

O discurso como Prática Social: Papel do Discurso no Processo de Interação das Organizações.¹

Autora

Alice Zeitune de Paula Silveira Dezan

Graduanda em Relações Públicas pela Universidade Estadual de Londrina. Pesquisadora de Iniciação Científica no Projeto Faces e Interfaces da Cultura e da Comunicação Organizacional.

Co-autora

Emmanuelle Hannah Kuntz Truss

Graduanda em Relações Públicas pela Universidade Estadual de Londrina. Pesquisadora de Iniciação Científica no Projeto Faces e Interfaces da Cultura e da Comunicação Organizacional.

Docente Orientadora

Marlene Marchiori

Pós-doutora pela *Purdue University*, Estados Unidos. Pesquisadora e Professora associada de pós-graduação e graduação da universidade Estadual de Londrina, Londrina PR.

Instituição de fomento

Universidade Estadual de Londrina.

Resumo: A comunicação pode ser entendida como uma atividade social (MILLER, 2005). Nesse sentido, é preciso perceber o discurso como “recurso que permite constituir a própria comunicação como um processo social de significação e construção de sentido” (MARCHIORI, 2010) para que seja entendido como interação. Pretende-se analisar, nesse artigo, a atuação do discurso no processo de interação das organizações sob a perspectiva dos contextos sócio-históricos e tendo como ponto de partida o discurso como prática social. Assim, esse artigo contribui, através de análise e pesquisa, para o aprofundamento dos estudos sobre a participação do discurso nos processos de cultura,

¹ Este trabalho será apresentado no Espaço para Iniciação Científica, na modalidade de Trabalho de Iniciação Científica.

comunicação e interação organizacionais e para o Projeto de Pesquisa Faces e Interfaces da Cultura e da Comunicação Organizacional da Universidade Estadual de Londrina.

Palavras-chave: Discurso; Comunicação; Prática social; Contexto; Interação.

1. INTRODUÇÃO

A partir das organizações muito se estuda e discute, principalmente no sentido de desenvolver conhecimentos a respeito dos elementos que permeiam as relações estabelecidas no contexto das organizações. No âmbito da lingüística, dentro da área organizacional, essas relações são de extrema importância, levando-se em consideração as constantes mudanças e alterações sofridas pela sociedade, a acelerada multiplicação de organizações e, conseqüentemente, das relações sociais de compartilhamento de experiências e valores. (DIAS, 2003)

Dentro das empresas, e em toda a área organizacional, o ser humano é privilegiado por sua capacidade de elaborar estratégias, e por se apresentar como parte integrante de um sistema social no qual desenvolve várias relações complexas e imprescindíveis para sua sobrevivência e desenvolvimento. Essas relações, dada sua importância, devem ser estudadas com cautela a fim de compreender as funções de cada elemento que dela fazem parte.

Para o compartilhamento e relacionamento entre os indivíduos de qualquer instituição humana, é necessário que seja estudada a comunicação como um processo inerente ao ser humano e às naturezas das organizações (KUNSCH, 2008) e, por esse motivo, reconhecê-la como um processo histórico e social. Aceitando o ser humano como peça chave dos estudos comunicacionais, se torna indispensável dar a relevância adequada aos meios pelos quais a comunicação de fato ocorre. Nesse cenário, as práticas discursivas, materializadas através da linguagem, se mostram grandiosas no processo de formação do significado e entendimento entre os seres humanos (MARCHIORI et al, 2010).

A comunicação e o discurso atuam no processo de construção e representação do mundo, “produzindo uma rede de significados e sentidos” (MARCHIORI, 2009, p.10). Delimitando-se a influência exercida pelos contextos histórico-sociais, muito se tem a complementar à análise desse fenômeno que permeia as organizações e que se mostra indispensável na constituição de uma comunicação efetiva. O estudo das práticas discursivas como atividades sociais abre portas para análises mais aprofundadas ampliando, assim, o estudo para o campo da lingüística.

