

## **Metodologia na Pesquisa Empírica em Comunicação Organizacional Digital: Estratégias Sócio-Técnica-Discursivas<sup>1</sup>**

Elisangela Lasta

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul/RS

### **Resumo**

Como os atores organizacionais estão constituídos no fazer/existir/representar nos e pelos ambientes digitais a partir do dizer/publicizar, logo nos põe a pesquisar essa conjuntura nas áreas das relações públicas e da comunicação organizacional. E, em consequência, articulamos uma proposta de metodologia na pesquisa empírica em comunicação organizacional digital (objetivo deste artigo). Para tanto, a metodologia está fundamentada na pesquisa empírica em comunicação e fundamenta-se por meio de um plano prático com indicações de métodos visando ao estudo das estratégias sócio-técnica-discursivas empreendidas nos ambientes digitais das organizações mediante a reflexão das operações discursivas na produção de sentidos com formações relacionais e/ou vinculativas.

**Palavras-chave:** metodologia; pesquisa empírica; comunicação organizacional; comunicação digital; estratégias sócio-técnica-discursivas.

### **Introdução**

Consideramos o cenário de desenvolvimento constante das tecnologias da informação e comunicação, como expõe Barichello (2014), que intervêm nas lógicas pelas quais as organizações se comunicam, constituem e legitimam diante da sociedade. Consequentemente, como salienta Baldissera (2017), somos conduzidos a compreender os públicos como constituintes das organizações. E, ao refletirmos acerca desse contexto, deparamo-nos com a necessidade do fomento de pesquisas que possam ocupar-se dessas articulações e, assim, estimular a criticidade no âmbito acadêmico. Contudo, para que os estudos aconteçam, há sempre o desafio da escolha metodológica a ser seguida pelo pesquisador. No que se refere às pesquisas que se ocupam dos fenômenos da/na Internet, observamos que há espaço para propostas metodológicas que buscam apreendê-los em seus aspectos textuais e tecnológicos conjuntamente.

Logo, essas ponderações nos estimulam ao objetivo deste artigo de propor uma metodologia na pesquisa empírica em comunicação organizacional digital, que possa auxiliar no

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Teorias, metodologias e práticas de ensino das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

estabelecimento do plano prático e indicar os métodos (conjunto de decisões e opções) para o estudo das estratégias sócio-técnica-discursivas em ambientes digitais. Assim, o pesquisador possa vir a refletir acerca das dinâmicas constituídas no fazer/existir/representar dos atores organizacionais nos e pelos ambientes digitais, que se dão por meio do dizer/publicizar e, este último, implicado nas estratégias sócio-técnica-discursivas (LASTA, 2015). Para tanto, este estudo se fundamentou na pesquisa empírica em comunicação, pois está alicerçado na articulação entre a teoria e o dado empírico (MARTINO, 2010).

A construção argumentativa do artigo está subdividida em duas partes. Na primeira, há os pressupostos arquitetados a partir do núcleo teórico da comunicação proposto por Sodré (2009), que o entende a partir do “com” constitutivo, isto é, o ator que se comunica “entre”, logo, uma interioridade destinada a uma exterioridade (o outro). Assim, constrói e desconstrói fluxos de sentido por meio da ação e linguagem (VIZER, 2009; 2011) na conjuntura sociotécnica dos ambientes digitais (VÉRON, 2014). E, ao articularmos à concepção das estratégias (LANDOWSKI, 1992), consideram-se as táticas enuncivas (práticas de acordo com a sociotécnica referente aos ambientes digitais) e as estratégias enunciativas (cruzamentos entre três dimensões de processos comunicacionais: referencial; inter-referencial; autorreferencial (VIZER, 2009; 2011)). No entanto, delimitando ao estudo dos fluxos de sentidos das organizações (ao âmbito da produção) com primazia à alteridade posta em relação (BALDISSERA, 2014; 2017), ou seja, múltiplos fluxos de sentido, não somente sobre o si mesmo organizacional, mas também sobre o outro, com o outro e por meio do outro (LASTA, 2015). E, na segunda, a proposta e aplicação prática da metodologia na pesquisa empírica em comunicação organizacional digital.

### **Comunicação organizacional no contexto dos ambientes digitais**

Partimos da tessitura do conceito de comunicação na conjuntura do quarto bios proposto por Sodré (2009), isto é, a esfera existencial dos múltiplos atores nos e pelos ambientes digitais, que podem vir a ser mediante formações discursivas hibridizadas. Logo, consideram-se os níveis de operações discursivas na produção de sentidos com formações relacionais e/ou vinculativas. Ou seja, os atores postos e dispostos concretamente como valor ao outro, que, de acordo com Vizer (2011), encaminham a dois processos fundamentais de comunicação: ação social e linguagem, uma vez que a comunicação é apreendida como lugar do sentido e da significação.

