

1. Dados de Identificação do Trabalho

1.1 Instituição

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Comunicação Social hab. Relações Públicas.
UFSM - Prédio 21 – Campus Universitário José Mariano da Rocha Filho
Santa Maria – RS – Brasil - CEP: 97.105.900
Telefone/fax: (55) 3220-8491

1.2. Orientador (a)

Profª Drª Elisângela Carlosso Machado Mortari
Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social/UFSM
Doutora em Comunicação e Cultura/ UFRJ
Departamento de Ciências da Comunicação
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Telefone: 3220-8491
e-mail: elimortari@smail.ufsm.br

1.3. Acadêmico (a)

Nome: Patrícia Richetti
Matrícula: 2410372
Endereço: Rua Astrogildo de Azevedo, 328 ap08
Telefone: (55)96286888
e-mail: patirichetti@yahoo.com.br

Comunicação e Discurso Institucional¹

Patricia Richetti²

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo analisar a interdisciplinidade das reflexões semiológicas presentes nos discursos e cultura organizacionais. Tomando como alicerce dessa abordagem o reconhecimento da natureza simbólica das representações na realidade social. Propondo vínculos significativos nos estudos da comunicação institucional via Cultura Organizacional. Indicando as construções da Antropologia Cultural, Lingüística e análise de discursos como fios condutores para uma formação mais substancial dos profissionais de Relações Públicas, bem como, da relação de comunicação entre Instituição e Público.

Palavra-Chave: Semiologia; Comunicação; Relações Públicas; Discurso; Cultura Organizacional.

Introdução

As ciências do Homem nascem como um conjunto de discursos baseados na constatação positiva, e nasce junto a ela a construção do homem ocidental. O Homem era constituído por um mosaico de abordagens isentas de conflitos e antagonismos. Isso nos coloca diante de uma sociedade linear composta por compartilhamentos individualizados.

¹Trabalho enviado ao Grupo de Trabalho 4 :Linguagem, retórica e análises do Discurso Institucionais, do I Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas;

²Aluna de Graduação do Curso de Comunicação Social Hab. Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

Assim, observa-se o casamento entre a teoria da Administração Científica de Frederick Taylor e a teoria Comportamentalista de Skinner. E tem-se uma concepção de homem extremamente ajustada às exigências das formas do trabalho adequadas aos princípios sócio-econômicos que se configuram em meados do século XX. Os estudos sobre Cultura Organizacional nascem nesse contexto marcado pelas ciências da administração, cujas preocupações com a eficácia organizacional direcionam o andamento das pesquisas que são realizadas. Com a evolução das pesquisas, a busca da interdisciplinidade e um novo enfoque epistemológico, garantiram-se a diversidade e a pluralidade próprias da unidade entre os devidos campos das humanidades. Do ponto de vista dos discursos em Ciências Humanas e Sociais, é preciso destacar que o próprio conceito de discurso como ponto de articulação dos processos históricos e dos processos lingüísticos, indica que nenhum discurso é solitário, pois esse, sempre acontece como produto histórico. O significado de interdisciplinidade nos conduz também a perceber que no caso específico dos estudos sobre Cultura Organizacional, há uma rede de relações epistemológicas fundada na gênese de subordinação ao empirismo próprio do campo das humanidades como um todo.

Com inserção das Teorias da Comunicação e Psicologia Social nas pesquisas organizacionais ocorrem mudanças de pensamento e o início da reflexão do homem como ser social dotado de representações e símbolos. E é com desenvolvimento das Ciências Sociais aplicadas, campo em que se inserem as Relações Públicas, que faz a trajetória do conhecimento para o destinatário/receptor do conhecimento, elegendo os sujeitos comunicacionais, como o foco de estudo e trabalho, nas relações sociais para a retroalimentação de informação, comunicação e conhecimento.

2. Linguagem, Comunicação e Cultura.

A língua se apresenta como uma dualidade: instituição social, por ser produzida pelo indivíduo, e discurso contínuo, por ser campos de unidades fixas. A língua consiste em um sistema de signos, definida por Saussure como:

“A língua é uma instituição social, enquanto instituição social a língua é um sistema organizado de signos que exprimem idéias; representa o aspecto codificado da linguagem. A linguagem tem por tarefa estudar as regras de esse sistema organizado por meio das quais ele produz sentido. A linguagem pode ser segmentada, logo, analisada; trata-se de descobrir as oposições, as diferenças que permitem a uma língua

funcionar e significar.”Saussure (apud História da Teoria da Comunicação, 1999,86).

