA, 2009, p. 145), lógica estendida à noção de Comunicação Organizacional.

Assim, além daquela realizada pela organização, a comunicação passou a ser cada vez “reconhecida como processo fundamental pelo qual as organizações existem e como ponto central para a análise da produção e reprodução organizacionais” (DEETZ, 2010, p. 84). No entanto, as noções de interlocutor ou de homem sujeito no processo comunicativo e a incerteza desse processo que ocorre nas relações, parecem não alcançar as organizações, contexto no qual a comunicação passou a ser reconhecida, sobretudo a partir do século XX, como “ferramenta importante de eficácia e produtividade” (TORQUATO, 2012, p. 146), construto que tem reforçado o viés técnico-informacional, configurando-se como função enunciativa de diferentes formações discursivas, mesmo as que não estão diretamente atreladas aos Estudos Organizacionais.

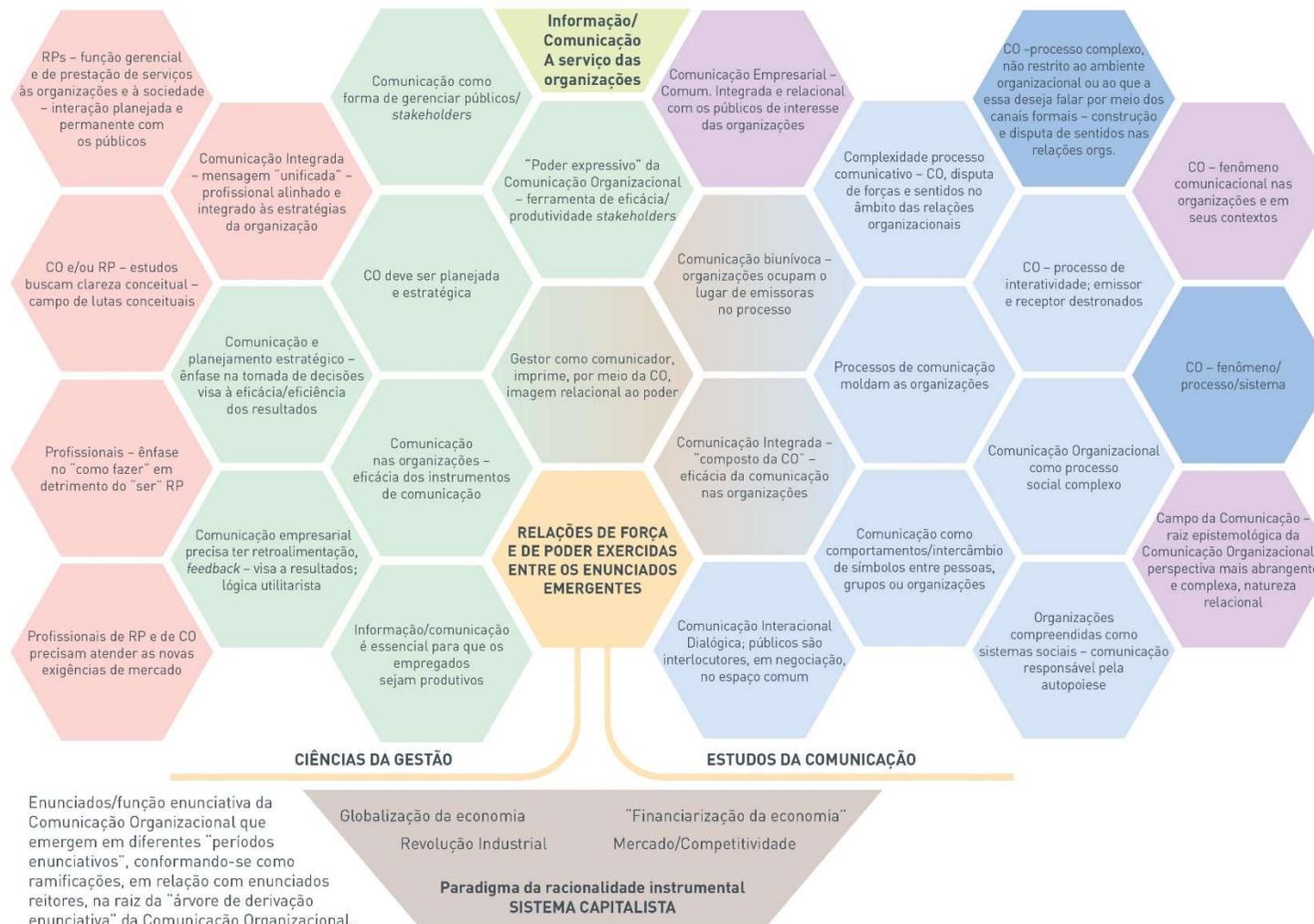
Podemos dizer, a partir do que estamos descrevendo, que adentramos um campo paradoxal ao pensar a Comunicação Organizacional. De um lado, temos clareza da complexidade do processo comunicativo, para o qual são desenvolvidos postulados influenciados pelos estudos da Filosofia, da Psicologia, da Sociologia e da própria Comunicação. De outro, preservamos a simplicidade e linearidade desse processo, amparados 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”, mesmo que esse viés se apresente como problema, tanto no âmbito profissional como no acadêmico. Ainda assim, constatamos que os estudos da Comunicação Organizacional que têm como pressupostos sua complexidade e o constante tensionamento de forças e disputas de sentidos, sobretudo a partir dos postulados de Baldissera (2000, 2004, 2009), ganharam força nas últimas décadas, apresentando, especialmente a partir dos anos 2000, abordagens mais amplas e complexas, tendendo a abrir possibilidades para “revisões/superações do que se acredita serem formas simplistas de analisar e explicar a comunicação organizacional” (BALDISSERA, 2009, p. 138).