Assim, consideramos como o processo do sentido dá-se de acordo com Vizer (2011), articulado ao contexto do quarto bios, isto é, a exteriorização dos processos mentais reconhecidos na forma de dispositivos técnicos comunicacionais (VÉRON, 2014), que encaminha para a seguinte dinâmica (ressalvamos que essas separações são pensadas artificialmente, por meio da abstração para exemplificações, pois ocorrem concomitantemente): em um primeiro momento, considera-se o ator do processo de geração de sentido, contudo o percebendo no contexto no qual há autonomia dos emissores e receptores dos signos materializados. No segundo, pondera-se o modo de pensar o processo, que tem como característica a persistência no tempo e espaço dos signos materializados. E, no terceiro, apreciam-se as regras subjacentes no corpo de normas sociais definidoras da forma de acesso aos signos.

A conjuntura acionada por meio da linguagem, compreendida aqui como forma de ação, torna-se responsável no construir e organizar os significados mediante dualidade dos processos: objetivo (movimento de apropriação do ator com a ambiência digital) e subjetivo (movimento de interiorização e exteriorização do ator). Deles surgem três dimensões do processo de comunicação: na dimensão referencial, os atores “co-constroem o tema ou objeto de suas conversações”; na dimensão inter-referencial, “[...] os falantes co-constroem as relações entre eles mesmos, através das mútuas propostas inter-referenciais”; e, na dimensão autorreferencial, “os atuantes se constituem como sujeitos ante si mesmos e ante os demais em um processo autorreferencial” (VIZER, 2011, p. 151). Desse modo, na dimensão do processo de comunicação referencial, consideram-se os “conteúdos” do que se “fala”, já, na inter-referencial, com quem se “fala” (pois, quando se “fala”, se “fala” com alguém); e, na autorreferencial, a apresentação do si mesmo ao outro.

Ao refletirmos, especificadamente na conjuntura referente à comunicação organizacional, de acordo com Baldissera (2009; 2017), atualiza-se no acontecer e este, por sua vez, ocorre por meio da construção e disputa de sentidos, nos quais o valor é definido pelas e nas relações. Assim, “a Comunicação Organizacional não pode ser compreendida como posse da organização. [...] são fluxos de sentidos, de diferentes ordens e qualidades. [...] é desorganizadora-(re)organizadora da significação concernente à organização” (BALDISSERA, 2017, p. 82). Consequentemente, apreendemos os fluxos de sentidos das organizações, contudo considerando a alteridade posta em relação, isto é, atores que se inscrevem e se reconhecem nos discursos, logo o outro/ambiente e/ou seu dizer utilizado(s) para construir o dizer do ator, portanto a experiência do ator em composição com a experiência do outro (LASTA, 2015).

Como exposto por Baldissera (2014), as organizações, ao procurarem conhecer os códigos culturais dos públicos, constroem e os oferecem nos seus discursos estrategicamente. Para Oliveira e Paula (2008), isso implica na dinâmica da construção e resignificação de sentidos entre organização e seus interlocutores, uma vez que selecionam e evidenciam aspectos intencionalmente nas suas práticas discursivas. Contudo,

[...] essa configuração decreta a necessidade de ampliação e/ou qualificação dos esforços de gestão (em várias perspectivas: pesquisa, análise, seleção, movimentação, acompanhamento etc.) dos sentidos que circulam sobre ela nos diferentes ambientes, portanto, também de esforços de (re)apresentação de si mesma – do dar-se a ver; do dizer de si (BALDISSERA, 2017, p. 73).

A (re)configuração dos sentidos está implicada no reconhecimento das alterações dos/nos processos de construção e reconstrução dos repertórios discursivos das organizações e dos públicos, pois as “tecnologias geraram uma ambiência que ultrapassa o seu simples uso. A sociedade se realiza “em” e “com” essas tecnologias” (BALDISSERA, 2017, p. 76). Logo, apreende-se esse cenário, por meio do agenciamento do ator com os ambientes digitais, que contêm códigos e estruturas próprias (equivale à construção de sua representação no seu “espaço”/lugar de “fala/atuação” e de proposição de relações e/ou vínculos) e dos processos comunicacionais apreendidos na composição entre o sócio-técnico-discursivo, isto é, nas relações com outro ator-ambiente-discurso (equivale à construção de relações e/ou vínculos, por meio da retórica e locução no ambiente digital e dos elementos tecnológicos dele). Observamos, portanto, que a

[...] comunicação é relação e implica a movimentação de sentidos – constantemente (re)construídos –, tem-se que na e pela comunicação atualizam-se forças em disputa de sentidos. Isto é, nos diferentes processos comunicacionais os sujeitos conformam e se exercem como forças que selecionam, articulam, fazem circular e disputam os sentidos em circulação, sob diversas intenções. Conscientes ou não, essas intenções/desejos materializam-se em diferentes estratégias nas transações/disputas de sentidos (BALDISSERA, 2017, p. 79-80).

