

Ivone de Lourdes Oliveira

Fábia Pereira Lima

Luisa da Silva Monteiro

PERSPECTIVA PROCESSUAL
DA COMUNICAÇÃO
NO CONTEXTO DAS
ORGANIZAÇÕES -
PRIMEIROS APONTAMENTOS
SOBRE A PESQUISA



A pesquisa *Perspectiva processual da comunicação no contexto das organizações*, iniciada em outubro de 2009 e com término previsto para outubro de 2010, propõe um aprofundamento de caráter epistemológico, metodológico e teórico do campo da comunicação social, frente à necessidade de se entender a comunicação em seu aspecto dinâmico e como fenômeno que se efetiva na instância da recepção.

Ela se insere na proposta de investigação desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa “Comunicação no Contexto Organizacional: aspectos teórico-conceituais”, criado em 2004 na Faculdade de Comunicação e Artes da PUC- Minas, e se vincula institucionalmente ao CNPq. Este grupo, desde seu início, se pautou pela construção de bases teóricas mais fundamentadas e articuladas com o campo da comunicação para a compreensão das interações nos ambientes organizacionais. Além disso, baseia seus estudos em paradigmas que entendem a comunicação como processo inerente à complexidade das organizações e de suas relações com a sociedade.

Considerando o contexto de interação das empresas contemporâneas na sociedade, a pesquisa em questão tem por objetivo estudar e analisar a relação estabelecida com as comunidades afetadas por suas ações, observando mais especificamente o processo de recepção. O objeto empírico se constitui por uma empresa brasileira – setor siderúrgico, relevante em Minas Gerais, atuação global, área de comunicação estruturada – e sua relação com duas comunidades próximas, de realidades socioeconômico-culturais distintas e que são atingidas pelos impactos da atividade desenvolvida pela empresa. Isso nos possibilitou identificar, empiricamente, situações e casos em que se estabelecem interações entre organizações privadas e os chamados “grupos de pressão”.

Esta investigação se propôs a conhecer a comunicação em seu processo, considerando as instâncias de produção, circulação e recepção, tomando como ângulo de análise específico o processo de recepção das estratégias comunicacionais. Pretende-se construir, a partir da pesquisa teórica e empírica, uma perspectiva metodológica que permita a apreensão dos movimentos comunicacionais promovidos em contextos organizacionais.

A pesquisa explora fronteiras do campo da comunicação ainda não reveladas, quando se trata de compreender os processos interativos realizados no âmbito das organizações. Referimo-nos, por exemplo, ao enfoque dado à instância de recepção e às interações estabelecidas.

A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo e buscou, a partir da análise de documentos e discursos, tanto da organização quanto da comunidade, entender as interações e as nuances apresentadas nas falas de ambos. Com os dados coletados, pretende-se agora analisar justamente os (des)encontros já percebidos entre os aspectos evidenciados por cada lado pesquisado – organização e comunidade.

Foram realizadas entrevistas em profundidade e com roteiro semiestruturado com o gerente e analista de comunicação da empresa, com o subsecretário da prefeitura local e com o membro da associação comunitária a fim de perceber repertórios, referências e discursos estabelecidos na relação. Além disso, realizaram-se grupos focais com moradores das duas comunidades para entender a elaboração e produção de sentidos.

Como suporte ao trabalho de campo, foram realizados seminários sobre o objeto de comunicação e os principais paradigmas do campo (FRANÇA, 2007; PINTO, 2008; LIMA, 2008); o movimento da comunicação considerando o posicionamento dos sujeitos (organização e comunidade) frente à questão pública no contexto organizacional (OLIVEIRA; SOARES, 2008); mediação social (SIGNATES, 1998; MARTÍN, 2003); discurso organizacional e legitimidade social; interpretação e recepção (FAUSTO, 1992; JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

Considera-se esta pesquisa como oportunidade de estabelecer procedimentos metodológicos que permitam apreender o fenômeno comunicacional em sua complexidade, observando seu aspecto relacional e a triangulação do fenômeno.

