

O ensino de teorias da Comunicação Organizacional em cursos de Comunicação no Brasil

The teaching of Organizational Communication Theories in Communication courses in Brazil

João José Azevedo Curvello¹

joaocurvello@unb.br

Universidade de Brasília, Brasil

Recepción: 15/10/2017 Revisión: 23/05/2018 Aceptación: 27/06/2018 Publicación: 30/06/2018

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-15-2018-05-63-84>

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de levantamento realizado por meio digital no mês de julho de 2017, junto a um grupo de pesquisadores e professores de cursos de Comunicação no Brasil, com o objetivo de conhecer quais teorias da comunicação organizacional influenciam os estudos desenvolvidos no Brasil e como são apropriadas na pesquisa e no ensino nos cursos de Relações Públicas, Comunicação Organizacional, Jornalismo e outros ofertados por instituições de ensino brasileiras.

Palavras-Chave: Teorias de Comunicação Organizacional, Ensino de Comunicação, Epistemologia da Comunicação.

Abstract

This article presents the results of a digital survey conducted in July 2017, together with researchers and professors of Communication courses in Brazil, to know which organizational communication theories influence the studies developed in Brazil and how they are appropriate in research and teaching in the courses of Public Relations, Organizational Communication, Journalism and others offered by Brazilian educational institutions.

Key words: Organizational Communication Theories, Communication Teaching, Communication Epistemology.

¹ João José Azevedo Curvell, professor-Adjunto no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e no Curso de Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília. Trabalho patrocinado por CNPq – Brasil.

Sumário

1. Introdução
2. Marco teórico
3. Metodologia
4. Resultados
5. Discussão e conclusões
6. Referências

Summary

1. Introduction
2. Theoretical framework
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo resulta de pesquisa realizada com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Brasil sobre as teorias da comunicação organizacional adotadas e/ou desenvolvidas por pesquisadores e docentes brasileiros tanto nos textos por eles produzidos como naqueles compartilhados com os discentes de graduação e de pós-graduação. Nas primeiras etapas dessa pesquisa foram mapeados e analisados 498 artigos publicados nos congressos da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), nos encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS) e na revista *Organicom*, mantida pela Universidade de São Paulo e pela Associação Brasileira de pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), entre os anos de 2007 e 2014, o que permitiu identificar tendências temáticas, teorias, escolas e autores mais aplicados, bem como conhecer os principais centros difusores e as ainda incipientes redes de colaboração.

A última etapa da pesquisa compreendeu o questionamento aos professores de cursos vinculados à área de Comunicação, como Relações Públicas, Jornalismo, Comunicação Organizacional, Publicidade e Propaganda e outras habilitações ainda existentes nas faculdades e universidades brasileiras, sobre quais seriam as principais teorias apresentadas aos alunos, quais os fundamentos que seriam exigidos desses estudantes, e também um

questionamento sobre a existência, ou não, de disciplinas específicas que tratassem da comunicação organizacional.

É sobre essa última etapa que este texto se debruça, com o objetivo de expor e discutir os rumos do ensino de teorias nos cursos de perfil mais aplicado e, também, saber se as abordagens teóricas trabalhadas nas pesquisas dos docentes migram para a sala de aula dos cursos de graduação ou ficam restritas aos eventos, aos periódicos e aos programas de pós-graduação. Nossa intenção é a de conhecer em que contextos, com que finalidades, os professores recorrem às Teorias. Destacamos, contudo, que não faz parte do escopo deste trabalho discutir como, pedagógica e didaticamente, os conteúdos teóricos são trabalhados individualmente pelos docentes.

2. MARCO TEÓRICO

Não são poucas nem recentes as revisões teóricas realizadas no campo. Autores como Guetzkow (1965), Thayer (1967), Porter e Roberts (1976), Richetto (1977), Denis III, Goldhaber e Yates (1978), Goldhaber, Porter, Yates e Lesniak (1978), Redding (1979), Jablin, Putnam, Roberts e Porter (1987), Redding e Tompkins (1988), Lite (1997), Almeida (1981, 1998), Kunsch (2014), Scrofernecker (2006, 2011), Curvello (2002, 2016, 2017), Jones, Watson, Gardner e Gallois (2004) e Mourão, Miranda e Gonçalves (2016), articulam os principais conceitos e teorias desenvolvidos na área de comunicação organizacional, autores e escolas, desde uma perspectiva histórica e evolutiva, até análises classificatórias com a intenção de demarcar as principais tradições epistemológicas.

A partir da revisão desenvolvida por Almeida (1998), dedicada às principais revisões internacionais sobre a comunicação organizacional, pode-se observar que entre os temas explorados nas pesquisas produzidas desde a década de 1940 até o final do século XX destacavam-se: os estudos matemáticos da comunicação; as análises de conteúdo de mensagens; estudos dos efeitos de redes simuladas de comunicação nas organizações; estudos de clima na comunicação organizacional; fluxos da informação através das redes informais de comunicação nas empresas; a teoria magnética; os estudos sobre relacionamentos interpessoais nas organizações; estudos de comunicação interorganizacional; estudos de comunicação e desenvolvimento organizacional; e gradativa

introdução, a partir da década de 1970, de temáticas ligadas à presença feminina nas organizações, as relações com as minorias.