O Grupo de pesquisa Faces e Interfaces da Cultura e da Comunicação Organizacional

(GEFACESCOM) da Universidade Estadual de Londrina estuda e interpreta as diversas faces da comunicação, centrando-se na proposta de ampliar o nível de conhecimento a respeito da cultura e da comunicação organizacional. Este artigo trata de uma das faces estudadas no projeto, a face do discurso, e seu desenvolvimento como prática social, tendo como objetivo analisar, do ponto de vista dos contextos histórico-sociais, como as práticas discursivas atuam no processo de interação organizacional.

Delimita-se, aqui, os processos de interação como advindos dos processos comunicacionais, entendendo-os como os atos de interação que se estabelecem a partir dos processos informacionais e relacionais da organização (OLIVEIRA; PAULA, 2008). Parte-se do pressuposto de que o discurso pode ser considerado como prática social capaz de mudar ou transformar uma realidade.

Além da análise apresentada, o projeto de pesquisa busca relacionar os estudos a respeito das práticas discursivas com os das demais faces, promovendo maior interação entre elas e favorecendo o entendimento do cenário geral da cultura e comunicação nas organizações. Objetiva-se, com esse artigo, relacionar esse estudo à construção de um referencial teórico a respeito da face do discurso que contribua na ampliação do nível de conhecimento e pesquisa do projeto orientado pela professora Marlene Marchiori.

2. DISCURSO, COMUNICAÇÃO E CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO

O conceito de discurso tem se tornado cada vez mais relevante nos estudos das ciências humanas. No campo da comunicação, igualmente, o discurso tem papel fundamental, por exemplo, no que se diz respeito à linguagem humana e representação do mundo (RIBEIRO et al, 2010). Além disso, o discurso quando operado por meio da comunicação ou quando sinônimo da comunicação (MARCHIORI et al, 2010) oferece grande base para análise desse elemento, na medida em que se aceita as produções discursivas como parte inerente do processo comunicacional.

“O discurso é a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2005, p.15). De acordo com Fairclough (2001) o discurso é um modo de ação, maneira pela qual as pessoas se permitem agir sobre o mundo e sobre os outros indivíduos, construindo o mundo em significado. Os textos, considerados como unidades ou manifestações do discurso, são feitos para carregar significados, da sua produção até a distribuição e consumo. Ainda para Fairclough (2001), o discurso tem alcance em toda a sociedade devido a sua inserção em todas as práticas e eventos sociais em que os indivíduos participam, sendo, nesse caso, as organizações um evento social em que as práticas sociais são engajadas pelos indivíduos na

negociação de significados e construção do mundo.

Para Charaudeau e Maingueneau (2004), o discurso é um lugar no qual um texto encontra outros textos de seu próprio contexto, o que nos remete à importância dos contextos sócio-históricos, ou seja, da influência constante de todos os participantes da comunicação por meio do discurso. Inserindo-se a essas questões a noção de contexto, para Jean-François Chanlat:

Os contextos são modos de leitura da situação. São as estruturas de interpretação, os esquemas cognitivos que cada pessoa possui e utiliza para compreender os acontecimentos que ocorrem e, em particular, compreender o que nos interessa. (CHANLAT apud KUNSCH, 2003, p.71)

Nessa perspectiva, a partir do contexto sócio-histórico e por meio das práticas discursivas, entende-se que cada indivíduo interpreta as realidades e diferentes visões de mundo a partir de sua vivência e experiência particular. O contexto sócio-histórico tem, assim, papel fundamental na maneira como se articula a linguagem na produção dos discursos, criando e recriando os significados de acordo com a realidade social particular de cada um.

A comunicação, nesse cenário, não pode mais significar somente a transmissão de informações, mas sim da produção de sentido e negociação de significados que transforma e eleva o processo de informação a um processo comunicacional, fazendo com que a comunicação seja muito melhor entendida como constitutiva (VAREY, 2006), composta por vários elementos, fenômenos e práticas sociais.