Pretende-se, assim, participar do novo momento dos estudos da comunicação no contexto das organizações, o qual rompe com os paradigmas prescritivo-normativos fundadores das ciências administrativas que, durante muito tempo, influenciaram as produções de autores que estudam esse fenômeno. Gradativamente, esses paradigmas deixaram de atender aos anseios e às necessidades dos pesquisadores e da própria sociedade, visto que ignoram a existência de uma realidade organizacional multifacetada e complexa, delineada de várias maneiras pelos fenômenos da comunicação e pelos demais fenômenos políticos, culturais, sociais e linguísticos implícitos nesse campo.

PRIMEIRAS CONSIDERAÇÕES

Com os estudos teóricos e a pesquisa empírica já concluída, podemos falar de algumas indicações que servirão de base para nossas futuras conclusões. Apesar de ainda estarmos na fase de tabulação dos dados, as primeiras impressões evidenciam alguns pressupostos que podemos levantar nesta apresentação.

As políticas e o discurso da empresa são muito consistentes e coerentes entre si; porém, o contato com a comunidade nos mostrou que tais posicionamentos não são lidos da forma como a empresa pretende, evidenciando a fragmentação do processo.

A primeira questão que percebemos foi o lugar ativo da recepção de seus sujeitos, no caso a comunidade, que interpretam, avaliam e questionam as ações e o discurso da empresa. É importante dizer que não existem ações concretas de enfrentamento, e isso nos pareceu ser devido à falta de articulação política

organizada da comunidade e ao conhecimento que esta tem sobre o poder econômico e social da empresa na região.

A segunda questão diz respeito à produção de sentidos. As entrevistas e grupos focais nos levam a confirmar que o sentido não está nas coisas em si, ou seja, nos discursos, projetos, políticas e interesses explícitos. Ele se dá a partir do momento em que o sujeito em interação confronta a mensagem recebida, os impactos da atividade produtiva da empresa no local e sua realidade social e cultural. Nota-se uma distância perceptível entre o discurso da empresa, sua ação e a ressignificação dada pela comunidade.

Em uma pesquisa como esta é preciso considerar o local, as circunstâncias de falas dos entrevistados, reações e expectativas, já que os pesquisadores são percebidos como um espaço de reafirmação de posicionamentos e posturas de cada grupo. Por exemplo, ao conversar com os profissionais de comunicação da empresa, identifica-se um discurso afirmativo que enaltece suas ações. No caso da comunidade, seu discurso evidencia os aspectos de incômodo dessa relação.

Fica claro nessa interação que a comunicação se dá na disputa de sentidos, uma disputa construída por laços simbólicos que fundamenta e configura as relações. De acordo com Baldissera (2009, p. 33-34) “a ideia de disputa atualiza o aspecto de a comunicação caracterizar-se por ser relação (exigir relação) entre, pelo menos, dois – “eu – outro” (...); e toda relação de acordo com Foucault (1996, p. 75) é relação de forças.”

A partir dessas primeiras percepções, trabalharemos com o desafio de conhecer melhor este processo comunicacional/relacional entre empresas e comunidade.

Ivone de Lourdes Oliveira é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da PUC-Minas e doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ; ivone@pucminas.br

Fábia Pereira Lima é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP.

Luisa da Silva Monteiro é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da PUC-Minas.



REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: Scroferneker, Cleusa M. A. (Org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e o paradigma da complexidade**. Porto Alegre: Ed. PUC-RS, 2009.

BRAGA, José Luiz. **Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação**. Rio de Janeiro: Contracampo, n. 10-11, 2004. (p. 219-235).

FAUSTO NETO, Antonio. **A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção**. Textos de cultura e comunicação, Salvador: UFBA, Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, n. 27, jan/jun. 1992. (p. 58-80).

FRANÇA, Vera V. **Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, do XVI Encontro da Compós. Curitiba: UTP, junho de 2007. CD ROM.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

LIMA, Fábila Pereira. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. (p. 109-126).

MARTÍN B., Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

OLIVEIRA, Ivone de L., SOARES, Ana T. N. Interfaces e construção do conhecimento sobre a comunicação no contexto das organizações. In: **Interfaces e Tendências da Comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. (p. 91-108)

PINTO, Júlio. Comunicação Organizacional ou comunicação no contexto organizacional. In: **Interfaces e Tendências da Comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. (p. 81-90).

PRADO, José L. A.; PORTO, Sérgio D. (Org.). Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Ed. UFPB, 2001. (p. 11-39)

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação. In: **Novos Olhares - Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos**. São Paulo: ECA/USP, Ano I, n. 2, 1998.