Essa dinâmica, além de ocorrer constantemente por meio da autonomia dos múltiplos atores, também persiste no tempo e espaço, contudo a forma de acesso aos sentidos é diversa, como Baldissera (2017, p. 81) coloca:

[...] apesar de a significação preexistente orientar a atuação social dos indivíduos, ela não determina seus comportamentos uma vez que tendem a ser, assim como a própria significação, incessantemente atualizados pelas/nas

interações que estabelecem, pois que, dentre outras coisas, compreendem processos interpretativos e não de simples reprodução.

Esse panorama exprime o desafio tanto para a construção e reconstrução dos sentidos postos em/nas relações por meio do discurso como o seu estudo. Para tanto, requer a “[...] decomposição dos objetos de significação e na sua sucessiva recomposição com o fim de identificar, compreender e explicar sua arquitetura significativa, isto é, desmontar e remontar as peças dos mecanismos significantes desse objeto” (PERUZZOLO, 2004, p. 11). Ao compreendermos o discurso como relação dos sujeitos da enunciação no texto e na fala (pois o discurso “fala” para alguém, busca o outro), defrontamo-nos com a relação do sujeito com sua fala que, de acordo com Peruzzolo (2004), se trata dos recursos estratégicos no modo de dizer (efeitos de enunciação e de referencialidade; e os investimentos temáticos). Assim, podemos observar possíveis protocolos de produção de sentidos por meio das seguintes premissas:

*Relação do sujeito com a fala:*

- 1) Efeitos de enunciação: posição que o enunciador da para si no discurso (pessoa verbal). a) Sentido de subjetividade (proximidade) — quanto o enunciador se coloca perto do dito por meio da primeira pessoa do singular e/ou plural; b) sentido de objetividade (afastamento) — quanto o enunciador se coloca longe do dito por meio da terceira pessoa do singular e/ou plural.
- 2) Efeito de referencialidade: ancora o dito a pessoas, espaços, fatos, dentre outros, e/ou cede a palavra aos interlocutores, ou seja, apoia o dito sobre sentidos já construídos. a) Efeito de referencialidade direto — quando o enunciador repete a fala do outro tal qual por meio do uso de aspas; b) efeito de referencialidade indireto — quando o enunciador atribui a responsabilidade do dito a outrem sem uso de aspas.

*Investimentos temáticos:*

- 2) Tematização: temáticas central e periférica que sustentam o pensamento argumentativo do enunciador. a) Tema núcleo: preordenação do desenvolvimento da argumentação a partir de um tema núcleo/central; b) Temas periféricos: preordenação do desenvolvimento da argumentação a partir de um tema núcleo/central apoiado em outro periférico e/ou ancorado no discurso de outrem.

Esses recursos estratégicos, no modo de dizer, auxiliam-nos na composição e decomposição dos discursos. Entretanto, há também a materialidade tecnológica implicada, que também se

atualiza a cada ação, que comporta o discurso e a tecnologia, ponderando que “há elementos que são diferenciais por conta da própria tecnologia que se apoia as trocas” (RECUERO, 2012, p. 40). Requer a observação, também, das particularidades nos ambientes digitais, como:

- Apropriação e uso do link contextual: é considerado como elemento tecnológico formador de contextos, pois “[...] se encontra “dentro” da estrutura do texto (possibilitado pelo programa) e disposto no espaço do medium; portanto, contextualizado ao dizer do ator. Porém, este link pode ser de saída ou interno; logo, pode fazer referência a outros ou a si mesmo” (LASTA, 2015, p.30). Assim, ao ser apropriado e utilizado, constrói relações e/ou vínculos com outros atores, ambientes e/ou discursos.
- Apropriação e uso da @: pode ser considerada como elemento tecnológico formador de contextos, pois “A @ é uma forma de citar alguém ou responder a alguém, pois utilizada diante de uma palavra, identifica um apelido e, logo, uma representação de um ator” (RECUERO, 2012, p. 108). Ou seja, serve para mencionar outro ator e, assim, direcionar aquela fala a ele.
- Apropriação e uso da # (hashtag): é composta pelo sinal # atrelado a uma tag (etiqueta) e também pode ser considerada como elemento tecnológico formador de contextos, uma vez que serve para agrupar discursos sobre aquela etiqueta (hashtag) específica e, assim, pode ser utilizada para estabelecer relações/vínculos já iniciados e/ou a serem iniciados em torno da hashtag.