Antes, Porter & Roberts (1976) afirmavam que: (a) não existem teorias ou sistemas conceituais compreensivos nem profundamente adequados para explicar a natureza da comunicação em organizações; (b) as descobertas da pesquisa em Psicologia Social, relativas à comunicação interpessoal e à mudança de atitude são de uso apenas restrito para quem se preocupa com a comunicação organizacional; (c) os estudos de laboratório sobre redes de comunicação parecem já ultrapassados, com pouca coisa realmente nova ou interessante surgindo daí nos últimos anos; (d) as pesquisas sobre comunicação nos ambientes organizacionais reais, realizadas até agora, não parece terem penetrado no âmago dos problemas de comunicação organizacional; (e) é extremamente necessário que abordagens metodológicas mais variadas e inovadoras surjam no estudo da comunicação organizacional, do contrário o campo corre o risco de se tornar estéril e improdutivo; e (f) a comunicação representa uma área subteorizada e subpesquisada que oferece excelentes oportunidades para futuras contribuições ao crescente corpo de conhecimentos sobre o comportamento em organizações.

Já em texto mais recente, elaborado sobre o estado da arte da pesquisa nos EUA, Jones, Watson, Gardner e Gallois (2004), já percebem um cenário de inovação teórica e metodológica, por meio do cruzamento de métodos e teorias. Também é possível detectar um incremento no estudo dos contextos, novos tratamentos da questão Ética, além da mudança do nível micro-organizacional para as abordagens macrosociais, incorporando algo que para os pesquisadores brasileiros, particularmente, devido à associação umbilical existente no País entre a área de Comunicação Organizacional e a de Relações Públicas, já vinha sendo pesquisado nos contextos organizacionais: a comunicação com públicos externos e as estratégias de manutenção da imagem e da reputação. Os autores também destacam estudos de novas estruturas organizacionais e tecnologias, impactos das Tecnologias da Informação e da Comunicação, gestão do conhecimento e análise de mídias e redes sociais digitais. Continuam sendo importantes os estudos de compreensão da comunicação nos processos de mudança organizacional, de análise da diversidade e da comunicação intergrupala, estudos sobre identidades e diversidades.

Destaque-se, também, as diversas contribuições teóricas brasileiras (Oliveira, Pennini & Mourão, 2015), como as de Rudimar Baldissera sob a lente da complexidade; de Eugênia Barichello, com estudos sobre legitimidade e visibilidade por meio da mídiatização; João Curvello e a perspectiva sistêmico-comunicacional das organizações; Márcio Simeone Henriques e suas contribuições sobre mobilização social, formação de público e opinião pública; Luiz lasbeck e sua tese sobre a comunicação como construção de vínculos e seu potencial na administração das identidades; Margarida Kunsch que propõe a junção da Comunicação Organizacional com as Relações Públicas e pelo conceito de Comunicação integrada; Ivone Oliveira e o enfoque na comunicação no contexto das organizações; Cleusa Scroferneker, com a ênfase no Paradigma da Complexidade, o conceitual e o operacional na comunicação.

Já Kunsch (2014), ao discorrer sobre a produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil, centra o foco na importância de considerar o ambiente socioeconômico para situar as práticas da comunicação organizacional, no poder que a comunicação exerce na era digital com todo o aparato das inovações e implementações tecnológicas. A autora também analisa os paradigmas nos estudos da comunicação organizacional, principalmente as transformações da visão linear para uma prática interativa, explorando as dimensões instrumental, humana, cultural e estratégica.

Mourão, Miranda & Gonçalves (2016) também contribuem para o mapeamento da teorização da comunicação organizacional, reconhecendo que como área de estudos que provém da prática para a academia, é ainda um campo em construção. Na revisão teórica que realizam, baseiam-se na modelagem desenvolvida e proposta por Deetz (2001), de quatro paradigmas: Paradigma Positivista (o discurso dos estudos normativos e prescritivos das boas práticas e condutas profissionais com foco no sucesso organizacional); Paradigma Interpretativo (o discurso dos estudos interpretativos, sob o argumento de que aos pesquisadores caberia a observação e interpretação dos fenômenos organizacionais e de que agir assim significaria também intervir nas organizações); Paradigma Crítico (o discurso dos estudos críticos, com ênfase no questionamento das ideologias, das instituições, dos interesses e das identidades); e o Paradigma Dialógico (a abordagem pós-moderna, que pretende desmascarar e desconstruir mitos e assunções, para abrir o leque de possibilidades de novos entendimentos e processos).