É possível analisar, portanto, que partindo do pressuposto de que a sociedade dinâmica e interativa na qual vivemos exige que o conhecimento seja concebido dessa mesma forma (dinâmica e interativa), se inicia um processo interminável de constante construção, confronto e transformação dos significados por meio do discurso, onde os indivíduos deixam de ser definidos apenas como emissores (produtores de mensagens) ou destinatários (que recebem as mensagens). Os indivíduos, nesse caso, passam a negociar e interpretar os significados, num processo de construção e disputa de sentidos (BALDISSERA, apud MARCHIORI et al, 2010) movendo a visão da própria comunicação para a possibilidade de criar e mudar a realidade social. É preciso configurar a negociação e troca constante de significados indispensáveis para manutenção do sistema simbólico (MUMBY, apud MARCHIORI et al, 2010) e construção de sentidos, como um processo capaz de promover não só o entendimento e compartilhamento entre os indivíduos, mas como parte indispensável da comunicação efetiva.

A comunicação constitutiva relaciona os conceitos de comunicação, interação e discurso no sentido de analisar, através da linguagem, as práticas discursivas, levando em consideração os contextos sócio-históricos presentes no âmbito organizacional. Esse recurso possibilita, com a utilização dos contextos, a comprovação que o discurso pode ser transformado ou recriado intencionalmente ou por força de circunstâncias (contexto no qual está inserido), através da produção de sentido realizada por seus interlocutores (MARCHIORI et al, 2010).

É fundamental, portanto, que se entenda o relacionamento da comunicação e do discurso como possibilidade de entendimento (MARCHIORI et al, 2010) da construção das realidades organizacionais, por meio da linguagem, assim como as relações dinâmicas e complexas presentes em toda a sociedade que se materializam nos gêneros e práticas discursivas. Esse relacionamento, de acordo com Bakhtin (2000), ocorre também entre as condições de comunicação e as estruturas sociais, o que faz com que a linguagem não seja falada no vazio, mas numa situação histórica concreta e enunciada. Nesse sentido, a ligação entre comunicação e discurso traz a reflexão de que o relacionamento entre esses fatores existe, mas que podem assumir diferentes interpretações dependendo, principalmente, do contexto em que se está inserido.

3. DISCURSO COMO PRÁTICA SOCIAL

A análise crítica do discurso, estudada por Norman Fairclough, se fundamenta nas próprias práticas discursivas abordando a interferência de diversos componentes culturais em suas construções nas organizações, auxilia no entendimento do discurso como prática social, no sentido de aproximar os indivíduos da criação ou transformação de uma realidade. A ACD, como ficou conhecida a Análise Crítica do Discurso, explora como os textos são produzidos, os significados contidos em seus interiores e também como eles auxiliam nos processos de construção das diversas realidades sociais.

Fairclough (2001) analisa as práticas discursivas considerando os diferentes tipos de discurso que emergem nas organizações em decorrência dos fatores sociais, promovendo a articulação entre os textos e os contextos sócio-históricos. Sendo assim, o discurso passa a servir de ferramenta, na qual as pessoas podem agir sobre as outras, transformando e recriando o mundo em que estão inseridos, “constituindo e construindo o mundo em significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

De acordo com Alvesson & Karreman (apud PUTNAM & FAIRHURST, 2010, p.109) o discurso é “um meio para a interação social” e, dessa forma, a partir da existência de diversas realidades, contextos e agentes participantes na construção dos discursos, a interação advinda desse

processo acaba por fazer com que os indivíduos sejam moldados pelas práticas discursivas existentes nas organizações (FAIRCLOUGH, 2001). As práticas discursivas, a partir dessa análise, só podem ser compreendidas por meio do estudo dos contextos sócio-históricos vivenciados pelas pessoas, resultado do relacionamento entre o homem e o meio em que se está inserido, sua própria realidade social. Essa maneira de pensar move a visão da comunicação para a possibilidade de criar e mudar a realidade social (PUTNAM apud MARCHIORI et al, 2010), fato que se concretiza pelas práticas discursivas produzidas no contexto organizacional.