Como dito por Recuero (2012, p. 39), essas possíveis apropriações dos elementos tecnológicos não necessariamente são originais dos ambientes digitais, “mas usos construídos coletivamente como formas de driblar limitações”. Consequentemente, compreendemos esses elementos como sócio-técnico-discursivos, pois, em sua essência, propõem relações (que podem ser permanentes ou não) e/ou vínculos a partir de um ambiente e arquitetados no discurso com o acionamento de sentidos. Assim, passam a representar relações/vínculos entre os atores/ambientes/discursos.

Ao somarmos os aspectos tecnológicos dentro da estruturação da construção e reconstrução dos sentidos postos em/nas relações e vínculos por meio do discurso na conjuntura do quarto bios, estabelecemos a base de compreensão para o estudo das estratégias sócio-técnica-discursivas nos ambientes digitais. Assim, adentramos nas estratégias apreendidas a partir do campo cognitivo (LANDOWSKI, 1992), que implicam nos movimentos de:

- Reconhecimento do outro — perceber a presença do outro e compreender suas relações (LANDOWSKI, 1992);
- Construção do simulacro do outro — o outro “percebido” como experiência de um “eu” em composição com a experiência do outro, assim reconhece este, visando a ser-com e/ou ser-entre (RICOEUR, 2006);
- Construção da situação de referência — processo de construção e disputa de sentidos (BALDISSERA, 2014; 2017);
- Construção das táticas enuncivas — escolhas realizadas de acordo com os elementos tecnológicos (RECUERO, 2012; LASTA, 2015);
- Construção das estratégias enunciativas — construção discursiva por meio dos processos comunicacionais, referencial, inter-referencial, autorreferencial, (VIZER, 2011) atrelados aos efeitos de sentido (PERUZZOLO, 2004).

Nessa concepção acerca das estratégias, estabelecemos que o percurso somente se inicia se o ator (propositor) se inscreve e reconhece o outro no seu discurso. Logo, a metodologia que proporemos na sequencialidade visa a estabelecer o plano prático para que essas estratégias sócio-técnica-discursivas possam ser decompostas e recompostas sob o intento de podermos refletir a comunicação organizacional nos ambientes digitais no âmbito da produção. Contudo, ressalvamos que

[...] é fundamental atentarmos para o fato de que não há certezas, que os sentidos são permanentemente perturbados, desorganizados e exigem constantes ações de monitoramento e estratégias para (re)construção. Vive-se, portanto, longe do equilíbrio e da estabilidade de significação (BALDISSERA, 2017, p. 85).

Reconhecemos que esse terreno das estratégias nos ambientes digitais altera-se constantemente e que a lógica está contida na incerteza. Assim, a metodologia que se apresenta está construída considerando que as ações nos ambientes digitais transformam-se tanto com o desenvolvimento da tecnologia como pelas apropriações e pelos usos que os múltiplos atores realizam. Sendo assim, intentamos para que a metodologia possa auxiliar no caminho a ser percorrido nos estudos acerca dessas estratégias.

### **Metodologia na pesquisa empírica em comunicação organizacional digital**

Para que se possa adentrar na construção do modelo metodológico, precisamos esclarecer as diferenças entre metodologia da pesquisa, metodologia na pesquisa e método, pois há

ambiguidade nos sentidos dessas palavras. Para tanto, Lopes (2005) esclarece que a metodologia DA pesquisa pode ser apreendida como investigação ou teorização da prática da pesquisa científica. Já a metodologia NA pesquisa, como plano da prática, isto é, indicações dos métodos (o como fazer), uma vez que se trata do “trabalho metodológico que se realiza durante o processo concreto de investigação” (LOPES, 2005, p. 98). Consequentemente, o que propomos está alicerçado na metodologia NA pesquisa, especificadamente na pesquisa empírica em comunicação, porque, como afirma Martino (2010, p.155), “[...] os estudos empíricos precisam de alguma ‘materialização’ do processo comunicacional”. E o que caracterizaria a pesquisa empírica em comunicação está implicado em uma tipologia a partir do papel exercido pelo dado empírico na produção de conhecimento. Assim, o teórico propõe:

- sentido forte (achados empíricos podem reestruturar o conhecimento teórico – papel estruturante na produção de conhecimento);
- sentido mediano (dados empíricos não alteram o conhecimento teórico – papel de descrever e/ou analisar a realidade);
- sentido fraco (coleta de dados que visa a gerar informações sobre certa realidade – papel exploratório).

