

(Re)pensando a ontologia do diálogo: uma abordagem a partir da dimensão relacional¹

Francielle Benett Falavigna²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Carine Fernandes³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Resumo

O presente artigo convida a (re)pensar a ontologia do diálogo a partir da abordagem relacional da comunicação proposta por França (2001, 2006), tendo como base o Pensamento Complexo (MORIN, 2010, 2015). Por meio de uma pesquisa sobre os discursos organizacionais que emergem na ambiência digital em uma organização hospitalar, foi possível identificar o predomínio de interações pautadas na lógica instrumental/informacional. Concebemos que um entendimento mais amplo e dinâmico dos processos comunicativos, que considere o diálogo a partir da dimensão relacional, possa indicar um novo caminho às organizações frente à presença na ambiência digital e às interações que se movimentam e ganham forças pelo/com o diálogo nesse contexto.

Palavras-chave

Comunicação Organizacional; Paradigma Relacional; Diálogo; Organizações Hospitalares.

Tecituras iniciais do emaranhado dialógico

Morin (2010) alerta que o conhecimento não nos leva a uma verdade absoluta, ao contrário, nos conduz a um diálogo permanente com a (in)certeza. O desafio deste percurso é aceitar que, esse, é um encontro inerente a nossa viagem e que as quebras/rupturas paradigmáticas são marcas de um período histórico, social e cultural que nos possibilitam evoluir durante o trajeto e des(en)cobrir novos caminhos ao navegar.

Essas considerações nos levam a (re)pensar nossos espaços com os olhos em constante movimento, atentos ao presente, no qual “os indivíduos, em suas interações, produzem a sociedade, que produz os indivíduos que a produzem” (MORIN, 2011, p. 87). Cremos, nesse sentido, que é pela (re)significação das suas mensagens, que conhecemos o mundo (MORIN, 2011), na busca por compreender as interações organizacionais que emergem com/pelo diálogo em contínua relação.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT), Discursos, identidades e relações de poder, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutoranda e Mestra em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Bacharela em Comunicação Social – Relações Públicas pela mesma instituição. E-mail: francielle.falavigna@gmail.com.

³ Mestranda em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Bacharela em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. E-mail: cafernandesrs@gmail.com.

Optamos, deste modo, (re)pensar a ontologia do diálogo a partir da abordagem relacional proposta por França (2001, 2006), tendo como base o Pensamento Complexo defendido por Morin (2010; 2015). Conforme sugere França, a comunicação só pode ser estudada através da imbricação de três dimensões básicas: a interacional (que remete à relação entre os interlocutores), a simbólica (as práticas discursivas e a produção de sentido) e a contextual (situação sócio-cultural). Para Scroferneker (2012), o entendimento da comunicação pelo viés relacional implica em concebê-la como um processo de construção conjunta entre os interlocutores (sujeitos sociais), a partir de discursos em um determinado contexto.

De acordo com Lima (2008), autora que igualmente parte da dimensão relacional para compreender as organizações e a comunicação neste contexto, o entendimento pelo viés relacional, convida a ‘perceber’ (grifo nosso) a comunicação como um processo de construção conjunta entre sujeitos sociais, a partir de discursos (formas simbólicas que trazem as marcas de sua produção, dos sujeitos envolvidos e do processo) em um determinado contexto. Ou seja, o processo comunicativo envolve relação, produção de sentido e considera o contexto social e cultural em que esses fenômenos ocorrem.

Importante mencionar que Lima (2008) tece uma análise das três dimensões do paradigma relacional, inicialmente, propostos por França (2001; 2006). Ao analisar a **dimensão sócio-cultural**, Lima (2008) entende que se refere ao complexo conjunto de circunstâncias nas quais as interações se dão, criado e (re)criado pelos sujeitos. O contexto da esfera organizacional molda as interações e é por elas moldado, devendo ser analisado, não só a partir das práticas de comunicação, mas também pela ordem social e por forças macrossociais.

Para Lima (2008), a **dimensão simbólica** do paradigma relacional refere-se ao discurso e à produção de sentidos, podendo ser influenciada e modificada de acordo com os ambientes culturais. A referida autora entende, ainda, discursos e linguagens de maneira ampliada, como tudo o que possa constituir a construção de enunciados nos processos comunicativos.