Complementado por Barthes que diz: “A linguagem é uma legislação, a língua é seu código. Não vemos o poder que reside na língua, por que esquecemos que toda língua é uma classificação e que toda classificação é uma ordem”.

É a linguagem que mostra e qualifica os acontecimentos sociais e em sua ocorrência eles passam a existir somente à medida que a linguagem os elabora. E é na comunicação que podem ser produzidos os acontecimentos sociais e nos meios de comunicação a legitimação de tais acontecimentos.

Dominar a linguagem, fazer fruir o texto é dominar as relações interpessoais e interinstitucionais. Trabalhar as armadilhas do discurso é, certamente, saber administrar as relações de poder, e como expõe Simões, em uma citação de Semama em seu livro na relação de política e poder como função de Relações Públicas:

“A organização, a regulamentação e o controle das mensagens, e também, das técnicas e das modalidades de transmissão e recepção, tudo isso constitui a fonte de poder social e daquela sua expressão, da maior importância, que é o poder político”. (Semama, apud Simões 1995,109)

A ideologia é explicitada na linguagem, um produto ideológico faz parte de uma realidade. Observo que quando uso o termo ideologia estou referendo-me a sua extensão, como os valores regidos pela cultura organizacional, ligadas à sua identidade e expressa na missão. E ideológico não é um nome de discurso, mas a dimensão presente em todos os discursos produzidos no interior de uma formação social. Gramsci (apud, História da Teoria da Comunicação, 33) define a ideologia como uma concepção do mundo que se manifesta implicitamente em todas as expressões da vida (na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações da vida intelectual e coletiva). Mas apesar de concordar, considero que mais assertiva a este trabalho é aquela que define não como um tipo particular de mensagem ou de uma classe de discurso social, mas como nível de significação. Véron (apud, História da Teoria da Comunicação, 87). O caráter sógnico, ou seja, a capacidade de significar, de transcender, de refletir e refratar uma realidade física ou abstrata é o essencial da ideologia. Por conseguinte, a linguagem seria um fenômeno ideológico por excelência.

Na relação de comunicação temos um propósito, invariavelmente nos relacionamos no meio social com algum objetivo em mente, com alguma resposta esperada, com

finalidade de satisfazer necessidades ou desejos que visam à sobrevivência. A comunicação tem a seguinte definição para Peruzzolo (2004,29):

“... comunicação como uma relação de alteridade, de captura da mensagem emitida, o primeiro comunicante estabelece relação com o outro comunicante...a percepção da alteridade é a primeira condição do aparecimento do sentido.”

E por isso, espera sempre influenciar quem frui o conteúdo da mensagem. Essa influencia será materializada ao receptor em função das escolhas que o emissor faz quando há prática da relação de comunicação. Essas escolhas são estratégias discursivas através das quais os elementos constitutivos da mensagem são eleitos. A forma como se constroem os sentidos do que se comunica é fundamental, pois são eles que irão sensibilizar o receptor em função de identificação com os valores que o receptor porta.

Consideramos, então, os textos como seqüência de signos que produzem sentidos¹ e são uma relação entre o dizer e o fazer, o pensar e o ser. Dizer é materialidade verbal àquilo que está nas estruturas sociais, nas matrizes culturais que embasam o modo de ser, agir e pensar uma dada organização.

Assim, a comunicação verbal como a não-verbal constitui um dos principais desafios enfrentados pelas instituições/organizações², e é decisivo em termos de harmonia e expectativas, conflitantes ou não. Trata-se de uma área estratégica, pois, dominando os segredos da construção textual, torna-se mais seguro que o público, então o enunciatário da relação, decodifique-a de tal forma como seu objetivo inicial foi proposto. Qualquer ato, qualquer fazer dentro de uma organização, para não se tornar algo isolado e inútil, traduz-se em ato de linguagem.

A linguagem é a forma de circulação das idéias no mundo social, vemos que as crenças e práticas simbólicas, em geral, estão vinculadas ao processo de legitimar relações assimétricas de poder e estão permeadas todas as práticas sociais e atividades da vida cotidiana que tendem a naturalizarem o status quo existente.