Pode-se atribuir, ao dado empírico, diversos papéis (sentido forte; sentido mediano; sentido fraco) sem opor nem separar o empírico da teoria, pois é no nexos com a teoria que a pesquisa científica caracteriza-se com tal. Pois

Desse modo podemos concordar com a afirmação de que o dado empírico depende da teoria, antes de tudo porque os dados não aparecem sozinhos, mas estão diretamente ligados à teoria. Em outros termos, empiria e teoria devem estar coordenadas em um pensamento coerente: toda concepção da teoria é relativamente uma concepção da empiria e vice-versa (MARTINO, 2010, p 143).

Ou seja, na pesquisa empírica está implicado o íntimo movimento duplo entre teoria e empiria, uma vez que se ocupa do “[...] tratamento da significação teórica das evidências empíricas” (MARTINO, 2010, p. 157). E como lembra Lopes (2005, p. 115):

Acentua também o caráter aberto e sempre provisório das construções metodológicas que o investigador realiza em sua prática e o caráter sempre parcial e aproximativo do próprio modelo de interpretação metodológica, no sentido de vir a ser aperfeiçoado para alcançar maior grau de adequação aos processos de investigação.



Conseqüentemente, põe-nos frente ao desafio de encarar as propostas metodológicas com abertura para aperfeiçoamentos constantes. Neste artigo, a proposta metodológica arquitetada debruça-se a servir para as pesquisas das estratégias contidas nas produções de conteúdos de organizações nos seus ambientes digitais. Entretanto, restringe as organizações que, na construção dos seus discursos, reconhecem o outro e, assim, constroem relações e/ou vínculos. Logo, apropriam-se e utilizam elementos sócio-técnico-discursivos, isto é, elementos tecnológicos suportados pelo ambiente estudado e que, em sua gênese, propõem e promovem relações/vínculos (esses elementos sócio-técnicos alteram-se com o desenvolvimento da tecnologia como também a partir de apropriações e usos realizados pelos atores), como links contextuais, @, #. Esses elementos se somam ao discursivo (processos comunicacionais referencial, inter-referencial e autorreferencial concebidos por meio dos efeitos de sentido), pois percebemos que parte das críticas aos estudos referentes aos fenômenos da/na Internet, há muito tempo, tem sido apreendida por metáforas que “iluminam” fenômenos puramente textuais e, como expõe Estalella (2010, p. 40, tradução nossa):

Quando as metáforas iluminam uma parte da realidade elas escondem outra. E há uma parte da Internet que permaneceu escondida devido às metáforas espaciais que foram trabalhadas. Essa parte é a tecnologia. A virtualidade da Internet, construída sobre a ideia de fenômenos que são puramente textos, desprezou a materialidade dos fenômenos e a presença essencial da tecnologia<sup>2</sup>.

Ao “iluminar” somente a parte da textualidade dessa realidade, “esconde-se” a outra referente à tecnologia e, conseqüentemente, “retira-se” a materialidade dos fenômenos e a presença da tecnologia nesse contexto, que são essenciais. Assim, essa metodologia se propõe a servir aos estudos acerca das estratégias sócio-técnica-discursivas, que são arquitetadas considerando os elementos tecnológicos que acionam o sócio e estejam articulados com o discursivo. Para tanto, há, no primeiro momento, a decomposição da materialidade contida nas produções de conteúdos nos ambientes digitais e sua *posteriori* recomposição, visando à reflexão das estratégias sócio-técnica-discursivas da(s) organização(ões) no(s) seu(s) ambiente(s) digital(is). Logo, sugerimos o seguinte caminho metodológico:

1º Definição do campo de estudo — definir a organização e o(s) ambiente(s) digital(s);

---

<sup>2</sup> No original: Cuando las metáforas iluminan una parte de la realidad esconden otra. Y hay una parte de Internet que ha permanecido escondida debido a las metáforas espaciales que se han manejado. Esa parte es la tecnología. La virtualidad de Internet, construída sobre la idea de unos fenómenos que son puramente textos, ha arrinconado la materialidade de los fenómenos y la presencia esencial de la tecnología.