Dessas revisões e do levantamento realizado junto à produção de autores brasileiros (Curvello, 2018), evidencia-se a diversidade de temas explorados no campo, como legitimação, branding, gestão de marca, relações comunitárias, o midiático e o não-midiático, responsabilidade social, eventos e megaeventos, ética, consumo, vigilância social, transparência, pragmática, desde óticas mais engajadas até análises críticas. Das teorias, destacam-se Estudos Culturais (Hall, 2003), Paradigma da Complexidade (Morin, 1996) Mídiação (Fausto Neto, 2010), Teorias Semióticas - da Cultura (Machado, 2003), Discursiva (Greimas, 1971), Peirceana (Peirce, 2010), Social (Verón, 1987) -, Teoria Crítica (Habermas, 1987; Adorno & Horkheimer, 1985; Honneth, 2014) e Teoria dos Sistemas Sociais (Luhmann, 2007). Já teorias específicas do campo, como a abordagem CCO (Communication Constitutes Organization), Interpretativista, Relacional, Comunicação Organizacional Crítica, entre outras, aparecem com menor frequência. Percebe-se que os autores se baseiam em teorias mais aplicadas em outras áreas de Comunicação e mesmo das Ciências Sociais e Humanas. A partir daí, é possível inferir que o campo da comunicação organizacional está mais aproximado, hoje, dos estudos comunicacionais de perfil mais genérico do que no passado, quando se alinhavam mais às áreas de administração e de estudos organizacionais (ainda que essa vinculação continue representativa, como é possível atestar pelo gráfico da figura 5 mais adiante).

3. METODOLOGIA

Quanto à natureza, a presente pesquisa se enquadra no perfil de pesquisa aplicada, com base no método indutivo, com objetivos exploratório e descritivo, utilizando como procedimentos técnicos pesquisa bibliográfica, documental a dados secundários e entrevista por meio de questionário online. Quanto à abordagem, o questionário foi estruturado com cinco perguntas fechadas, seis perguntas abertas, e três perguntas fechadas com opção de resposta aberta. Com essas características, o instrumento se enquadra na categoria quali-quantitativa. Os tipos de questão predominantes foram “o que”, o “por que” e o “como”, na tentativa de identificar quais teorias são ensinadas e como e por que são trabalhadas em aula.

A pesquisa foi aplicada por meio de um questionário via *internet*, criado através da ferramenta *Online Pesquisa* (www.onlinepesquisa.com) que gerou um *link* de acesso à

pesquisa, que convidava o entrevistado a responder ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido com um clique, informando estar “de acordo” a responder a pesquisa voluntariamente. Posteriormente, o sistema abria um formulário *on-line*, programado para que o sujeito da pesquisa apenas selecionasse as respostas referentes às perguntas, com um clique na opção correspondente, e que também inserisse sua opinião no caso de perguntas abertas. O termo de consentimento livre e esclarecido explicitava informações como: objetivo da pesquisa, justificativa, a liberdade de recusa ao preenchimento e demais informações pertinentes ao pesquisado que sejam necessárias para atender aos requisitos éticos da pesquisa.

A convocação para participação e colaboração na pesquisa foi emitida no dia 09 de julho de 2017, mediante postagem no Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas do Facebook, que contava naquela data com 316 membros cadastrados, dentre eles docentes e pesquisadores que têm participado de forma assídua dos encontros da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). O questionário permaneceu aberto a respostas até 31 de julho de 2017. A opção pelo envio a esse grupo se justifica pela presença majoritária de docentes de perfis diferenciados (jovens e experientes professores, atuando em Faculdades e Universidades públicas, privadas, comunitárias e confessionais).

Segundo Malhotra (2006), as pesquisas realizadas com auxílio da Internet devido aos menores custos, rapidez e abrangência são utilizadas com frequência crescente, porém esse método apresenta, ainda, desvantagens que precisam ser levadas em conta para que sejam minimizadas. A principal delas é o baixo índice de retorno, certamente por se tratar de questionário autoaplicável, sem o auxílio nem a intervenção direta do pesquisador. Nesse aspecto, a taxa de retorno do nosso questionário ficou 18,03% da amostra escolhida. Esse número pode ser explicado porque a chamada para a participação na pesquisa se destinou prioritariamente aos professores que ministram disciplinas do núcleo teórico dos cursos. Desde a implantação das novas diretrizes curriculares para os cursos de Jornalismo e de Relações Públicas, no entanto, a quantidade de disciplinas de perfil teórico ou se manteve em níveis inferiores a um terço do total ou foi reduzida, dada característica mais aplicada dos novos cursos com currículos específicos, centrados nas profissões, que acabaram em determinados casos provocando uma separação do núcleo geral da Comunicação Social.