¹ “significado que o termo adquire para cada indivíduo, na medida em que movimenta vivências afetivas dele, experiências e contextos de uso”. Peruzzolo(2004,18).

² Trato como sinônimos os termos organização e instituição, “no dia-a-dia usam-se as terminologias organização e instituição como sinônimos para identificar agrupamentos sociais nas suas mais diferentes tipologias (empresas ou privada, escolas, universidades, ONGs...)”. Kunsch (2003, 32). Para este trabalho esgotei os termos com visão de ter organização/instituição enquanto modo de conjunto de estratégias de produção de significação e sentido.

As funções da linguagem têm caráter dinâmico que assume pelo papel desempenhado pela língua.

Cada sujeito falante é, simultaneamente, o destinador e o destinatário de sua própria mensagem, visto que, é capaz de ao mesmo tempo emitir uma mensagem a decifrando.

Assim, a mensagem destinada a outro é, num certo sentido, destinada em primeiro lugar ao mesmo que fala. Jakobson descreve a transação entre papéis:

“Mencionamos os fatores implicados no ato da fala mas nada dissemos das interações e permutações possíveis entre esses fatos- por exemplo, os papéis de emissor e de receptor podem confundir-se ou alterar-se, o emissor e o receptor podem tornar-se o tema da mensagem etc. mas o problema essencial para a análise do discurso é o código (a língua) subjacente à troca de mensagem”. Roman Jakobson (1972,21).

Linguagem, cultura¹ e comunicação não podem ser vistas de modo isolado. As representações simbólicas inerentes à cultura, seja ela organização ou de qualquer outra maneira que se manifeste-constituem a fonte comum do pensamento, da linguagem e da sociedade. É preciso compreender a comunicação - tanto verbal como não-verbal - como sistema de representações simbólicas. “As leis da comunicação são leis da cultura”. Eco (apud Eco 1995,03).

3. Discurso, Cultura Organizacional e Relações Públicas.

O discurso² consiste em uma relação intersubjetiva, produzido num determinado momento, lugar, põe alguém que se apropria da língua, posicionando-se como um “eu” o outro como um “tu”, é a enunciação que pressupõe um falante e um ouvinte, e a

¹ Não existe uma única definição de cultura, ainda mais porque, em se tratando de conceito que se instituem como eixo disciplinar da Antropologia, suas definições vêm acompanhando as próprias transformações e disputas no interior do campo. Mas se entendemos por cultura um sistema de significados que cria algum tipo de identidade compartilhada (Geertz, 1989), uma espécie de código que orienta as práticas sociais de pessoas pertencentes a vários grupos e categorias sociais dentro de uma sociedade, essa definição mais ampla deve ser ajustada aos tipos de fenômenos particulares que se pretende analisar. É possível recortar os fenômenos ou problemas relativos à cultura em uma organização, a partir de sua pertinência a distintas dimensões, tais como cultura política, cultura cívica, cultura organizacional e cultura profissional, que não pretendo definir por não ser o foco do trabalho.

Referencio também passagem (Clifford Geertz -1989,61): “capacidade inata do homem de simbolizar, isto é, criar linguagens e de impregnar os atos ou uma carga de sentido”.

² vou utilizar a definição de discurso para ressaltá-la com a citação: “ o discurso defini-se, ao mesmo tempo, como objeto produzido pela enunciação e como objeto de comunicação entre um destinador e um destinatário”. Barros (apud, Peruzzolo 2004,22).

e a organização com a intenção de comunicar, propor valorização à mensagem¹, o lugar de valores comunicantes. Ora, se a organização (como um todo) valora seus projetos, por exemplo, na condição do eu e seu público concomitantemente na condição do tu, em seu discurso, composto por sujeitos que buscam encontrar seu lugar, definido pelo poder, há a gama de propósitos e intenções para a criação de uma relação e/ou a manutenção dela com seu público. E por isso, o discurso não é somente transmissão de informação, mas produção de sentido. É preciso entender a Cultura Organizacional de forma comprometida com as dimensões da cultura. A cultura organizacional compreendida em toda sua complexidade, com elementos valorativo e normativo que envolve os aspectos morais e estéticos modelizantes do cotidiano da organização, e como visão de mundo, isto é, os aspectos cognitivos e existenciais determinados pelos modos de vida estabelecida nas e pelas organizações.