2º Delimitação do *corpus* — delimitar o conteúdo que foi produzido pela ou para a organização no(s) ambiente(s) digital(s) em um período demarcado especificadamente;

3º Decomposição do *corpus* — decompor o discurso por meio da identificação e descrição dos efeitos de sentido de enunciação de objetividade e de subjetividade; de referencialidade; e de tematização; e decompor o sócio-técnico mediante a identificação e descrição do(s) elemento(s) sócio-técnicos-discursivo(s) apropriado(s) e utilizado(s) no texto;

4º Recomposição do *corpus* — interpretar as estratégias por meio do somatório entre a decomposição do discurso e do sócio-técnico. Assim, a dinâmica do processo comunicacional inter-referencial é imprescindível, pois é o ativador, uma vez que o elemento sócio-técnico-discursivo estará contextualizado na produção do conteúdo da organização com relação/vínculo ao outro (ator), seu ambiente e/ou discurso. Logo, estará contida nas demais dinâmicas: 1º processo comunicacional referencial -> 2º inter-referencial: elemento sócio-técnico-discursivo estará contextualizado na produção do conteúdo da organização, contudo de conteúdos que não sejam sobre a organização; e 1º processo comunicacional referencial -> 2º inter-referencial -> 3º autorreferencial: elemento sócio-técnico-discursivo estará contextualizado no conteúdo da organização, entretanto articulado a discursos que sejam sobre a organização em questão, mas de produção de outro que não dela.

Assim, propomos o Quadro 1, a seguir, que tem a função de auxiliar o processo de decomposição e recomposição do *corpus* visando às estratégias comunicacionais sócio-técnica-discursivas nos contextos organizacionais.

**Quadro 1: Decomposição e recomposição do *corpus***

	<b>1º processo comunicacional referencial -&gt; 2º inter-referencial</b>
	<p>*Efeito de enunciação de <b>objetividade</b> (quanto o enunciador se coloca longe do dito por meio da terceira pessoa do singular e/ou plural);</p> <p>*Efeito de enunciação de <b>objetividade articulado</b> (quanto o enunciador se coloca longe do dito por meio da terceira pessoa do singular e/ou plural) <b>ao de subjetividade</b> (quanto o enunciador se coloca perto do dito por meio da primeira pessoa do singular e/ou plural), e <b>vice-versa</b>.</p>
<b>Na produção do conteúdo, há a construção de relações/vínculos com outros atores? Ambientes? E/ou discursos?</b>	<p>- Inter-relação do ator com outro ator/ambiente/discurso (elaboração do discurso com inserção de outro nele)?</p> <p>- Encaminhamento do enunciatário para ator/ambiente/discurso pré-selecionado de forma direta (ocorre quando o enunciador incita diretamente o enunciatário a “ir” para outro ator/ambiente/discurso) ou indiretamente (ocorre quando o enunciador não incita o enunciatário a “ir” para outro ator/ambiente/discurso)?</p>
<b>O conteúdo trata da realidade exterior da organização, isto é,</b>	<p>- Elaborado a respeito de outro? (ocorre quando o tema núcleo se trata sobre este outro);</p> <p>- Outro utilizado como fonte? (ocorre quando este outro é reconhecido como fonte daquela informação);</p>

<p><b>não é sobre a organização e sim sobre o outro?</b></p>	<p>- Apoiado em outro? (ocorre quando os temas periféricos apoiam o tema núcleo, ou seja, o tema núcleo não se refere a este outro, mas este o apoia).</p>
	<p><b>1º processo comunicacional referencial -&gt; 2º inter-referencial -&gt; 3º autorreferencial</b></p>
	<p>*Efeito de enunciação de <b>subjetividade</b> (quanto o enunciador se coloca perto do dito por meio da primeira pessoa do singular e/ou plural);</p> <p>*Efeito de enunciação de <b>objetividade articulado</b> (quanto o enunciador se coloca longe do dito por meio da terceira pessoa do singular e/ou plural) <b>ao de subjetividade</b> (quanto o enunciador se coloca perto do dito por meio da primeira pessoa do singular e/ou plural), e <b>vice-versa</b>.</p>
<p><b>Na produção do conteúdo, há a construção de relações/vínculos com outros atores? Ambientes? E/ou discursos?</b></p>	<p>- Inter-relação do ator com outro ator/ambiente/discurso (reelaboração do discurso da organização por meio do discurso do outro)?</p> <p>- Encaminhamento do enunciatário para ator/ambiente/discurso pré-selecionado de forma direta (ocorre quando o enunciador incita diretamente o enunciatário a “ir” para outro ator/ambiente/discurso) ou indiretamente (ocorre quando o enunciador não incita o enunciatário a “ir” para outro ator/ambiente/discurso)?</p>
<p><b>O conteúdo trata da organização, isto é, é sobre a organização e está articulado ao discurso de outro que está “falando” sobre a organização?</b></p>	<p>- Introdução do discurso do outro diretamente para contra argumentar? (ocorre quando o enunciador insere, em seu discurso, o discurso do outro que está “falando” sobre ele diretamente a partir do uso de aspas. Constrói sua argumentação baseada na desconstrução do discurso deste outro para contra argumentá-lo);</p> <p>- Introdução do discurso do outro diretamente para reafirmar? (ocorre quando o enunciador insere, em seu discurso, o discurso do outro que está “falando” sobre ele diretamente a partir do uso de aspas. Assim, por meio desse dito, atribui a responsabilidade pelas inferências ao outro, entretanto está se reafirmando por meio deste outro);</p> <p>- Introdução do discurso do outro indiretamente para contra argumentar? (ocorre quando o enunciador insere, em seu discurso, elementos indiretos retirados do discurso do outro que está “falando” sobre ele diretamente a partir do uso de aspas. Constrói sua argumentação baseada na desconstrução do discurso deste outro para contra argumentá-lo);</p> <p>-Introdução do discurso do outro indiretamente para reafirmar? (ocorre quando o enunciador insere, em seu discurso, elementos indiretos retirados do discurso do outro que está “falando” sobre ele. Assim, por meio desse dito, atribui a responsabilidade pelas inferências ao outro, entretanto está se reafirmando por meio deste outro).</p>