A noção de dominação, trazida por Foucault, demonstra o traço persuasivo não só da linguagem, mas de toda produção textual, capaz de, ao se levar em conta a ideologia pessoal do interlocutor, carregar profundo grau de intencionalidade. Essa intencionalidade visa influenciar de alguma forma o comportamento do interlocutor, modificando suas convicções e idéias preconcebidas. (MARCHIORI et al, 2010). Para Foucault (1971, p.5) “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas é aquilo com o qual e pelo qual se luta, é o próprio poder de que procuramos assenhorear-nos.”

Pode-se afirmar, portanto, que o discurso, no processo de construção de significados capaz de fazer sentido para a realidade organizacional ou de qualquer outra instituição humana, pode ser entendido como uma prática social, considerando a participação fundamental do contexto histórico na reflexão das visões de mundo acerca os indivíduos. Assim, as atividades discursivas, advindas das várias formas de comunicação e linguagem, devem ser analisadas de acordo com o pensar da comunicação organizacional, resultado também das práticas sociais.

Fairclough (2001) enaltece a articulação entre os textos e seus contextos sócio-históricos e posiciona os sujeitos nas organizações como “sujeitos sociais”, que “vivenciam processos de interação e constroem sentido por meio da linguagem” (FAIRCLOUGH, 2001). A representação do mundo, nesse sentido, depende da interação entre os participantes para que dê lugar à própria constituição do mundo, o construindo em significados condizentes com a realidade vivenciada (FAIRCLOGUH, 2001).

O discurso encarado como ação, em que os indivíduos agem em relação ao mundo e às suas próprias realidades, é o que o conceitua como “real fundação sobre a qual a vida organizacional é construída” (FAIRHURST & PUTNAM, 2010). Sendo o discurso um meio para a interação social, mencionado anteriormente, é vital para o processo de interação entre os indivíduos que, por meio das práticas discursivas, constroem o mundo ao mesmo tempo em que são construídos por ele.

4. CULTURA E PROCESSO DE INTERAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Todas as organizações se comunicam e interagem com os seus integrantes e com a sociedade, pois, de acordo com Dias (2003) se constituem numa rede de relacionamento entre as pessoas que compõe seu sistema social. As organizações, portanto, dependem do ato de se comunicarem e interagirem com as pessoas e com o meio ambiente, sendo esses fatores indispensáveis na medida em que esse relacionamento com seus públicos acontece constantemente, constituindo-se um sistema aberto. A partir desse conceito se pode esclarecer não só a importância do ato comunicacional, mas também da comunicação como campo de conhecimento, processo contínuo e permanente que tem como função básica permear as interações humanas no sentido de agir como sistema dialógico para informar, persuadir e motivar.

A comunicação como célula indispensável aos processos organizacionais (MARHIORI, 2006) só se apresenta de maneira efetiva através de relacionamentos advindos, por exemplo, dos variados meios lingüísticos e textuais, refletidos, por sua vez, pelo discurso. Em âmbito social, o discurso age de forma integrada com a finalidade de solidificar os relacionamentos organizacionais, quando utilizado em alinhamento com a realidade da organização (MARCHIORI, 2010). Para que esse alinhamento seja mantido ao decorrer do tempo, as práticas discursivas devem levar em consideração ao serem construídas como práticas sociais, as perspectivas dos contextos sócio-históricos que os cercam e conseqüentemente, das diferentes visões de mundo presentes no cenário organizacional.