Por fim, a dimensão do **paradigma relacional que se refere à interação** remete à relação instituída no momento em que os sujeitos estão em comunicação. Neste sentido, “[...] a comunicação é compreendida como um processo reflexivo de estímulos e respostas, não a partir de uma relação causal, mas como um processo multireflexivo, dinâmico e circular [...]” (LIMA, 2008, p. 120). A autora entende que os sujeitos interlocutores se instituem na relação com o outro, através da linguagem e do simbólico: a presença de um afeta a do outro, indicando a centralidade da interação no processo comunicativo/enunciativo/discursivo.

Emerge deste ponto, a necessidade de (re)afirmar que o Pensamento Complexo (MORIN, 2010; 2015) é fundamental para a compreensão do diálogo a partir da dimensão relacional. Para o

autor, (MORIN, 2002, p. 164) “A organização é [...] o nó que liga a ideia de inter-relação à ideia de sistema”. Ainda, segundo Morin (2002, p. 164) a organização “[...] dá forma, no espaço e no tempo, a uma realidade nova: a unidade complexa ou sistêmica”.

Compreendemos que essa perspectiva ganha sentido na contemporaneidade, uma vez que corrobora com a postura vigente em que, cada vez mais as organizações buscam formas de [eventualmente] dialogarem com seus públicos de interesse, possibilitando essa (re)organização do espaço/tempo para promoção da situação de (in)comunicação.

Aproximações sobre a perspectiva dialógica da linguagem

Morin (2001), ao considerar o princípio da autonomia/dependência, estabelece as relações/interações que qualquer sistema organizativo mantém com o meio circundante. O autor trata a autonomia/dependência do ponto de vista dialógico, entendendo que os sistemas adquirem autonomia na medida em que se mantêm abertos ao meio ambiente (dependência). Para o autor (MORIN, 2015, p. 201, grifos do autor),

A linguagem depende das interações entre indivíduos, as quais dependem da linguagem. Esta depende dos espíritos humanos, os quais dependem dela para emergir enquanto espíritos. É logo, necessário que a linguagem seja concebida *ao mesmo tempo* como autônoma e dependente.

É dessa concepção, que permite compreender a interdependência e relação de auto-eco-produção, que partem nossas reflexões sobre a linguagem, o discurso e o diálogo – dimensões constituintes da vida e do processo comunicativo. As (re)ligações avançam, ainda, no sentido de apreender a linguagem como algo ainda maior, dotado de uma ‘vida’ (grifo nosso) própria que se evidencia em níveis distintos.

Nesse sentido, a perspectiva dialógica da linguagem, da vida ao percurso investigativo, em um movimento de recursividade, ensina-nos a considerar toda a estrutura composicional do discurso – o enunciado e o texto –, enquanto vozes/forças vivas que se articulam e atuam como forma de contexto extraverbal, instruindo a análise, ao mesmo tempo, a observar o texto e o todo no qual está inserido como reverberação semântica do próprio diálogo.

Essas considerações nos fornecem aporte teórico para discutir/(re)pensar a comunicação a partir da noção de diálogo, segundo a dimensão relacional na qual o ato comunicativo vai além das palavras e da relação unilateral entre emissor e receptor. Para que a comunicação aconteça é preciso considerar o contexto social em que palavras, emoções e sentimentos circulam entre os interlocutores e a produção de sentidos que estas evocam no processo da interação. Essa troca

só é possível por meio da linguagem/discurso a partir da sua própria (re)construção enquanto acontecimento social.

Assim, a perspectiva de que o diálogo, na verdade, é um espaço comum, atribuída por Marcondes Filho (2008), vai ao encontro da abordagem dialógica, segundo o viés relacional (FRANÇA, 2001, 2006). Para Marcondes Filho (2008), “Além das palavras emitidas, circulam sensações, emoções, desejos, interesses, curiosidades, percepções, estados de espírito, intuições, humores, uma indescritível sensação de ‘coisa comum’” (*ibidem*, pp. 25-26, grifos do autor). Para tanto, o processo comunicativo, em contextos específicos, a partir da relação/interação entre os seus interlocutores, faz imprimir/circular sentidos e significados sempre distintos daqueles que ocorrem em outro dado contexto.