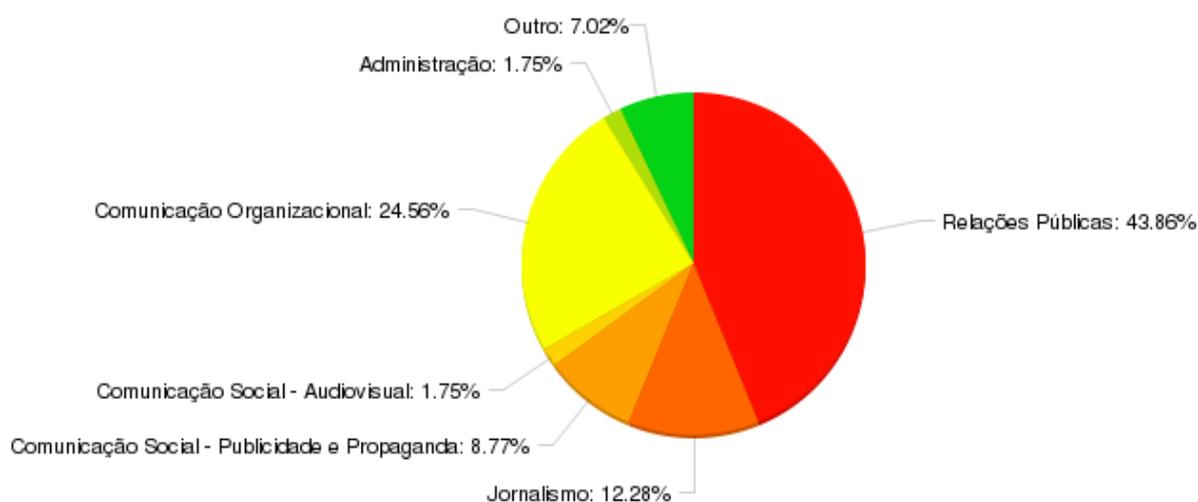
No total, foram respondidos e validados 57 questionários, após aplicados os critérios de exclusão: não entrega/resposta do questionário, por parte do respondente; questionários devolvidos em branco, questionários com menos de 50% de preenchimento.

Considerando o tamanho da amostra e o total de respondentes, conseguimos um intervalo de confiança de 11.77%, com base em um nível de confiança de 95%. Ressalte-se que esses dados não correspondem diretamente à amostra utilizada, mas representa uma amostra aleatória de mesmo tamanho.

4. RESULTADOS

Dos respondentes, 43,86% atuam em cursos de Relações Públicas, 24,56% em cursos de Comunicação Organizacional, 12,28% em cursos de Jornalismo, 8,77% em cursos de Comunicação Social/Publicidade e Propaganda, conforme podemos verificar na figura a seguir:

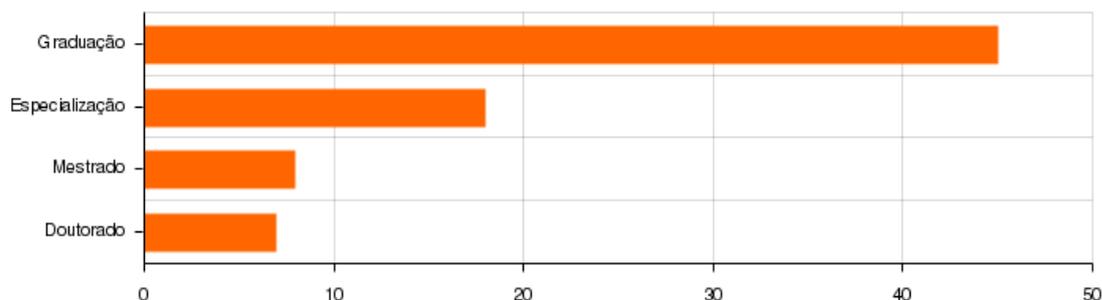
Figura 1. Vínculos dos docentes



Fonte: Elaboração própria, 2017.

A maior parte dos docentes (88,2%) ministra aulas nos cursos de graduação:

Figura 2. Níveis de atuação dos docentes



Fonte: Elaboração própria, 2017.