De acordo com Fairclough (2001), torna-se fundamental abordar a prática do discurso nas organizações considerando os diferentes tipos de discursos que emergem em decorrência dos fatores sociais. Nesse contexto, as organizações, a partir do estudo de Srouf (apud DIAS, 2003), são coletividades especializadas na produção de um determinado bem ou serviço. De acordo com Cassar (2003 apud DIAS, 2003), as organizações se originam da união de pessoas que se reúnem na busca de objetivos comuns e definidos. Nessa perspectiva, assim como as organizações são sistemas abertos e permeáveis à influência de outras culturas internas e externas (DIAS, 2003) devendo estar sempre adaptada as novas realidades formadas, as próprias práticas discursivas, estabelecidas através da linguagem e dos textos, são resultados de interações comunicacionais e por isso, devem seguir profundamente esse processo de constante transformação, no sentido de se fazer revelar as várias possibilidades de entendimento organizacional, advindos das relações entre os indivíduos (MARCHIORI et al, 2010).

A produção de significados, processo inerente do ser humano em ambiente social, é usada pelas organizações na criação dos discursos para que se efetive o processo de comunicação em ambiente organizacional. É sob essa perspectiva que os atores sociais, inseridos em realidade

organizacional, podem se sentir, de fato, como parte integrante dessa realidade, construída com base na própria cultura organizacional (MARCHIORI, 2006). Para Marchiori:

A cultura é construída, mantida e reproduzida pelas pessoas, pois são elas que criam significados e entendimentos. Pessoas são, portanto, criadoras da cultura e não simplesmente transmissores e adaptadores de significados, de forma mecânica. Elas também são produtos culturais, são formadas pela cultura, assim como a produzem e a formam. (MARCHIORI, 2006, p.81)

Da mesma forma que o discurso, a cultura organizacional necessita de instrumentos que possibilitem a comunicação. Ou seja, esses instrumentos podem ser representados pelas linguagens, pois permitem que as informações sejam codificadas na origem e decodificadas no destino, gerando conhecimento em processo dinâmico e interativo (IASBECK, 2010).

Nesse cenário, o papel do profissional de Relações Públicas é colocado de forma essencial, no sentido de interpretar os significados emitidos através e criados através da linguagem pela comunicação nas organizações, buscando a coerência entre esses, que são constantemente transformados. De acordo com Iasbeck (2010), partindo do pressuposto de que a relação entre as organizações e seus públicos é dependente da satisfação dos interesses desses públicos “sob pena de frustrações de quaisquer ordens comprometerem os vínculos que garantem a fidelidade nessa relação”, o papel das práticas discursivas alinhadas às ações da organização se mostra fundamental à medida que as pessoas criam, formam, dão existência a própria organização (MARCHIORI, 2006).

O discurso, nas organizações, quando não traduz de fato a cultura da organização, pode gerar problemas de identidade interna e externa e também de reconhecimento e credibilidade, quando não alinhado às ações e pensamentos reais da organização. A necessidade de adaptação às mudanças do meio indispensável às organizações se torna presente também na área do discurso, uma vez que esse deve se adaptar aos ambientes mutantes do campo organizacional e no que se diz respeito às exigências do mercado, evitando assim, essa incoerência.

A cultura em ambiente organizacional, sob essa perspectiva, apresenta-se muito relacionada com o tema das produções discursivas. Ambos os conceitos possuem enormes semelhanças, principalmente no que se diz respeito a dependerem das relações humanas para existirem e fazerem sentido, a se materializarem através da linguagem, ao fato de terem seus processos interligados à construção de significado que façam sentido para a organização, e por utilizarem, para que isso aconteça, os contextos sócio-históricos em que os indivíduos estão inseridos. Assim, “toda

manifestação cultural não pode ser entendida fora do contexto no qual é representada, percebida e interpretada” (MARTIN apud MARCHIORI, 2006, p.83).

De acordo com Iasbeck (2010) cultura é um fenômeno comunicativo e as produções discursivas nas organizações são os locais no quais os elementos de uma determinada cultura são produzidos e veiculados. Para Marchiori (2006, p.82), “cultura organizacional é o reflexo de uma organização, ou seja, sua personalidade”.