O propósito do diálogo é, portanto, adentrar o pensamento e mudar o modo como ele próprio acontece a partir das trocas coletivas, de forma que os significados coletivamente compartilhados alcancem poder. Assim, a comunicação fundada pelo [no] diálogo, constitui-se em um processo social capaz de atribuir e (re)construir sentido ideológico, seja na relação/interação oral, escrita e/ou na ambiência digital. Compreender o diálogo a partir do paradigma relacional implica em considerar o contexto social em que ocorre a interação entre os interlocutores e a produção de sentidos que se forma nestes espaços, ou seja, como os símbolos são interpretados/reinterpretados pelos sujeitos que participam do ato comunicativo. Entendemos que assim o diálogo pode vir a produzir o sentido pretendido pela organização.

Os sujeitos interlocutores no processo comunicacional/dialógico

Assume relevância destacar, neste ponto, que assumimos a noção de discurso(s) a partir de Charaudeau (2008), para quem as palavras, inseridas no processo de enunciação discursiva são tecidas [e por que não, (re)tecidas?!], (re)contextualizando e (re)construindo toda e qualquer situação de discurso organizacional a partir de estratégias e sentidos visados/pretidos. Para o autor (CHARAUDEAU, 2007, p. 39):

Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolhas das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas.

Acreditamos, nesse sentido, que as organizações escolhem os efeitos visados a partir de possibilidades comunicacionais/de diálogo, no mais das vezes, estrategicamente geridas (OLIVEIRA, 2016). Para a autora, todos os eventos da organização são ordenadores e

produtores de sentido, portanto, quando planejados podem adquirir a significação desejada pela organização. Mas, nesse processo é preciso considerar que o ato de comunicação, fundado pelo diálogo, no ato de linguagem, envolve, fundamentalmente, a relação/interação existente entre os sujeitos envolvidos nos movimentos de (re)construção discursiva que os circundam, além das circunstâncias sócio-históricas que determinam o cenário de acontecimento da produção e recepção da mensagem, como lembra Charaudeau (2007).

A comunicação é, assim, para o referido autor (CHARAUDEAU, 2008), um processo dotado de complexidade⁴. Considera, ainda, o envolvimento de quatro sujeitos, divididos em duas dimensões: a instância de produção e a instância de recepção da mensagem. Na primeira, temos o discurso (re)construído por um “EU” dirigido a um “TU-destinatário”, na segunda, respectivamente, um “TU-interpretante” que legitima certa imagem do “EU-locutor” (QUADRO 1).

Quadro 1 – As dimensões da mensagem e os sujeitos envolvidos

Sujeitos	Especificidades
EUc (comunicante)	Assume o lugar de interlocutor no processo de produção mensagem, fundado no ato comunicativo e, no mais das vezes, inicia o processo de produção do discurso, (re)construindo-o de acordo com os efeitos visados e com o contexto no qual emerge a relação/interação entre os sujeitos.
EUe (enunciador)	Admite uma presença constante no ato discursivo, sendo considerado um sujeito “criado” de maneira imagética pelo sujeito comunicante. Temos portanto, que o EUe é, sempre, um sujeito enunciador legitimado/pensado/imaginado. Trata-se de uma imagem de enunciador construída pelo [outro] sujeito. No processo de interpretação, é uma construção realizada pelo TUi.

⁴ Para Charaudeau (2008, p. 44) “o ato de linguagem não deve ser concebido como um ato de comunicação resultante da simples produção de uma mensagem que um Emissor envia a um Receptor” (CHARAUDEAU, 2008, p. 44), mas como um processo mais complexo, considerando que, entre os sujeitos que participam do ato de comunicação existe o processo de produção, criado por um EU e dirigido a um TU-destinatário e o processo de interpretação, criado por um TU-interpretante, que constrói uma imagem EU do locutor. Para o referido autor, ainda, comunicar não se trata da mera transmissão de informações, mas da definição de efeitos de sentido a partir de estratégias discursivas.

<p>TUd (destinatário)</p>	<p>É o sujeito “construído” pelo EU como destinatário, a quem se destina a mensagem. Pela variadas possibilidades de comunicação, podem existir variados sujeitos destinatários no ato discursivo, os quais assumem, em diferentes níveis, lugares de fala e de relação/interação.</p>
<p>TUi (interpretante)</p>	<p>O TUi tem lugar no ato discursivo assegurado pela possibilidade de poder intervir no processo de comunicação, muito embora, aja para além desse contexto. Assume, portanto, independência com relação ao domínio do EU, podendo intervir/instituir-se no instante da interpretação necessária à enunciação.</p>

Fonte: elaborada por Falavigna (2018) com base em Charaudeau (2008).