Fonte: elaborado pela autora

O Quadro 1 tem seu funcionamento determinado pelos seguintes movimentos:

1º Realizar uma leitura flutuante no *corpus* de pesquisa;

2º Observar se há ou não elemento(s) sócio-técnico-discursivo(s);

3º e 4º Ao constatar que há elemento(s) sócio-técnico-discursivo(s), parte-se para a identificação e descrição do discurso (por meio dos efeitos de sentidos) e do(s) elemento(s) sócio-técnico(s);

5º e 6º Reconhecer se é um 1º processo comunicacional referencial -> 2º inter-referencial — caso seja, deter-se-á à identificação e descrição das questões contidas nesse processo no Quadro; ou se é 1º processo comunicacional referencial -> 2º inter-referencial -> 3º autorreferencial — caso seja, deter-se-á à identificação e descrição das questões contidas nesse processo no Quadro;

7º Interpretar as estratégias sócio-técnica-discursivas reconhecidas no contexto específico da organização pesquisada no(s) seu(s) ambiente(s) digital(is).

Para explicar o funcionamento do Quadro 1, este é aplicado ao *corpus* do *post* do blog corporativo da organização Riachuelo, que servirá para exemplificação prática da decomposição e recomposição de *corpus*. No blog, a organização Riachuelo se propõe à alteridade como um espaço com notícias sobre o mundo da moda, pois sua equipe está vigilante a tudo que possa ocorrer nessa esfera, como também está capacitada a informar sobre os acontecimentos nas Lojas Riachuelo. Entretanto, considera que esse ambiente possa ser considerado igualmente como uma comunidade, uma vez que sugere ao outro que este possa enviar suas próprias criações dentro de um ambiente personalizado.

### Figura 1: Post Quis – mitos e verdades sobre o câncer de mama



Fonte: Riachuelo (2013)

DECOMPOSIÇÃO: neste *post*, há a predominância do efeito de enunciação de objetividade a partir do tema núcleo (quiz sobre o câncer de mama desenvolvido pelo Ministério da Saúde e alocado na homepage do Instituto), pois o sujeito enunciatário se coloca em terceira pessoa, ficando longe do dito. Assim, cria-se uma “ilusão” de que há um locutor que está dizendo e, portanto, eximindo-o da responsabilidade do dito. Conjuntamente, fazendo uso do efeito de referencialidade, ao ancorar-se em um evento, no tempo, na dinâmica da temática e a outrem (por meio dos links contextuais de referência — link destacado em azul: quiz; acesse o link), que encaminha o enunciatário para a homepage do Instituto Nacional de Câncer, o tema núcleo. Logo, o discurso é elaborado a respeito desse outro, isto é, do quiz sobre o câncer de mama desenvolvido pelo Ministério da Saúde e alocado na homepage do Instituto.

RECOMPOSIÇÃO: estratégia comunicacional que corresponde à seguinte dinâmica: enunciatário elaborou seu discurso com inserção desse outro nele para “versar” a respeito desse

outro (processo comunicacional referencial). Assim, construiu uma relação por meio dos links contextuais (processo comunicacional inter-referencial), isto é, relação do ator com outro ator, do ambiente com outro ambiente e discurso. Assim, encaminhou o enunciatório para ator/ambiente/discurso pré-selecionado de forma direta (acesse o link) e indireta (quiz). Ao se apropriar/fazer uso do link contextual, construiu uma rede relações por meio do discurso enunciado articulado com o ato enuncivo, por meio da estratégia sócio-técnico-discursiva contida no 1º processo comunicacional referencial -> 2º inter-referencial, na qual o ator/ambiente/discurso acionado está em consonância com a proposta do blog corporativo, ao tratar de elementos atrelados à saúde da mulher, pois esse é um dos públicos estratégicos da organização.