É tendo o discurso como objeto da comunicação, que consideramos, por exemplo, o jornal informativo de uma organização, um objeto cultural inserido numa sociedade e determinado por formações ideológicas, advinda da cultura da organização. Se assim for, devemos levar em consideração a possibilidade de polifonia na recepção e que pode ser trabalhada como diz Peruzzolo(2004,151/152):

“O discurso diz-se polifônico pela articulação de muitos sujeitos, de uma série de vozes fazendo-se ouvir num conjunto dado em comunicação mas essa ação de fazer ressoar a voz do outro sob o que se diz, instaurando diferentes instâncias enunciativas, também, cria ambigüidade com relação à identidade do enunciador. É uma estratégia discursiva que precisa ser trabalhada com cuidado para que possa ajudar nos intuítos de persuasão”

Nas análises que podem ser feitas a partir de projetos ou mesmo textos das instituições para com seu público existem fatores que influenciam diretamente na produção de sentido e valorização do mesmo. Sabemos que na comunicação é o enunciador que determina os modos de dizer do discurso, é o responsável pelos valores que nele circulam.

¹ “Mensagem é um bloco de representações que serve de ponto de passagem para as significações sociais” (Peruzzolo, 2004- 26)

Mas é a recepção que comanda que dita as regras do contrato, é na análise dela (recepção) que alcançaremos o intuito da relação, pois saberemos para quem estamos falando. Essa idéia foi descrita por Bakhtin:

“O sentido é sempre refém do futuro, pois não há garantias de entendimento. A indeterminação é, ao mesmo tempo, aquilo que impede a comunicabilidade, e é a sua condição de existência, pois o fato de que o signo desliza que permite que a linguagem funcione, signifique”. Bakhtin, M.M, 1997

Mas quando falo de sentido do texto, ele não é definido nem na produção como também não se estabelece na recepção, eles são articuladores num conjunto de construção de matéria significantes¹. Os sentidos e os sujeitos são construídos no mesmo processo de produção de discurso.

Portanto, são os gestos de interpretação que vão construindo os sentidos que, enfim, definem os sujeitos e suas posições.

O direito ou mesmo autorização de interpretação de extrapola todos os sentidos de um discurso trava um “debate” sobre a produção de sentido, sobre a pluralidade de sentido, a liberdade do intérprete, sobre a natureza do texto, numa palavra, sobre a natureza da semiose. Digo que estamos procurando fechar contrato com um *leitor-modelo crítico* como cunhou Eco, apto a encontrar num texto algo que está fora dele, mecanismo da cadeia significativa.

Em um discurso institucional, por exemplo, quando o objetivo é criar e/ou manter contrato com seu público, o sujeito de enunciação posiciona-se dentro do que diz, procura trabalhar os efeitos de sentido de proximidade, e as matérias significantes vão estabelecendo um jogo de idéia e pensamento até a produção de sentido ideológico/identitário. O discurso de uma organização carrega sua história, ideologia, valores, em suma, sua cultura e com isso, assina um contrato com os que se assimila a ela, assim, dotando o discurso com marcas de veridicção no jogo, quando sujeitos comunicantes negociam sentidos.

E se a comunicação pressupõe um pacto entre os sujeitos de enunciação, dentro de certas regras, é feito um agendamento, como cita Peruzzolo.

¹ utilizo a denominação de Véron, *matéria significante*, definida por Peruzzolo, (2004,61) como: “a entidade concreta, física, elemento da percepção que induz à criação da imagem fônica, sonora, visual, etc. conforme a linguagem em andamento”.

E é sob esse aspecto que se deve considerar as relações que se estabelecem e dota o discurso de marcas de verificação determinando estratégias de reconhecimento pelo destinatário. A categoria conceitual descrita por Verón (1983), “contrato de leitura”, tem intuito de ressaltar a idéia de estratégia de uma análise de discursos de uma organização, imprescindível, estreitar os laços entre enunciador/enunciatário pela oferta da matéria significativa, anunciando valores e construindo interesses para capturar o público.

As articulações dos processos históricos e dos processos lingüísticos indicam que nenhum discurso é solitário, pois, esse sempre acontece como produto histórico. Maingueneau (1989) fala de heterogeneidade discursiva, uma propriedade constitutiva do texto, sendo, então, este preso a valores que fundamentam e possibilitam seu surgimento. E se baseado no discurso de uma organização ele é dependente e cúmplice identitário da cultura organizacional. E a partir dessa heterogeneidade das relações intertextuais é localizado o sujeito sócio-histórico, construído pela interseção de conjuntos de outros discursos sustentados em campos da cultura.