Temos, portanto, que o ato de comunicação (QUADRO 1), fundado pelo diálogo e pela relação/interação entre os sujeitos, é um dispositivo, cujo centro dá lugar ao sujeito falante na relação com seu interlocutor (CHARAUDEAU, 2008). É, também, uma “encenação”, uma vez que o locutor produz/visa efeitos de sentido para o interlocutor.

Este sentido de “encenação” é construído na análise de “Representação do eu na vida cotidiana”, de Erving Goffman. O autor (GOFFMAN, 2014) a entende como uma variação possível da dramaturgia/teatralidade aplicada às situações da vida cotidiana. Nessa conjuntura, os sujeitos/atores sociais tendem a manipular suas atuações/apresentações, conduzidos pelos cenários nos quais estão inseridos, a fim de produzir determinadas impressões de si mesmos. Goffman (2014) propõe-nos, assim, um olhar voltado para a minúcia da interação entre indivíduos/atores sociais, em um movimento fundamental para nossas análises das práticas comunicacionais no cotidiano organizacional.

As abordagens de Goffman e Charaudeau sobre a interação entre os sujeitos organizacionais dialogam com o paradigma relacional, na medida em que essa perspectiva entende que a interação se dá na retroatividade entre estímulos e respostas. “É pela participação do/no outro que o indivíduo pode ver-se a si mesmo como o outro o vê, e pode controlar seu próprio comportamento da mesma maneira como procura intervir no comportamento do outro” (FRANÇA, 2007, p. 3). Assim, a mensagem do emissor possui “marcas” do receptor porque é

construída levando em consideração o seu entendimento e, assim, antecipando a forma como será recebida por ele. Nesse processo, emissor e receptor são ouvintes de si e do outro.

Quem são EU-TU no processo de (re)construção dos discursos organizacionais?

A era da informação, tomada pela difusão desenfreada de conteúdo, produz incerteza na comunicação, tomando como horizonte a (in)comunicação (WOLTON, 2010). Temos, portanto, que “O problema não é mais somente o da informação, mas antes de tudo o das condições necessárias para que milhões de indivíduos se comuniquem” (ibidem, p. 12).

É necessário, logo, administrar as “diferenças” que afastam os indivíduos no intuito de que, em convivência, possam (re)construir novas ordens de pensamento e de mundo, incorporando “as incontáveis diferenças – linguísticas, filosóficas, políticas, culturais e religiosas” (ibidem). Nesse sentido, a comunicação enquanto relação pressupõe respeito, aceitação e escuta, complexificando os ambientes e as interações que dela decorrem.

Por entendermos que as organizações visam/tendem criar situações discursivas, empreendidas em atos comunicacionais, que possam (re)construir sentidos e legitimação de eventuais proposições enunciativas, desenvolvemos uma pesquisa sobre os discursos organizacionais que emergem na ambiência digital dos Hospitais Brasileiros acreditados pela Joint Commission International (JCI) – instituição norte-americana de acreditação que propõe a melhoria da segurança e a qualidade dos cuidados médicos na comunidade internacional por meio da prestação de serviços de educação, publicações e consultoria e da acreditação e certificação internacionais (JCI, 2017).

O primeiro momento da pesquisa constituiu-se na identificação de hospitais brasileiros com acreditação pela JCI que 1) apresentassem o ano de recebimento da outorga de acreditação e/ou reacreditação a partir de 2017; 2) disponibilizassem em seus sites/portais espaços/abas dedicados a explicar ‘quem é’ (grifo nosso) o hospital, normalmente identificado pela expressão quem somos/histórico/institucional (grifo nosso); 3) visibilizassem, ainda em seus sites/portais, links de redirecionamento para plataformas oficiais de mídias/redes sociais; e, 4) evidenciassem a recorrência das palavras *comunicação*, *diálogo* e/ou *interação* (grifos nossos) em seus códigos de conduta e/ou relatórios de atividades, disponibilizados em seus sites/portais.

