



Comunicação organizacional. Vol. 2. Linguagem, gestão e perspectivas

Margarida M. Krohling Kunsch (Org.)

São Paulo, SP
Saraiva, 2009
360 páginas

Resenhado por:
Ricardo Caribé

- Mestre e doutorando em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)
- Especialista em Gestão Empresarial e graduado em Relações Públicas
- Coordenador do curso de Especialização em Gestão da Comunicação Organizacional Integrada da UFBA
- Diretor da Tábuas da Ponte Comunicação Organizacional
- Sócio-fundador da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp)
- Atua na área de comunicação organizacional desde 1991
- ricardo@tabuasdaponte.com.br

Da instrumentalidade ao processo social da Comunicação Organizacional

From instrumentality to the social process of Organizational Communication

De la instrumentalidad al proceso social de la Comunicación Organizacional

O segundo volume, *Linguagem, gestão e perspectivas*, da coletânea *Comunicação Organizacional*, publicada pela pesquisadora Margarida M. Krohling Kunsch, reúne quatorze trabalhos representativos da produção intelectual brasileira na área de Comunicação Organizacional nos últimos anos. Em sua primeira parte, batizada de “Retórica e discursos organizacionais”, demonstra-se a força da pesquisa fundamentada nas Ciências da Linguagem. Na segunda, “*Gestão da comunicação e das mudanças culturais*”, evidencia-se a forte integração multidisciplinar que a área experimenta com a Antropologia, a Sociologia, a Psicologia, a Política e a Administração.

Dentre os oito artigos de alto nível que compõem a primeira parte, três se destacam ao privilegiar a abordagem da Comunicação Organizacional como campo de estudo. Com “Identidade organizacional e a construção dos discursos organizacionais”, Luis Carlos Iasbeck abre a obra em grande estilo, tratando da identidade das organizações, de seus múltiplos discursos e da constituição de sua imagem. Ele advoga a tese da interdependência dessas categorias e defende que a identidade, se em alguma medida gerenciável, o é pela possibilidade de se atuar na elaboração dos discursos e, simultânea e correspondentemente, nos processos de percepção simbólica e recepção desses discursos pelos públicos. Complementarmente, em “Discurso organizacional: uma abordagem retórica”, Tereza Lúcia Halliday enfatiza o lugar do discurso organizacional como ação e como recurso estratégico das organizações que se empenham na construção simbólica da realidade. Ela premia o leitor com uma introdução à técnica da análise retórica e resgata a reflexão sobre a Comunicação Organizacional como retórica da legitimação. No terceiro texto, “A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional”, as pesquisadoras Anely Ribeiro e Elena Godói lançam mão da Linguística Aplicada como método para investigar questões centrais da Comunicação Organizacional, como a consideração dos públicos no processo de construção simbó-

lica da realidade. Elas apresentam o conceito de competência comunicativa e constataam que é preciso ampliar a integração multidisciplinar dos estudos teóricos da área, os quais devem valer-se sobretudo dos aportes da Linguística, dos Estudos Culturais e da Psicologia Social.

Os demais artigos da primeira parte, por sua vez, apontam para as significativas e particulares contribuições que as Ciências da Linguagem trazem para a Comunicação Organizacional. Alvair Torres Júnior, em “Comunicação organizacional: retórica e dramaturgia na implantação de um novo modelo de produção”, propõe uma nova vertente investigativa para a área – a retórica dramática. Outra contribuição metodológica à Comunicação Organizacional é dada por Cleonice de Mendonça Van Raij, que demonstra de modo interessante o emprego da análise do discurso como método em seu texto “Análise de um discurso organizacional”.

Em um ensaio instigante, Maria José de Figueiredo Garcia utiliza a Semiótica discursiva para refletir sobre a formação de gestores em comunicação e cultura organizacional, a partir da apreciação de sua produção científica na área entre 2003 e 2005. No artigo “A formação dos gestores em cultura e comunicação organizacional: o ponto de vista da semiótica discursiva”, a autora realça os caminhos de significação e de subjetividade trilhados pelos gestores nas suas experiências de pesquisa científica.

A partir de três categorias de enunciados próprios do universo organizacional, em “Organizações: um universo de discursos bem-ditos, mal-ditos e não-ditos”, Artur Roberto Roman discorre sobre a administração da Comunicação Organizacional, cujo desafio central seria a convivência “com essa polifonia de discursos que se entrecruzam caleidoscopicamente nas redes interacionais do universo corporativo” (p. 155). E, encerrando a primeira parte, Jair de Oliveira, em “(Re)viendo a linguagem: uma análise crítica da comunicação organizacional”, presenteia o leitor com uma observação cuidadosa das práticas linguísticas próprias do universo intraorganizacional, por meio de um ensaio sobre modelos explicativos vigentes. Crítico, entende o ambiente organizacional como uma “arena axiológica” (p. 190) e se vale de uma teoria do uso da linguagem – uma pragmática – preocupada com os atores/produtores da linguagem e as relações/os processos de construção da linguagem e não com o produto: a linguagem em si.

Na segunda parte do livro, o leitor tem contato com experiências marcadas por influências multidisciplinares. Dois trabalhos sobressaem pela densidade e por favorecerem a melhor compreensão dos demais: “A cultura organizacional como manifestação da multidimensionalidade humana”, de Maria Schuler, que se encarrega de demonstrar a interpenetração dos conceitos de *comunicação*, *organização* e *cultura*, apoiada por um outro conceito estruturante: o de *representações sociais*; e “*Agenciamento comunicacional e mudança organizacional estratégica*”, no qual Maria do Carmo Reis observa processos de mudança or-

ganizacional significativa em três corporações internacionais e o papel reservado à comunicação nesses processos, sustentando a autora que a comunicação é elemento constitutivo da mudança e não simplesmente um dos seus instrumentos.

O olhar de quem vive o mundo concreto das organizações se revela nos textos de Ana Luisa de Castro Almeida, “Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis”, e de Graça Monteiro e Jorge Duarte, “Potencializando a comunicação nas organizações”, ambos desveladores de intrigantes objetos a serem pesquisados. “As interconexões entre cultura organizacional e comunicação”, de Marlene Marchiori, revela a vastidão do entrelaçamento conceitual possível entre essas categorias. Já Ivone de Oliveira, em seu não menos interessante artigo, “Espaços dialógicos e relacionais nas organizações e sua natureza ético-política”, demonstra sua inquietação pertinente com abordagens que subordinem o campo da Comunicação Organizacional e faz a defesa da aproximação entre esse campo e o da Política – ou com pelo menos algumas de suas subcategorias significativas.

Assim como o primeiro volume da coletânea *Comunicação organizacional*, esse segundo volume da coletânea de Margarida Kunsch é leitura recomendada a todos que se interessam pelo mapeamento do estado da arte do campo no Brasil, constituindo-se em mais uma das muitas e valiosas contribuições da organizadora à Comunicação Organizacional e às Relações Públicas.