

# Comunicação orgânica na sociedade

*Organizadores:*

**Elizabeth Moraes Gonçalves**

**Gino Giacomini Filho**

PPGCOM/USCS

POSCOM/UMESP

USCS, São Caetano do Sul

2015

# **Comunicação orgânica na sociedade**

*Organizadores:*

**Elizabeth Moraes Gonçalves**

**Gino Giacomini Filho**

**PPGCOM/USCS**

Programa de Mestrado em Comunicação da USCS  
São Caetano do Sul-SP, Brasil

**POSCOM/UMESP**

Programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação da UMESp  
São Bernardo do Campo-SP, Brasil

**USCS, São Caetano do Sul**

**2015**

USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Av. Goiás, 3.400, São Caetano do Sul-SP, Brasil. Tel. 55-01-42393200. *Website:* www.uscs.edu.br.

#### Dados internacionais de Catalogação na Publicação

Comunicação orgânica na sociedade.  
[recurso eletrônico] / orgs. Elizabeth Moraes  
Gonçalves; Gino Giacomini Filho.  
- Dados eletrônicos. São Caetano do Sul: USCS, 2015.  
Série Comunicação & Inovação, v.7.

216 pp, 15,5 x 22,0 cm, e-book.  
ISBN 978-85-68074-20-6

1. Comunicação social. 2. Comunicação orgânica.  
CDD 301.161

Coleção   
**Comunicação  
& Inovação**

Conselho editorial da Coleção “Comunicação & Inovação”  
(PPGCOM-USCS): **Prof. Dr. Eduardo Vicente** (Universidade  
de São Paulo – USP); **Prof. Dr. Henrique de Paiva  
Magalhães** (Universidade Federal da Paraíba – UFPB);

**Profa. Dra. Isaltina Maria de Azevedo Gomes;** (Universidade Federal de  
Pernambuco – UFPE); **Prof. Dr. Jorge A. González** (Universidade Nacional  
Autônoma do México – UNAM); **Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann**  
(Universidade Federal do Rio do Janeiro – UFRJ); **Profa. Dra. Sônia Regina S.  
Bertol** (Universidade de Passo Fundo – UPF)

***Esta obra não pode ser comercializada e seu acesso é gratuito.***



Esta obra possui licença Creative Commons - Atribuição-  
NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

**Disponível também em:**

**Repositório Digital da USCS**  
<http://repositorio.uscs.edu.br/>

**BDPI USP** - Universidade de São Paulo  
<http://www.producao.usp.br/>



Laboratório  
**HiperMídias**  
(HyperLab)

Produção técnica:  
Laboratório HiperMídias  
(HyperLab) PPGCOM- USCS.

## SUMÁRIO

<i>Apresentação</i>	<b>4</b>
1. Comunicação organizacional e linguagem: um estudo da produção científica. <i>Elizabeth Moraes Gonçalves</i>	<b>6</b>
2. As nuances discursivas de uma comunicação orgânica: como o Uber utiliza a 'Onda Verde' na construção de sua narrativa organizacional. <i>Gustavo Moreira Zanini</i>	<b>22</b>
3. Da felicidade publicitária à decepção do consumidor: há esperança para a comunicação na sociedade de consumo? <i>Marcelo da Silva</i>	<b>32</b>
4. Conversa na feira, no supermercado e no Mercadoão: como as mediações do espaço físico condicionam a interação face a face em ambientes organizacionais. <i>Ana Maria Dantas de Maio</i>	<b>49</b>
5. Assessoria de comunicação e redes sociais online: uma nova relação com os prossumidores. <i>Eduardo Fernando Uliana Barboza; Ana Carolina de Araújo Silva.</i>	<b>64</b>
6. Comunicação e ouvidoria universitária. <i>Paulo Roberto Mendes</i>	<b>81</b>
7. Discurso institucional e publicitário sobre Ensino Superior: um caso no estado de Mato Grosso. <i>Danielle Tavares Teixeira</i>	<b>100</b>
8. Organização curricular de cursos superiores de publicidade: um olhar brasileiro sobre a oferta americana. <i>Gino Giacomini Filho</i>	<b>118</b>
9. Empresa júnior e a formação inovadora do aluno de comunicação. <i>Marion Neves Augusto</i>	<b>131</b>
10. A presença das marcas no Twitter durante a Copa de 2014. <i>Anelisa Maradei</i>	<b>148</b>
11. Considerações sobre <i>employer branding</i> : uma perspectiva brasileira. <i>Nanci Horácio Preite</i>	<b>165</b>
12. Jovens, conexões e relacionamentos com as marcas. <i>Karla Caldas Ehrenberg; Vânia Braz Oliveira</i>	<b>180</b>
13. A construção mitológica de uma marca religiosa: o discurso organizacional da Igreja Universal. <i>Ronivaldo Moreira de Souza</i>	<b>199</b>