As estratégias podem dar-se por meio de apenas um dos processos comunicacionais ou da intersecção entre eles (1º referencial -> 2º inter-referencial e/ou 1º referencial -> 2º inter-referencial -> 3º autorreferencial) com as mais diversas apropriações/usos dos elementos sócio-técnico-discursivos. Não há obrigatoriedade de exclusão dos processos comunicacionais, pois um não elimina o outro. Assim, pode-se apreender nas pesquisas a variedade das estratégias promovidas nos ambientes digitais organizacionais. Consequentemente, as organizações que estabelecem a inserção e/ou ancoragem do outro (ator/ambiente/discurso) ao seu próprio discurso passam a “versar” sobre este outro, solicitar apoio para falar de outros e/ou para “falar” sobre si mesmas, a partir do discurso do outro, direta e/ou indiretamente. Desse modo, podem ampliar para além dos processos comunicacionais centrados na organização, ou seja, além de “falar” sobre si mesmas (efeito de enunciação de subjetividade), também passam a “falar” do outro e com o outro (efeito de enunciação de objetividade) por meio dos elementos sócio-técnicos dos ambientes digitais.

## **Conclusão**

Esta metodologia foi articulada considerando que as estratégias nessa conjuntura estão atreladas aos aspectos sócio-técnico-discursivos, isto é, na produção dos conteúdos nos ambientes digitais, estão implicados para além da materialidade textual, pois também há de se considerar os seus elementos sócio-técnicos. Assim, o pesquisador, ao propor estudos acerca das estratégias contidas nas operações discursivas das organizações nos ambientes digitais, poderá transcender a metáfora textual e abranger, também, a tecnologia e, consequentemente, o constante desenvolvimento de novas apropriações/usos.

Assim, intentamos para que essa metodologia possa auxiliar as pesquisas que se propõem à reflexão do fazer/existir/representar dos atores organizacionais nos e pelos ambientes digitais, por meio do dizer/publicizar. Iluminamos nela os cruzamentos dos processos comunicacionais (referencial, inter-referencial, autorreferencial), uma vez que a sócio-técnica está em constante desenvolvimento. Portanto, compreendemos que o quadro de decomposição e recomposição está em constante movimento e ampliação.

## Referências

BALDISSERA, Rudimar. *Comunicação Organizacional e imagem-conceito: sobre gestão de sentidos no ambiente digital*. CECS-Publicações/eBooks, p. 71-87, 2017.

\_\_\_\_\_. Comunicação organizacional, tecnologias e vigilância: entre a realização e o sofrimento. *E-Compós*, Brasília, v.17, n.2, maio/ago/2014. p. 115-20.

BARICHELLO, Eugenia. Miatização e cultura nas organizações da contemporaneidade: o processo de miatização como matriz de práticas sociais. In: MARCHIORI, M. (Org.). *Contexto Organizacional Miatizado*. São Paulo; Rio de Janeiro: Difusão; Senac, p. 37-43, 2014.

ESTALELLA, Adolfo. Blogs, una forma de ser através de Internet. In: MARTINEZ, Samuel e SOLANO, Edwing (org). *Blogs, bloggers, blogosfera: una revisión multidisciplinaria*. México: Universidad Iberoamericana, 2010, pág.35-44.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: Pontes, 1992.

LASTA, Elisângela. *A práxis reflexiva das relações públicas na sociedade miatizada: mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos*. Tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

MARTINO, Luiz C. Panorama da pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José L; LOPES, Maria I.V; MARTINO, Luiz C. *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus, 2010, 135-160p.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Carine F.C.. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos?. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (org.). *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão. pp. 91-108, 2008.

PERUZZOLO, Adair Caetano. *Elementos da semiótica da comunicação: quando aprender é fazer*. Bauru/SP: EDUSC, 2004, 222p.

RECUERO, Raquel. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIACHUELO. Disponível em: <https://www.riachuelo.com.br/blogging/>. Acesso em: 17 e outubro de 2013.

RICOEUR, Paul. *Percurso do reconhecimento*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2009.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, São Paulo, nº 1, janeiro/junho de 2013, pág. 13-19.

VIZER, Eduardo Andrés. *A trama (in) visível da vida social: comunicação, sentido e realidade*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. Un modelo tridimensional de la comunicación. Mediatización y la doble faz de la(s) realidad(es) sociales(es)". *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*. Madri, nº 5, 2009, pág. 3 - 22.