Definidos e aplicados os critérios de seleção da amostra, chegamos a três hospitais brasileiros com acreditação pela JC – Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, Hospital Moinhos de Vento (HMV), de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul e Beneficência Portuguesa (BP), de São Paulo, capital.

Os movimentos iniciais, embora reveladores dos ‘usos/desusos’ (grifo nosso) da comunicação, do diálogo e da interação em seus documentos oficiais, nos levaram a buscar caminhos ainda mais próximos do cotidiano das organizações que compõe a amostra. Esse entendimento nos conduziu a (re)pensar a amostra inicial, passando a considerar, apenas, o HCPA, uma vez que a organização repercute maior recorrência aos termos comunicação, diálogo e interação em seus documentos oficiais. Assim, no presente artigo, nos deteremos analisar as manifestações discursivas no Facebook e no Twitter do hospital que é, de acordo com o seu portal (HCPA, 2018), uma “Empresa Pública de Direito Privado [...], integrante da rede de hospitais universitários do Ministério da Educação (MEC) e vinculado academicamente à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)”.

Sobre essas plataformas digitais, Recuero destaca que (2012, p.16) “O Facebook [...] e o Twitter [...] pertencem à categoria cada vez mais popular dos ‘sites de rede social’ (grifo da autora) [...]”. Para a autora, estas plataformas proporcionam a publicação e a construção de redes sociais, que se constituem pela/com a midiatização dos relacionamentos. Chegamos, então, a partir do site/portal do HCPA, aos perfis de mídias/redes sociais a serem analisados (QUADRO 2).

Quadro 2 – Site/portal e os respectivos perfis de mídias/redes sociais do HCPA

Hospital	Site/Portal	Facebook	Twitter
Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) – Porto Alegre (RS)	https://www.hcpa.ufrgs.br/	https://goo.gl/gi5JZc	https://goo.gl/P7kv8G

Fonte: elaborado por Falavigna (2018).

A opção pela análise das manifestações discursivas nessas ambiências (QUADRO 2) se justifica, pois acreditamos que estes são espaços que têm a finalidade, em princípio, de promover “a comunicação, a troca de informação, o compartilhamento de vozes e discursos” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 50). Passamos, logo, a dedicar nossas análises para o acompanhamento semanal do Facebook e do Twitter do HCPA, bem como a sistematização mensal das informações (QUADRO 3).

Quadro 3 – Acompanhamento e sistematização das informações coletadas

HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE (HCPA) – Facebook e Twitter		
PERÍODO DE OBSERVAÇÃO	Nº DE POSTAGENS	TOTAL DE COMENTÁRIOS
De 1º a 31 de Julho de 2018	28 no Facebook 68 no Twitter Total: 96	512

Fonte: Elaborado por Falavigna (2018) com base no Facebook e no Twitter do HCPA (2018).

O que desde logo chamou-nos a atenção – e que se constituiu numa das marcas das nossas análises refere-se ao ‘uso’ das plataformas digitais e que revelou certa falta de clareza sobre o que significa estar na ambiência digital, especialmente entendendo que os discursos e os sentidos atribuídos na conversação, são continuamente (re)construídos. Entendemos, contudo, que uma postura informacional pode ser uma opção da organização, conforme destacado na monografia “Por uma auditoria da comunicação digital no contexto das mídias sociais dos Hospitais acreditados pela Joint Commission International”⁵.

Na busca por entender essas configurações, ora comunicacionais, ora informacionais, recorremos à Oliveira (2016) que relaciona três dimensões possíveis para o diálogo: dialógica instrumental/informacional, dialógica estrategicamente gerida e dialógica espontânea, tendo como base as proposições de Oliveira e Paula (2008). Levando-se em conta essas dimensões, admitimos que a dimensão dialógica instrumental/informacional refere-se às postagens da organização nas mídias/redes sociais em que não há interação/diálogo/troca junto aos interagentes, a dialógica estrategicamente gerida às interações *online* planejadas pela organização na busca por sentidos visados *a priori* (CHARAUDEAU, 2008) e a dialógica espontânea às interações/diálogos/trocas *online*, entre a organização hospitalar e seus interagentes, cujo resultado é a (re)construção discursiva dos sujeitos envolvidos no ato de comunicação (CHARAUDEAU, 2008).