### APRESENTAÇÃO

A comunicação orgânica é um termo recente e que veio agregado à comunicação organizacional. Seu intento é criticar a comunicação funcional, setORIZADA, hierarquizada e, a partir de uma visão mais ampla, encarar a comunicação como algo interativo, coletivo e valorativo.

Ao se transportar esse conceito para a comunicação na sociedade como um todo, a expressão passa a contar com uma abordagem enquanto comunicação orgânica social.

A possível confusão com a comunicação de produtos orgânicos, longe de ser um problema, sinaliza para um dos diferenciais mais importantes desse conceito: ser uma comunicação que busca eficácia, mas, ao mesmo tempo, identifica-se com novos patamares em que a sociedade procura se reequilibrar diante das novas tecnologias, rediscussão de valores e prioridades sociais.

A comunicação é um organismo vivo, em que as relações entre seus atores e os processos de mediação oferecem uma rede de fenômenos e experiências que fazem a comunicação ganhar sentidos vitais, algo que este livro, de forma parcial e indicial, pretende oferecer.

O primeiro texto, "Comunicação organizacional e linguagem: um estudo da produção científica", oferece uma visão da pesquisa em comunicação organizacional com a perspectiva da linguagem e do discurso, por meio de levantamento de dados dos trabalhos apresentados nos congressos da Compós, Intercom e Abrapcorp.

Na sequência, os aspectos de responsabilidade socioambientais da comunicação organizacional são contemplados nos textos "As nuances discursivas de uma comunicação orgânica: como o Uber utiliza a 'Onda Verde' na construção de sua narrativa organizacional" e "Da felicidade publicitária à decepção do consumidor: há esperança para a comunicação na sociedade de consumo?"

## COMUNICAÇÃO ORGÂNICA NA SOCIEDADE

Dualidades da comunicação orgânica podem ocorrer no plano virtual e presencial, local e global, persuasivo e informativo, observáveis nos textos “Conversa na feira, no supermercado e no Mercado: como as mediações do espaço físico condicionam a interação face a face em ambientes organizacionais” e “Assessoria de comunicação e redes sociais online: uma nova relação com os prossumidores”.

Os trabalhos “Comunicação e ouvidoria universitária”, “Discurso institucional e publicitário sobre Ensino Superior: um caso no estado de Mato Grosso”, “Organização curricular de cursos superiores de publicidade: um olhar brasileiro sobre a oferta americana” e “Empresa júnior e a formação inovadora do aluno de comunicação” exemplificam o caráter orgânico da comunicação, neste caso focada no ensino superior, tendo os três últimos também um viés da comunicação publicitária.

As marcas no contexto de uma comunicação orgânica também são o foco dos trabalhos finais aqui apresentados, ou seja, “A presença das marcas no *twitter* durante a Copa de 2014”, “Considerações sobre *employer branding*: uma perspectiva brasileira”, “Jovens, conexões e relacionamentos com as marcas” e “A construção mitológica de uma marca religiosa: o discurso organizacional da Igreja Universal”.

Por fim, cabe destacar que todos os trabalhos aqui apresentados são produções de dois grupos de pesquisa certificados pelo CNPq: *Estudos de Comunicação e Linguagem - COLING* vinculado ao POSCOM/UMESP e *Novas responsabilidades sociais da comunicação* pertencente ao PPGCOM/USCS, cada qual sob a liderança de um dos organizadores desta obra.