O grupo de pesquisa Faces e Interfaces da Cultura e da Comunicação Organizacional (GEFACESCOM), que tem como objetivo evidenciar as novas faces da cultura e da comunicação, considerando a aplicabilidade desses conceitos no cenário organizacional, tem como uma de suas principais propostas à análise da cultura nas organizações, feita por meio da comunicação entre as pessoas. Nos estudos do projeto que deu origem a esse artigo, cultura e comunicação emergem como questões indissociáveis na arena organizacional (MARCHIORI, 2008), o que visa identificar de quais maneiras a comunicação vem se evidenciando como processo constitutivo das realidades de cada organização.

O diálogo entre cultura e comunicação organizacionais tem grande importância para o estudo das práticas discursivas uma vez que as pessoas constroem suas culturas comunicativamente à medida que desenvolvem significados, símbolos e discursos para todas as suas ações (MARCHIORI, 2008). É nesse sentido que Marchiori (2008, p.21) sugere que a interpretação dos ambientes organizacionais é expressa na realidade cultural de uma determinada organização, por meios de seus discursos e relacionamentos.

Na perspectiva organizacional, Marchiori afirma ainda que “são os processos de relacionamentos efetivos que mantêm uma organização viva” (2006, p.29).

Relacionamentos, portanto, sugerem interação. Nesse contexto, os processos de interação, que se realizam e se constroem a todo instante nas organizações, são indispensáveis para que qualquer processo comunicativo seja realizado. Sem interação, a comunicação efetiva, compartilhada, vivenciada por toda a organização, aqui tratada a partir do discurso na vida social, se torna muito prejudicada ou até mesmo inexistente, já que as construções discursivas na organização permeiam todo o entendimento das relações humanas (MARCHIORI, 2010), buscando mais do que a transmissão de mensagens e informações, mas o compartilhamento de significados entre os indivíduos.

O discurso, por sua vez, pode ser considerado um instrumento de interação na medida em que consegue transformar a realidade organizacional na qual se está inserido e dessa forma, criar relacionamentos entre seus interlocutores, além de constituir peça chave da comunicação efetiva e

eficiente, atua permanentemente nas práticas sociais, participando da interação entre os indivíduos e a visão de mundo que os cercam. Para que o entendimento do discurso como instrumento de interação seja de fato percebido, é necessário que ele seja visto como “recurso que permite constituir a própria comunicação como um processo social de significação e construção de sentidos” (MARCHIORI, 2010).

A interação presente nas organizações, estudada aqui como consequência das trocas de informação e do relacionamento entre os indivíduos em ambiente organizacional (OLIVEIRA; PAULA, 2008) são estabelecidas, dessa forma, por meio de diversos instrumentos - que permitem a concretização do processo de interação. O discurso, nesse cenário, apresenta-se de maneira muito interessante. Além da reflexão a respeito de seu papel como instrumento no processo de interação das organizações apresentada nesse artigo, o discurso foi concebido, a partir de análise, como grande instrumento de ação dos diversos atores sociais.

Sua aplicabilidade como agente transformador de realidades, quando em decorrência da interferência dos contextos histórico-sociais, eleva o discurso à função de imensa relevância não só nesses processos de interação organizacional, mas no papel que desempenha ao se comprovar como prática social, materializado, em praticamente todos os casos, a partir da linguagem. Nesse sentido, à medida que ele se relaciona com diversos fatores aqui apresentados, as práticas discursivas acabam por reafirmar sua importância como fator indispensável às organizações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do levantamento e análise realizados nesse artigo, pôde-se verificar muito a respeito do discurso como prática social e seu papel fundamental no processo de interação das organizações. Com a finalidade de delinear a discussão relacionada à interferência do discurso nos processos de interação, uma relevante conclusão pode ser feita: o papel das práticas discursivas se faz mais do que necessário; é indispensável para a efetividade de qualquer relação humana e social.

O discurso, nesse artigo, confirmou-se de suma importância para que os estudos referentes à cultura e comunicação organizacionais sejam fortificados no meio acadêmico, assim como para o entendimento do próprio ser humano, que se relaciona não só com as outras pessoas, mas também com o ambiente em que está inserido. O relacionamento entre os indivíduos faz do discurso peça chave na análise do ser humano e dos processos de interação, pois, através dele qualquer realidade – que faça sentido para o meio ou organização – pode ser alterada ou transformada a fim de facilitar o entendimento não só dos significados, mas também do contexto sócio-histórico de cada realidade.