Com base nessas proposições (OLIVEIRA, 2016) e nos conceitos de interatividade defendidos por Primo (2011), propomos um (re)desenho [possível] das tramas que possibilitam uma análise dos diálogos/interações na ambiência digital. Assumimos, portanto, a possibilidade de incluir

⁵ Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, pela Escola de Comunicação, Artes e Design –Famecos, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), no ano de 2015, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Cleusa Maria Andrade Scroferneker.

uma quarta dimensão de diálogo/interação: o nível dialógico instrumental/informacional reativo⁶.

Trata-se de uma ampliação metodológica que considera que, apesar das interações, em contextos específicos, apresentarem características predominantemente reativas, podem, de acordo com o contexto, evidenciar, ao mesmo tempo, intenção ao estímulo do diálogo, ainda que caracterizado pelo envio de respostas prontas e/ou repetidas.

Observamos, neste sentido, no caso da interação dialógica instrumental/informacional reativa, que uma das principais características que a distingue das dimensões de interação mútua é a personalização de respostas, possivelmente em uma tentativa de torná-la mais “próxima” do Outro a partir de uma perspectiva pragmática da comunicação (FIGURA 1):

Figura 2 – Interação dialógica instrumental/informacional reativa



Fonte: Facebook do HCPA (2018).

Entendemos que, embora a percepção que o interagente possa ter seja de que a organização tentou dialogar (FIGURA 1), as especificidades de interação constatadas são as mesmas que abarcam a interação reativa, complementadas por uma certa personalização consubstanciada no

⁶ Cabe destacar que a dimensão reativa informante já está sendo destacada na pesquisa “As ouvidorias virtuais (re) significadas em organizações brasileiras: proposição de metodologias de análise dos diálogos nas mídias sociais”, sob coordenação da Prof.^a Dr.^a Cleusa Maria Andrade Scroferneker (PQ/CNPq/2018).

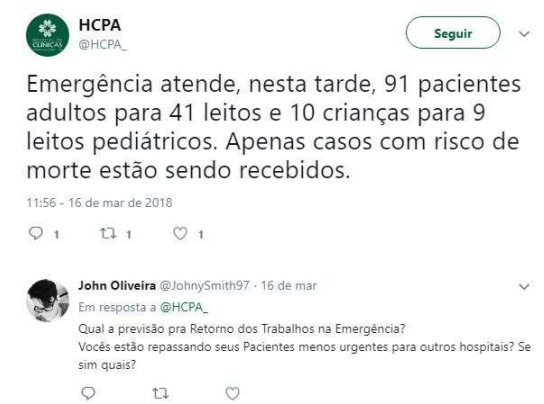
fato de a organização escrever uma mensagem com o nome do interagente, por exemplo. Além disso, há a disponibilidade de um *link* direto com adição de uma mensagem.

Nesse sentido, concordamos com Scroferneker, Amorim e Oliveira (2016) para quem um viés puramente técnico, no mais das vezes atribuído à Comunicação Organizacional, não dá conta dos desafios contemporâneos que se impõem diante dos sujeitos e organizações. Para as autoras,

Mais do que vislumbrar um conjunto de técnicas e prescrições, a Comunicação Organizacional implica em compreender as interações, as trocas simbólicas que se desenvolvem a partir de pensamentos e palavras, atos e sentimentos, em espaços e projetos coletivos, portanto em espaços sociais (SCROFERNEKER; AMORIM; OLIVEIRA, 2016, p. 7).

O mesmo, no entanto, no que se refere à análise das interações, não foi observado no Twitter. Pelas análises semanais desta plataforma, percebemos que a conexão e/ou a construção do relacionamento, tal como prevê o valor “transparência”⁷ do HCPA, não ocorre de forma efetiva, caracterizando-se, no mais das vezes, pela reatividade, ausência de respostas e pelo disparar de potenciais (PRIMO, 2011) sobre a organização, com caráter fortemente reativo (FIGURA 2).

Figura 2 – (Im)possibilidades para as interações no Twitter



Fonte: Twitter do HCPA (2018).

A mesma situação foi observada, em diversas ocasiões, no Facebook do HCPA (FIGURA 3).