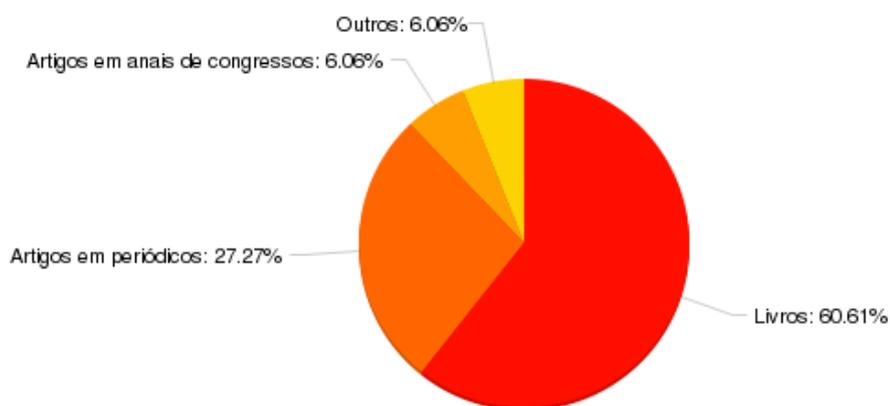
Os respondentes estão vinculados a diferentes Instituições de Ensino Superior, tais como: Centro Universitário Sant'Anna; Escola Superior de Jornalismo; Escola Superior de Propaganda e Marketing, Fundação Armando Álvares Penteado, Universidade Anhembi Morumbi, Faculdades Integradas Rio Branco, FAE Centro Universitário, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, Universidade Feevale, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Universidade Católica de Brasília, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal do Paraná, Universidade Federal Tecnológica do Paraná, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade de Brasília, Centro Universitário de Brasília, UniRitter, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Universidade do Estado de Minas Gerais, Universidade Estadual de Londrina, Universidade Federal de Goiás, Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade Federal do Amazonas, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Recôncavo Baiano, Unopar, Universidade de São Paulo. A distribuição regional espelha a concentração de cursos nas regiões Sudeste e Sul do Brasil, conforme atestado por Ferrari (2017). Entre as instituições representadas na amostra, 21 estão nessas regiões. As demais sete instituições estão no Nordeste (2), Centro-Oeste (4), Norte (1).

Cinquenta e três por cento dos professores consultados afirmam existir disciplina específica sobre teorias da comunicação organizacional nos respectivos cursos em que atuam. Outros 47%, afirmam que não, mas, entre esses, 15,8% afirmam trabalhar com as referidas teorias em outros contextos e em outras disciplinas como: Pesquisa de Opinião em Relações Públicas, Webwriting para Comunicação Organizacional Integrada, Comunicação Organizacional 1, Comunicação Organizacional 2 e Projeto 1, Mídia, Gestão de Mídias

Digitais e Gestão de Marcas, Teorias e Técnicas de Relações Públicas, Assessoria de Comunicação, Cultura e Poder nas Organizações, Teoria das Relações Públicas, Gestão da Comunicação nas Organizações e Assessoria e Consultoria em Comunicação, Ética, Discurso Comunicacional e Estratégias Corporativas.

As principais fontes utilizadas pelos professores em sala de aula para apresentar as teorias da comunicação organizacional são os livros, seguidos de artigos em periódicos, conforme podemos conferir na Figura 3:

Figura 3. Fontes de informação



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Trinta e cinco por cento dos respondentes também considera necessário que os estudantes tenham aulas de fundamentação prévia para cursar teorias da comunicação organizacional. Entre esses conhecimentos prévios se destacam: noções das teorias de comunicação em geral que possam ser discutidas à luz do subcampo da comunicação organizacional; teorias da Comunicação stricto sensu; psicologia, antropologia e sociologia básicas; teoria das Relações Públicas; teoria das representações; teoria dos públicos; pensamento filosófico; teorias do Jornalismo; Teoria Sistêmica; Teorias Administrativas. Um dos respondentes afirma que: “se os alunos não tiverem o mínimo de conhecimento sobre as teorias e não puderem formar senso crítico, dificilmente conseguirão avançar nos estudos sobre comunicação organizacional e entender sua ação estratégica nas organizações”.

Os respondentes foram instados, ainda, a explicar quais seriam os principais objetivos e como e por que trabalham com as Teorias da Comunicação Organizacional nas suas disciplinas (vide tabela 1):

Tabela 1. Objetivos da disciplina Teorias da Comunicação Organizacional

Como e por que os professores trabalham com as Teorias de Comunicação Organizacional	
Ênfase	Depoimentos
Trabalho com as Teorias como Recurso para a Investigação	<p>Compreender os processos que norteiam a comunicação no contexto das organizações e as teorias que a sustentam.</p> <p>Examinar, à luz dos conceitos de informação, mensagem e comunicação qual noção se pode construir hoje, à luz do novo ecossistema digital, considerando que comunicação é insumo estratégico para gestar, gerir e - se possível - perenizar o relacionamento de uma organização (independentemente de sua natureza) com os públicos estratégicos.</p> <p>Desenvolvimento de pesquisas na área e embasamento para refletir as práticas profissionais</p> <p>Entender como se dá o fluxo da comunicação dentro de qualquer tipo de organização, bem como determinar quais as atividades comunicacionais são as mais eficazes.</p>
Trabalho com as Teorias como campo construído e consolidado a ser apresentado aos alunos	<p>Apresentar matrizes teóricas mais difundidas mundialmente e em especial na América Latina;</p> <p>Apresentar aos discentes as principais perspectivas teórico-metodológicas que constituem os estudos de comunicação organizacional brasileiros e internacionais.</p> <p>Apresentar os principais teóricos do campo da comunicação organizacional, suas influências e interfaces com a realidade das organizações contemporâneas;</p> <p>Apresentar ao estudante o campo de estudo e as possibilidades que a área abrange e proporciona;</p> <p>Apresentar uma perspectiva histórica dos estudos de comunicação organizacional e relações públicas, notadamente no contexto brasileiro;</p> <p>Expor os aportes teóricos de um campo de estudo e de atuação do profissional de comunicação.</p> <p>Fornecer embasamento teórico para sustentação da disciplina como uma base de conhecimento consolidada.</p> <p>Proporcionar aos estudantes de comunicação e jornalismo a entender a evolução dos estudos sobre gestão da comunicação organizacional, frente às expectativas da sociedade e das organizações;</p> <p>Trabalhar paradigmas e correntes de pensamento sobre o pensamento comunicacional em contextos organizacionais.</p>
Trabalho com as teorias como insumo para reflexão crítica e	<p>Refletir, tensionar e debater os aportes teórico-metodológicos dessas com as atividades práticas dos alunos, principalmente com os respectivos projetos de pesquisa desenvolvidos;</p> <p>Desenvolver capacidade reflexiva e crítica sobre os fenômenos da</p>