É fundamental que se compreenda, de fato, a relação entre todas as formas de comunicação como possibilidade de compartilhamento e entendimento, não podendo esquecer, nesse sentido, do discurso como forma especial de comunicação, evidentemente capaz de possibilitar o compartilhamento e entendimento efetivo entre os atores sociais e seus contextos sócio-históricos, tão importantes para a compreensão e análise de qualquer cenário. Dessa maneira, o discurso se apresenta muito além de simples ferramenta ou instrumento da comunicação. Vem se apresentando como o próprio autor de mudanças e transformações que devem ser levadas em consideração no sentido de apresentarem grande interferência e poder sob as perspectivas e visões de mundo dos indivíduos, principalmente em contexto organizacional.

Por fim, como conclusão central desse artigo, entendemos que as práticas discursivas no contexto apresentado e analisado a partir do ponto de vista comunicacional, assumem um papel de total relevância para o sucesso das organizações, não deixando esquecer sua participação, igualmente, no fracasso de suas ações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. 3a ed. In: ---. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo, Martins Fontes, 2000, p. 277-326

CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Cultura organizacional**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003.(Coleção administração & Sociedade/ organizador Reinaldo Dias).

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FAIRHURST, Gail; PUTNAM, Linda. Organizações como construções discursivas, 2004. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e Organização: reflexões, processos e práticas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p.103-148.

FERRARI, Maria Aparecida. Teorias e estratégias de Relações Públicas. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**.

IASBECK, Luiz Carlos de Assis. A cultura e o discurso da cultura nos contextos organizacionais. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da Cultura e da Comunicação Organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. v.2, p. 137-149.

KUNSCH, Margarida. Comunicação organizacional: Conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da Cultura e da Comunicação Organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. 2. ed. v.1, p. 169-192.

_____. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 4. ed. v.17. São Paulo: Summus, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

MARCHIORI, Marlene et al. **Comunicação e Discurso: Construtos que se relacionam e se distinguem**. 2010. Disponível em: <
http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT2/GT2_Marchiori_etal.pdf>. Acesso em: 26 de fev. 2011.

_____. **Cultura e Comunicação Organizacional:** Um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

_____. Comunicação Organizacional e perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades de diálogo no contexto das organizações. In: SOARES, Ivone; SOARES, Ana Thereza (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação.** São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p.179-200.

_____ et al. **Reflexividade no Discurso Das Organizações:** um espaço crítico de interação e diálogo, 2009. Disponível em:

<http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT4_Ribeiro_Marchiori.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2011.

_____. **Cultura Organizacional:** uma Perspectiva de Comunicação na Era Pós-moderna, 2008. Disponível em: <

<http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/ci/cmercadologica/Culturaorganizacional.pdf>>. Acesso em 14 mar. 2011.

MILLER, Katherine. **Communication theories:** perspectives, processes, and contexts. 2. Ed. New York: McGraw-Hill, 2005.

OLIVEIRA, Ivone L.; PAULA, Carine L. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas:** caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?, 2008. Disponível em:

<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17597/1/R1353-1.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2011.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A linguagem e seu funcionamento:** as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1987.

_____. **Análise de Discurso:** princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2005.

PUTNAM, Linda. L.; NICOTERA, Anne. M. (Eds.) **Building theories of organization:** the constitutive role of communication. New York: Routledge, 2009.

RIBEIRO, Regiane et al. **Faces e Interfaces que se revelam nas práticas discursivas nas organizações.** 2010. Disponível em:

<http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT4/GT4_Ribeiro_etal.pdf>. Acesso em: 26 de fev. 2011.

VAREY, Richard. J. Accounts in interactions: implications of accounting practices. In: COORENF.;