*Elizabeth Moraes Gonçalves; Gino Giacomini Filho*  
São Caetano do Sul, dezembro de 2015

**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E  
LINGUAGEM: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO  
CIENTÍFICA.**

**Elizabeth Moraes Gonçalves<sup>1</sup>**

INTRODUÇÃO

No contexto da Comunicação organizacional, os estudos da linguagem e do discurso têm sido considerados importantes, principalmente quando se observa a necessidade de humanização nas relações organizacionais e quando se constata lacunas entre os discursos e as práticas. Este texto apresenta resultados parciais de um projeto de pesquisa que pretende verificar como a Comunicação Organizacional, pelo recorte da linguagem e do discurso é estudada pelos pesquisadores vinculados aos Grupos de Trabalhos sobre comunicação organizacional, no Intercom, Compós e Abrapcorp, no período de 2011 a 2014. Dessa forma, buscou-se mapear os pesquisadores que apresentaram suas pesquisas nesses GTs, com esse foco específico, para que se tenham os referenciais teóricos mais utilizados e os conceitos mais presentes nesses estudos. Busca-se contribuir, dessa maneira, para a consolidação do estado da arte dos estudos de Comunicação organizacional na perspectiva da linguagem e do discurso.

O funcionamento da comunicação, processada pela linguagem, na contemporaneidade, pressupõe uma dinâmica na qual os sujeitos deixam de ser emissores e receptores de mensagens e passam a ser definidos como interlocutores de um processo complexo, no qual os atores sociais interagem na construção dos sentidos. Os estudos da linguagem e dos discursos contribuem para o entendimento dessa dinâmica. Os ambientes organizacionais refletem essa preocupação social com o outro, o que se vê estampado nos textos institucionais, na comunicação mercadológica e em algumas ações, com ênfase na busca da tão almejada sustentabilidade, da responsabilidade social, responsabilidade socioambiental ou qualquer outra roupagem que se apresenta.

---

<sup>1</sup> Doutora em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo. Docente permanente do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: bethmgoncalves@terra.com.br

## COMUNICAÇÃO ORGÂNICA NA SOCIEDADE

A valorização do outro, do receptor como sujeito do processo comunicacional, tem marcado os discursos das organizações em geral, a começar pelos eufemismos que substituem, por exemplo, o lucro e o empregado. O que observamos é um discurso pós-moderno, pós-estruturalista e, em grande parte, uma ação funcionalista, tradicionalista e vertical. Portanto, a tomada de consciência da relação entre linguagem, sociedade e discursos construídos contribui para o desenvolvimento crítico do cidadão, seja na apreensão das mensagens seja na produção delas.

Vivenciamos o esgotamento do padrão produtivista e mecanicista que caracterizou as atividades das organizações no século XX, de tal forma que as estruturas rigidamente hierárquicas passam a ser substituídas por estruturas descentralizadas e formação de redes colaborativas. Ainda que na prática muito autoritarismo possa ser encontrado nas relações trabalhistas, no discurso as instituições mostram-se mais liberais e mais participativas. Assim, as trocas linguageiras, o discurso, as trocas simbólicas, a construção de sentidos no contexto organizacional torna-se objeto de pesquisa científica.

Dessa forma, recuperar o estado da arte dos estudos de comunicação organizacional, no Brasil, na perspectiva da linguagem e do discurso por meio de trabalhos desenvolvidos por pesquisadores reconhecidos por importantes instituições da área: Intercom (Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação), Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) e Abrapcorp (Associação Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas) é o foco deste estudo.

Neste momento apresentamos os resultados da primeira etapa da pesquisa, qual seja, o mapeamento dos trabalhos apresentados nos GTs de comunicação organizacional, vinculados a essas três associações, destacando os trabalhos que abordam a perspectiva da linguagem e do discurso. Assim, buscam-se elementos para traçar um diagnóstico da pesquisa que envolve comunicação organizacional nas três associações propostas (Intercom/Compós/ Abrapcorp).

Em uma segunda fase, propõe-se examinar os principais referenciais teóricos utilizados nesses trabalhos, relacionando os principais conceitos de linguagem e de discurso utilizados nessas pesquisas ao proceder a uma leitura subsidiada na Análise de discurso dos textos selecionados.