debate	<p>comunicação nas e das organizações; Discutir a gênese e os desafios atuais das perspectivas epistemológicas da área de Comunicação Organizacional; Refletir sobre suas potencialidades para a comunicação organizacional, sua atualidade e fertilidade para compreender as materializações comunicacionais; desenvolver competências e habilidades de análise e crítica qualificada nos alunos; Caracterizar e discutir sobre as distintas perspectivas da comunicação organizacional identificando suas aplicações nas práticas de comunicação das organizações; Refletir sobre as implicações dessas perspectivas nas relações das organizações com seus distintos públicos; Discutir as visões críticas emergentes no estudo da comunicação aplicado às dinâmicas relacionais do mundo do trabalho e das organizações contemporâneas: negociação, mediação de conflitos, argumentação e diálogo; Fomentar o espírito crítico e reflexivo dos alunos perante os conceitos da comunicação organizacional.</p>
--------	---

Fonte: Elaboração própria, 2017.

Dentre as teorias, conceitos, escolas e autores trabalhados nos cursos em que atuam os respondentes, o mais citado é o conceito de Comunicação Integrada desenvolvido por Kunsch (2003), como uma espécie de paradigma persistente. A presença desse modelo pode ser justificada porque é ao mesmo tempo uma proposta filosófico-conceitual, que descreve os principais subsistemas da comunicação organizacional (institucional, mercadológico, interno/administrativo), e uma proposta de intervenção, que sugere uma estrutura formal de estruturação da gestão e da prática comunicacional nas organizações.

Outras referências listadas pelos respondentes podem ser agrupadas a partir da classificação de Deetz (2001, apud Mourão, Miranda & Gonçalves, 2016). O referido autor considera quatro paradigmas como predominantes nos estudos de Comunicação Organizacional, ora orientados para o consenso ora para o dissenso: o paradigma positivista; o paradigma interpretativo; o paradigma crítico, e o paradigma dialógico.

Sob o paradigma positivista, é possível identificar construtos teóricos como os modelos de RP e a teoria da excelência, derivada do “excellence study” de Grunig (2008); teorias do planejamento, o paradigma transmissivo, entre outros. Também são referenciadas tradições teóricas vinculadas ao paradigma interpretativo, como os modelos de análise da comunicação organizacional: a) comunicação organizacional como transferência de

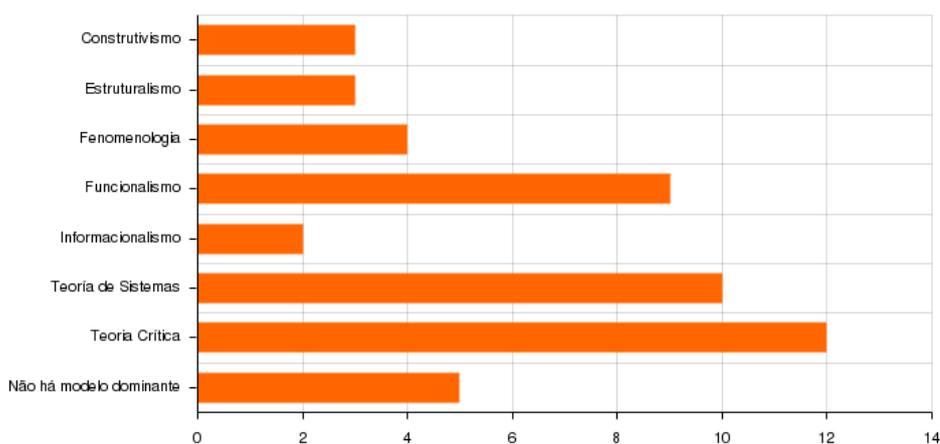
informação, b) como processo transacional, c) como estratégia de controle, d) como equilíbrio entre criatividade e constrangimento/coação/sujeição e e) como espaço de diálogo; as metáforas de Linda Putnam (conduíte, lente, discurso, símbolo, performance etc.); as dimensões da comunicação organizacional (instrumental, humana, estratégica); os estudos da Escola de Montreal, da Escola de Palo Alto e da Escola de Louvain; estudos de interface com a Cultura Organizacional, o paradigma relacional. Sob o paradigma crítico, são referenciados estudos sobre relações no mundo do trabalho, teoria crítica (as três gerações da escola de Frankfurt e a teoria crítica da Comunicação Organizacional). Já quanto ao paradigma dialógico, que “ficou conhecido por rejeitar as noções de autoridade e poder, estabilidade de significados e conceitos de eficácia; representando uma alienação relativamente ao passado, um ceticismo acerca das estruturas de autoridade, ambiguidade de significados e cultura de massas” (Schockley Zalabak, 2012, citado por Mourão, Miranda & Gonçalves, 2016, p. 82), é possível associar o paradigma da complexidade, os estudos sistêmicos, a própria teoria CCO (Communication Constitutes Organization), o paradigma relacional, os estudos de RP em contexto de cibercultura.