Assim, buscando ilustrar as diferentes formações discursivas da Comunicação Organizacional encadeadas nas quatro últimas décadas, bem como as relações dessas entre si e com outras formações discursivas e não discursivas, apresentamos, na Figura

1, o que estamos considerando uma etapa intermediária da conformação da árvore de derivação enunciativa da Comunicação Organizacional. Nessa figura, as formações discursivas/postulados, que se configuram como noções conceituais desenvolvidas pelos nove autores/pesquisadores em posições subjetivas, localizadas na copa da árvore, estão sempre em relações de força e de poder entre elas e entre os enunciados reitores e formações que se encontram na base da árvore de derivação enunciativa.

Para melhor elucidar a Figura 1, importante dizer que, na base da “árvore de derivação enunciativa”, figurando como enunciados reitores, estão formações discursivas e não discursivas, relacionadas às noções de organização e de comunicação e impactando no lugar do homem/sujeito nas relações com e entre organizações ou seja: o sistema capitalista, fundamentado no paradigma da racionalidade instrumental e todo o encadeamento oriundo desse sistema e desse paradigma. Nas ramificações dessa árvore, novas formações se configuram e são regradas por funções enunciativas, em relações de dependência com outras formações discursivas e não discursivas, fazendo emergir, na copa da árvore, as noções conceituais que têm efeito de “verdade” em Comunicação Organizacional. Essas formações discursivas/postulados podem e são utilizados com diferentes funções enunciativas e, conseqüentemente, assumem estratégias para o desenvolvimento de concepções e de ações de comunicação no âmbito das organizações.

Figura 1 – A árvore de derivação enunciativa da Comunicação Organizacional em sua etapa intermediária: noções conceituais



Fonte: Elaborada pela autora (2018) a partir das noções conceituais postuladas pelos autores/pesquisadores em posições subjetivas, constituindo uma etapa intermediária da "árvore de derivação enunciativa" e, portanto, do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, inspirada na análise arqueológica foucaultiana

Na árvore apresentada na Figura 1, percebemos o “período enunciativo”, marcado pela emergência de enunciados/função enunciativa regrados pelo modelo gestor, pela competitividade de mercado e pela “financiarização” da economia influenciando a emergência de formações discursivas ou noções conceituais assumidas como “verdade”, sobretudo quando relacionados à noção de eficiência e de eficácia com vistas ao alcance de competitividade e resultados. Isso não quer dizer, no entanto, que a árvore de derivação enunciativa da Comunicação Organizacional esteja restrita ao modelo de negócios. Demonstra, isso sim, que as relações de forças entre as noções de organização e de comunicação fazem pender formações discursivas alicerçadas nos modelos de gestão que, nos dias de hoje, ditam comportamentos que impactam, inclusive, no âmbito individual: “cada indivíduo deve tornar-se o gestor de sua vida, fixar-se objetivos, avaliar seus desempenhos, tornar seu tempo rentável” (GAULEJAC, 2007, p. 181). Essas “verdades” que enfatizam a necessidade da eficácia e da eficiência e do valor das ações/atividades apenas quando se apresenta resultados,

geram regras que despontam como enunciados/função enunciativa das formações discursivas da Comunicação Organizacional, fundamentando as relações entre o domínio dos objetos e as possibilidades de utilização e apropriação dos discursos, conformando o saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional. (MOURÃO, 2019, p. 153).

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). Prevalecem assim, nas variantes conceituais, a noção de comunicação não ao lado das ciências sociais, mas das “ciências da gestão”. Nessa lógica, podemos dizer que a comunicação é pensada 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, o que pode ser feito também por meio de processos comunicativos. Apropriando-nos das reflexões de Foucault (2012c), podemos dizer, nesse caso, que o exercício da função enunciativa e o regramento dos enunciados, fortemente influenciados pelas “ciências da gestão”, são consequência das relações saber-verdade, verdade-saber 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).