Figura 3 – Interação reativa no Facebook do HCPA

⁷ Segundo o HCPA (2018, grifo nosso), essa premissa se fundamenta e se materializa a partir da manutenção de “canais de comunicação permanentes para a divulgação de informações e prestação de contas sobre as ações institucionais, *construindo uma relação de confiança* com colaboradores e sociedade”.



Fonte: Facebook do HCPA (2018).

As observações ilustradas nas Figuras 1 e 2 corroboram as afirmações de Scroferneker, Castilhos e Amorim (2013) quando destacam que a presença no ambiente *online*, especialmente nas plataformas de redes/mídias sociais não garante um (re)dimensionar dos relacionamentos organizacionais, assumindo, nesse sentido a (in)comunicação como horizonte desse processo. Para Oliveira e Paula (2008, p. 92)

[...] é preciso entender como os sentidos são construídos e reconstruídos nas organizações e como lidar com as formas pelas quais eles podem ser estabelecidos e contestados por parte dos grupos de relacionamentos.

Diante disso, concebemos que um entendimento mais amplo e dinâmico dos processos comunicativos nas suas diversas modalidades, que considere o diálogo a partir da dimensão relacional, sobrepondo-se a um viés instrumental/operacional dominante, possa indicar um novo caminho às organizações frente à presença na ambiência digital e às interações que se movimentam e ganham forças pelo/com o diálogo nesse contexto.

Considerações para (re)pensar a ontologia do diálogo, segundo a dimensão relacional

Martin Buber (1878-1965)⁸ aborda, do ponto de vista da filosofia [do encontro], a ontologia da relação, compreendendo a palavra como diálogo em ação. Von Zuben, autor que apresenta a obra de Buber, intitulada *Eu e Tu*, questiona-nos, “Quem ouve se não é para responder?” (VON

⁸ A opção pelo autor, nesse movimento de (re)interpretação, se deve às sugestões que recebemos, em banca de qualificação, da Prof.^a Dr.^a Juliana Tonin que, ao tensionar os sujeitos EU e TU, propostos por Charaudeau (2008), motivou-nos a personificar os sujeitos organizacionais a partir de uma ontologia possível da relação/interação.

ZUBEN, 2001, p. V). Para Zuben essa inquietação move e impulsiona Buber (2001) à reflexão tão profunda sobre o lugar do Outro para a realização existencial do Eu a partir da plenitude do diálogo.

Essa proposição nos faz pensar na necessidade de resgatar aquilo que Zuben (ibidem, p. VI) chama de “nostalgia do humano”, de modo que as organizações possam viver e perceber sua profunda humanidade, permeada e (re)tecida por vínculos e relações em movimentos dialógicos e paradoxais. Concatenando com Morin (2015), para quem a dialogicidade nos permite conceber [e perceber] o antagonismo a partir da complementaridade, Buber (2001) evidencia superação com relação ao que é geralmente entendido como dilema e/ou alternativa.

Para o referido autor (BUBER, 2001), nas palavras de Von Zuben (2001, p. VI) “A união dos contrários permanece um mistério na profunda intimidade do diálogo. Diálogo é plenitude”. Nesse sentido, as palavras-princípio, EU-TU, materializam-se na mensagem e na experiência vivida do diálogo; na relação dialógica.

Entendemos que a relação/aproximação do homem com o mundo não se estabelece apenas fruto da experiência [tampouco, a meramente narrativa], mas da relação que se vincula, plenamente, “[...] por ISSO, ISSO e ISSO, de Ele, Ele e Ela, de Ela e ISSO” (BUBER, 2001, p. 16) e, também, da organização e ISSO, da organização e Ele e da organização e Ela.

Se, por outro lado, a análise das plataformas digitais do HCPA evidenciou o predomínio das interações reativa e dialógica instrumental/informacional reativa em detrimento das interações mútuas – dialógica estrategicamente gerida e dialógica espontânea, queria mesmo a organização ouvir/vincular/relacionar? Talvez encontremos uma resposta possível a essa inquietação se considerarmos que a concepção de diálogo do HCPA seja fundamentada pelo caráter informacional.