### AS ASSOCIAÇÕES PESQUISADAS

A Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – fundada em 1991, é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, congregando como associados os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil. Segundo informações da Associação, seus objetivos são:

[...] o fortalecimento e qualificação crescentes da Pós-Graduação em Comunicação no país; a integração e intercâmbio entre os Programas existentes, bem como o apoio à implantação de novos Programas; o diálogo com instituições afins nacionais e internacionais; o estímulo à participação da comunidade acadêmica em Comunicação nas políticas do país para a área, defendendo o aperfeiçoamento profissional e o desenvolvimento teórico, cultural, científico e tecnológico no campo da Comunicação (COMPÓS, *online*).

A Compós mantém o intercâmbio acadêmico entre os pesquisadores dos vários Programas, realizando “Encontros Anuais, estruturados sob a forma de Grupos de Trabalhos (GTs), onde são apresentados e debatidos estudos que buscam refletir sobre o avanço científico, tecnológico e cultural no campo da comunicação” (COMPÓS, *online*). No período de 2011 a 2014 o GT denominado “Comunicação em Contextos organizacionais” concentrou grande parte das pesquisas realizadas nessa área, nos programas de pós-graduação em comunicação do país. Porém, certamente outros trabalhos que também poderiam figurar naquele espaço estiveram espalhados em outros GTs, da mesma forma que aconteceu antes de 2011 e a partir de 2015, quando esse GT não foi reconduzido no sistema de reativagem efetuado pela associação no encontro de 2014, em Belém. Dessa forma, nossa busca centra-se nesse período de funcionamento desse GT, que tratou de forma mais particular da comunicação organizacional nas suas diferentes abordagens.

A Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – fundada em 1977, diferentemente da Compós, que prioriza a pesquisa no nível da pós-graduação, estimula o desenvolvimento de produção científica não apenas entre mestres e doutores, mas também entre alunos e recém-graduados em Comunicação.

## COMUNICAÇÃO ORGÂNICA NA SOCIEDADE

“Além de encontros periódicos e simpósios, a Instituição promove um Congresso Nacional – evento de grande prestígio na área de pesquisa em Comunicação, que recebe média de 3.500 pessoas anualmente, entre pesquisadores e estudantes do Brasil e do exterior” (INTERCOM, *online*). As pesquisas apresentadas são organizadas, desde 2000 em Grupos de Pesquisa (GPs), resultantes das reestruturações dos Grupos de Trabalho (GTs). Interessa-nos para este estudo o GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, no período de 2011 a 2014 (o mesmo período a ser pesquisado na Compós).

Diferentemente das duas Instituições apresentadas anteriormente, que tratam da Comunicação Social de forma ampla, a ABRAPCORP – Associação Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – tem seu estudo focado no ambiente corporativo. Fundada em 2006, sob a liderança da prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Margarida M. Krohling Kunsch, com o objetivo de fomentar a realização e a divulgação de pesquisas científicas, vem desenvolvendo publicações, congressos, eventos e diversas atividades. Interessa-nos para este estudo os trabalhos apresentados no Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, que em 2015 teve sua nona edição. Recortamos o período de 2011 a 2014, mesmo período pesquisado nos congressos da Intercom e Compós. Os trabalhos são apresentados em seis grupos de pesquisas, todos eles, evidentemente, interessados no contexto das organizações, ainda que não especificamente no recorte discursivo, que aparece com maior ênfase no GT “Comunicação, Identidade e discursos”, mas não com exclusividade.

### ORGANIZAÇÕES E DISCURSOS

Aprimorar-se no estudo da linguagem como fator de interação social, significa capacitar-se para atuar socialmente como profissional e como cidadão, reconhecendo que nas mensagens há muito além do que é dito explicitamente:

Nenhum texto apresenta de forma explícita toda a informação necessária à sua compreensão: há sempre elementos implícitos que necessitam ser recuperados pelo ouvinte/leitor por ocasião da atividade de produção do sentido. Para tanto, ele produz inferência: isto é, a partir dos elementos que o texto contém, vai estabelecer relação com aquilo que o texto implica (KOCH, 1995, p.26).

## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