Essa lógica não apresenta, no entanto, uma relação determinista. Partindo dela, ao compreendemos os enunciados/função enunciativa e as relações de forças e de poder que permeiam a construção desse saber-prática discursiva, buscamos apreender a epistemologia da Comunicação Organizacional, girando em torno do problema das verdades parciais que passam de perspectiva em perspectiva (MORIN, 2008), conforme mencionamos no início dessa reflexão. Assim, considerando essas verdades parciais como constituintes do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, podemos questioná-las com vistas a entender até que ponto assumimos noções conceituais ou uma forma de olhar a comunicação no âmbito das organizações a partir de um viés mais organizacional ou mais comunicacional.

Considerações

Em nosso percurso de pesquisa, parte dele apresentado brevemente nesta reflexão, foi possível identificar e explicar a emergência de diferentes enunciados, em relações de forças e regradados por funções enunciativas conformando formações discursivas/noções conceituais, postuladas por autores/pesquisadores em “posições subjetivas” na Comunicação Organizacional. Essas noções conceituais que, por vezes, nos parecem antagônicas e paradoxais, são utilizadas como referência e apropriadas por outros autores e pesquisadores da área, numa perspectiva dialógica e complexa do tipo complementar/concorrente/antagônica (MORIN, 2008).

Nessa etapa da pesquisa que acabamos de apresentar, já podemos dizer que a conformação desse saber-prática discursiva, constituído por procedimentos considerados verdadeiros, está associada a mecanismos de poder que emergem de relações de forças e enfrentamentos e, sendo assim, serão sempre reversíveis, pois, à luz de Foucault (2011), não existe um poder cuja dominação seja incontrolável e um não poder, ou um outro sempre dominado. Há, sim, relações guiadas por escolhas

estratégicas que fazem emergir “verdades” e “não verdades”. Nesse sentido, evidenciamos, na constituição do saber-prática discursiva da Comunicação Organizacional, formações discursivas oriundas dos Estudos Organizacionais, com ênfase nos processos gerenciais, em 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).

Essas ramificações de raízes distintas em algum momento, encontram-se, sempre, em relações com formações discursivas e não discursivas enraizadas nos modelos, práticas e comportamentos regidos pelo sistema capitalista, conforme ilustramos da Figura 1. Afinal, tratamos da Comunicação, compreendida como prática social, no âmbito das organizações, o que, por si só, já se apresenta como paradoxal se pensarmos nos pressupostos da comunicação, assumida por nós como incerta e complexa; e nos das “ciências da gestão”, que têm como premissa a busca por resultados eficazes e eficientes.

Assim, as formações discursivas, mesmo não enraizadas nos Estudos Organizacionais, podem vir a adquirir sentidos que voltem a enraizá-las ao viés econômico e aos modelos de gestão, fazendo com que, nessas relações de forças, esses sentidos prevaleçam em detrimento daqueles que marcavam suas diferenças, 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 se compreender a Comunicação Organizacional para além de sua finalidade utilitária, pois é difícil contestar o poder gerencial, que regula 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).

Tais apontamentos, que buscam uma explicação objetiva e lógica para a Comunicação Organizacional, tendem a nos afastar da noção de complexidade dessa e 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 mudanças teóricas e nos sistemas de ideias, que são sempre “autoconservadores e resistentes a tudo o que poderia não somente ameaçar, mas alterar sua homeostasia” (MORIN, 2011, p. 162). Dessa forma, não bastam

experiências ou argumentos imbatíveis: “É necessária uma longa série de provas acumuladas das suas carências e insuficiências e também o aparecimento de uma nova teoria mostrando uma grande pertinência” (MORIN, 2011, p. 162). Assim, compreender a forma de apropriação das noções conceituais postuladas por autores em “posições subjetivas” pode ser uma questão a guiar futuras análises acerca das noções conceituais da Comunicação Organizacional, com vistas a fortalecer seus fundamentos e sua epistemologia.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem**. São Leopoldo: Unisinos, 2000. 116p.

_____. **Imagem-conceito: anterior à comunicação, um lugar de significação**. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004. 294f.

_____. 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**, vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 133-164.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. In: **Verso e reverso**, vol. XXV, n. 58: Unisinos, janeiro-abril 2011. p. 62-77.

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 L.. (editors). **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**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012c. 394 p.

_____. **Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997. 134 p.

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

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

_____. **Introdução ao pensamento complexo.** 4.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011a. 120p.

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.** Tese. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2019. 306f.

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.