Procurar compreender a cultura organizacional como dispositivo de produção de sentido é estabelecer as modalidades de linguagem de sua figuração organizacional. Ora, isso remete a procura do ethos da construção do poder na organização social e do ethos trabalhados pela interação com públicos. É, por isso, que importa menos procurar o que significam tais discursos do que o como eles significam, mesmo porque eles nunca significam apenas uma coisa.

Hoje a organização exerce um papel centralizador na sociedade, função de célula-mestra, sobre o qual estão se delineando as várias configurações sociais, vai sendo assumida pelas organizações. A partir disso concebemos que o posicionamento das Relações Públicas e a transmissão de conhecimento formal ou informal necessitam fazer menção à origem dos conhecimentos, a comunicação deve ser tratada na correlação comunicação e cultura, as relações e estratégias comunicacionais e, portanto de Relações Públicas, que empregam funções políticas. Função essa descrita por Simões:

“Ora, se a ação de comunicar é ato político e, por outro lado, se a função e a atividade de Relações Públicas referem-se ao controle do processo de comunicação organizacional, conclui-se que as Relações Públicas vinculam-se aos objetos políticos organizacionais.” (Simões, 1995, 109)

Na falta adequada de gerenciar o verbal, presenciamos a opção pela matemática como possibilidade de alinhar a reflexão de uma racionalidade instrumental. A presença da

linguagem matemática no cotidiano das organizações aparece como estratégias que vai permitir consolidar a veridicção do discurso positivo e empirista, a partir do qual o raciocínio lógico redime as palavras. Afastando, assim, presença do eu, do ser simbólico. Visão mecanicista que pode acarretar problemas para as questões da relação da comunicação.

4. Considerações Finais

Temos, portanto, a comunicação como necessária ao homem na busca de encontro com o outro e pela construção de existência em resposta ao que esta inserido. É a relação que se produz entre os sujeitos de enunciação quando feitas representações.

No contexto empresarial, observa-se que as questões das palavras e, correlativamente, das significações seguiu uma determinada trajetória. O desenvolvimento tecnológico e o avanço das ciências da computação apontaram para a necessidade de um gerenciamento da informação do ponto de vista operacional. Paralelamente, a isso, há um desnível quanto à gestão das significações. O fluxo de conteúdos acaba em desordem, enquanto os da informação são eficazes. Isso significa muita informação codificada que não se converte o objeto de crítica, reflexões e inovações é preciso, então, ser hábil para gerenciar a significação, pois, não basta, de forma simplificada, afirmar a comunicação como instrumento de persuasão.

Dominar a linguagem implica na administração do poder, como dito anteriormente, e se utilizar da comunicação não só como um instrumento, mas como a estratégia de uma dada organização com seus públicos é a possibilidade da relação em sua essência e sua excelência. Contar com um profissional que tenha competência para atuar na gestão de discursos, converte em uma possibilidade de domínio das relações intersubjetivas..

Analisar o sistema de representações e valores corporativos, além da perspectiva pragmaticista, é compreendê-la em sua profundidade cultural. Representações, ritos, heróis, tornam-se signos que revelam uma significação mais profunda de relações de identidade e alteridade, de ethos e visão de mundo que subjazem à construção da intersubjetividade. Assim, estaremos situando a cultura organizacional a partir dos parâmetros de uma investigação científica e não apenas uma ferramenta a mais para as necessidades operacionais subordinadas a uma racionalidade instrumental.

5. Bibliografia

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da política de Dostoiévski**, Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 1997.

BARTHES, Roland. **S/Z**. Lisboa: Edições 70, 1980a.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de lingüística geral I**. Campinas, SP: Pontes, 1995.

_____. **Problemas de lingüística geral II**. Campinas, SP: Pontes, 1995.

ECO, Umberto. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

GURTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara: koogan, 1989.

KUNSCH, Margarida Maria knohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

JAKOBSON, Roman. **Lingüística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1972.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes/EDUSC, 1989.

MATTELART, Armand e Michéle, **A História da Teoria da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

PERUZZOLO, Adair C., **Elementos de Semiótica da Comunicação: quando aprender é fazer**. São Paulo: EDUSC, 2004.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política**. São Paulo: Summus, 1995.