O hospital é, assim, em sua essência, impregnado de relações que (re)tecem emoção e razão, vida e morte, tristeza e alegria, de modo que todos os sujeitos organizacionais, EU-TU, envolvem-se, (re)criam-se, ao mesmo tempo, em movimentos de auto-eco-produção. Nesse sentido, no espaço “entre” de relação/interação, “Ele não é uma qualidade, um modo de ser, experienciável, descritível, um feixe flácido de qualidades definidas. Ele é TU, sem limites, sem costuras, preenchendo todo o horizonte” (BUBER, 2001, p. 18). O espaço “entre” EU-TU, como nos alertava Oliveira (2015), pressupõe o reconhecimento da alteridade.

As organizações, nesse sentido, precisam considerar a sua existência a partir do Outro; dos sujeitos organizacionais. O espaço “entre” só pode ser construído e (re)construído pelas diferenças que tornam EU-TU complementares, do ponto de vista de sua identidade. Se o HCPA, por exemplo, constitui-se no EU que cuida/acolhe, TU é o

paciente/familiar/comunidade, ser sensível, que precisa de cuidados e acolhimento. A organização hospitalar é, portanto, fruto dessa trama de relações, que se estabelecem material e simbolicamente.

As práticas, dissociadas dessa(s) realidade(s), tão somente pautadas na interação reativa e na postura informacional, des(en)cobrem um posicionamento organizacional que legitima as normas/padrões da JCI, no espectro narrativo, negando sua existência no espaço “entre” EU-TU, fundado pelo diálogo, (re)conhecimento do Outro e pelo resgate da profunda humanidade sobre a qual as organizações se realizam e coexistem.

Referências:

BUBER, Martin. *Eu e Tu*. 8. ed. São Paulo: Centauro, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 1 ed. São Paulo: Contexto, 2007. 285 p.

_____. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 1 ed. São Paulo: Contexto, 2008. 256 p.

FRANÇA, Vera Vera. Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?. C-Legenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual, [S.l.], n. 05, jan. 2001. ISSN 1519-0617. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/314>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

_____. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. 1 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

_____. Contribuições de G.H Mead para pensar a comunicação. In: ENCONTRO DA COMPOS, XVI, 2007. [Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação]. Anais...Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná, jun. 2007.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20 ed. Petrópolis: Vozes, 2014. 232 p.

LIMA, Fábila. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto das organizações (Org.). In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e SOARES, Ana Thereza Nogueira (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. 1 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 109-127.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: Contatos antecipados com a nova teoria**. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2008. 172 p.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. 18 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010. 128 p.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. 3ª ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2011. 120 p.

_____. **O Método 4. As ideias**. Habita, vida, costumes, organização. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. 319 p.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Carine F. Caetano de. Comunicação no contexto das organizações ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. 1 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 91-108.

OLIVEIRA, Rosângela Florczak. (2016). **Dimensões possíveis para o diálogo na comunicação estratégica** - Tecituras e religações entre o relatório de sustentabilidade e as mídias sociais da Vale. Disponível em <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/>>. Acesso 3 fev. 2018.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

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

SANTAELLA.; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2010. 144 p.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Contra Tendências Paradigmáticas da Comunicação Organizacional Contemporânea no Brasil. **Revista Acadêmica de la Federación latinoamericana de Facultades de Comunicación Social**. Vale del Cauca, Colombia, n. 85, p.1-17, 2012. Disponível em: <http://dialogosfelafacs.net/wpcontent/uploads/2015/85/85_Revista_Dialogos_Contra_tendencias_paradigmaticas_da_comunicacao_organizacional_contemporanea_no_brasil.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018.

_____.; AMORIM, Lidiane Ramirez de; CASTILHOS, Letícia. (Re) Pensando os relacionamentos no contexto organizacional, face os desafios e possibilidades decorrentes das ‘novas’ tecnologias. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, 37, 2013, Manaus. **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1619-1.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

_____.; AMORIM, Lidiane Ramirez de; OLIVEIRA, Rosângela Florzack. Diálogo e vínculo – contribuições para a lugarização de perspectivas complexas nas organizações. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 23, n. 3, set./dez. 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24447>>. Acesso em: 3 jun. 2017

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. 1 ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010. 96 p.

Sites/Portais consultados:

Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA): <https://www.hcpa.edu.br/>

Hospital Moinhos de Vento (HMV): <http://www.hospitalmoinhos.org.br/>

Beneficência Portuguesa de São Paulo (BP): <http://www.bp.org.br/>