Dos principais autores internacionais citados destacam-se, na ordem, James Grunig, James Taylor; Linda Putnam, Dennis Schoeneborn, Dennis Mumby; Michael J. Papa, Tom D. Daniels, Barry K. Spiker; Gareth Morgan; Eric M. Eisenberg (Author), H. L. Goodall; Gerald Goldhaber, Cees Van Riel, Jean-François Chanlat, Rafael Pérez, Sandra Massoni, Dan Lattmore. Niklas Luhmann, Clifford Geertz, Walter Lippmann, Edgar Morin, Dominique Wolton, Manuel Castells.

Já entre os autores nacionais, os mais referenciados foram: Margarida Kunsch, Wilson da Costa Bueno, Rudimar Baldissera, Cleusa Scroferneker, João Curvello, Marlene Marchiori, Gaudêncio Torquato; Ivone de Lourdes Oliveira, Fábria Lima, Cíclia Peruzzo, Mitsuru Yanaze, Roberto Simões, Luiz Mauro Sá Martino, Cândido Teobaldo, Carolina Terra e Francisco Rüdiger.

Quanto aos modelos teóricos que podem ser aplicados às teorias da comunicação organizacional, os respondentes destacaram a Teoria Crítica, a Teoria Sistêmica e o Funcionalismo como predominantes, conforme podemos observar na Figura 4 abaixo:

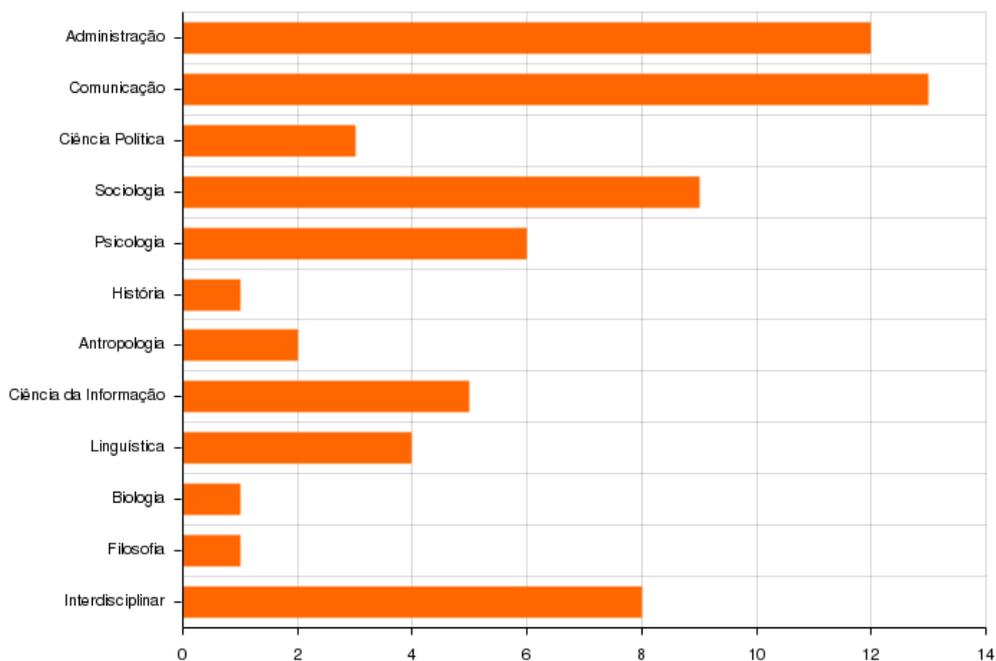
Figura 4. Modelos teóricos



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Outra questão feita aos professores foi sobre as origens das principais contribuições às teorias da comunicação organizacional. Nesta questão, surgem a Comunicação, como a mais referenciada, seguida da Administração, da Sociologia, de contribuições interdisciplinares, da Psicologia, da Ciência da Informação, conforme podemos observar na Figura 5:

Figura 5. Áreas que contribuem para a teorização da comunicação organizacional



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Por fim, quando perguntados se haveria um paradigma dominante nos estudos de comunicação organizacional, os professores listaram: Perspectiva interpretativa, com destaque para o interacionismo simbólico, que atualmente é explorado pela Escola de

Montreal; Constituição Comunicativa das Organizações; Paradigma Crítico; Paradigma da Complexidade; Teoria dos Sistemas Político-funcionalista; e a Comunicação Integrada.

5. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Ainda que as temáticas sejam pertinentes ao campo da comunicação organizacional, percebe-se que os professores que responderam ao questionário, provavelmente devido às suas diferentes origens e motivações de pesquisa, têm balanceado teorias próprias do campo da Comunicação Organizacional, tanto de origem estrangeira como desenvolvidas nos programas de pós-graduação brasileiros (vide Curvello, 2018), com teorias clássicas e atuais das Relações Públicas, além de teorias mais aplicadas em outros campos da área de Comunicação e mesmo das Ciências Sociais e Humanas. As pesquisas derivadas dos estudos organizacionais no âmbito da Sociologia, e da gestão, no âmbito da Administração, continuam presentes, embora já não sejam predominantes no ensino da Comunicação Organizacional como no passado.

Uma das hipóteses para esta reconfiguração está no processo de institucionalização da pesquisa sobre Comunicação Organizacional no Brasil, resultante da atuação dos pesquisadores nos grupos de trabalho e de pesquisa instalados nas associações científicas da área como Intercom, Abrapcorp e Compós, mas também da proliferação de novos cursos de mestrado e de doutorado com linhas de pesquisa direta ou indiretamente relacionadas com o campo.

A partir da constatação de que teorias trabalhadas no âmbito da pesquisa de pós-graduação e compartilhadas nos eventos e periódicos da área (Curvello, 2018) foram igualmente referenciadas pelos respondentes, é possível inferir que teorias, conceitos e aportes oriundos desses cursos têm se refletido no ensino de graduação, pelo menos naquelas instituições cujos docentes participaram desta pesquisa.

É ainda alentador o fato de que a maior parte dos cursos a que os respondentes estão vinculados contem com disciplinas de Teorias da Comunicação Organizacional, ou mesmo que trabalhem as referidas teorias em outras disciplinas e contextos.

Outra constatação confirmada na pesquisa é a de que o campo da comunicação organizacional brasileiro está mais aproximado, hoje, dos estudos comunicacionais do que no passado, quando se alinhava mais às áreas de administração e de estudos organizacionais, como pudemos atestar a partir da leitura das diversas revisões teóricas e mesmo das apropriações teóricas no ensino pelos professores respondentes desse inquérito. Isso não quer dizer que os aportes do campo da gestão tenham sido subsumidos, mas o fato de compartilharem a atenção dos pesquisadores e professores sinaliza que a Comunicação Organizacional se afirma como um dos contextos da pesquisa comunicacional.

Destaque-se a forma como as teorias têm sido trabalhadas em sala de aula pela amostra de respondentes: como suporte para a pesquisa e investigação; como referenciais paradigmáticos que precisam ser conhecidos e aprendidos pelos estudantes e futuros profissionais por servirem de guias para as boas práticas, mas também como conteúdos que fomentam a reflexão e o debate sobre as questões profissionais e sobre as complexas relações que se estabelecem entre organizações e ambiente. O que sinaliza a importância de perceber a teoria não como mera abstração, mas como insumo para uma práxis transformadora do contexto das organizações.

Outra constatação da pesquisa é que entre os diferentes modelos teóricos aplicados, os professores brasileiros que responderam à pesquisa entendem que tanto a Teoria Crítica como a Teoria de Sistemas são aportes que começam a aparecer como tendências relevantes no ensino de Comunicação no Brasil, ainda que a perspectiva funcionalista, devido ao caráter mais aplicado do ensino de graduação, principalmente, ainda apareça como predominante para parcela significativa de docentes.

Mesmo que a pesquisa aqui retratada tenha alcançado uma abrangência nacional na amostra, que atestou a assimetria de oferta de cursos de Comunicação no Brasil, com forte concentração nas regiões Sudeste e Sul, reconhecemos a limitação da amostra e a necessidade de um estudo mais aprofundado, preferencialmente de perfil censitário, junto a docentes de todas as Instituições de Ensino Superior no Brasil para buscar validação e generalização dessas conclusões.

Mesmo que não tenhamos tido como escopo deste trabalho a discussão das questões pedagógicas do ensino de conteúdos teóricos, reconhecemos a necessidade de novos estudos nessa área de interface com a educação, devido sobretudo ao fato de que os programas formadores de recursos humanos para o ensino universitário na área de Comunicação no Brasil simplesmente abdicarem de tratar da formação didática do docente. Forma-se, mesmo com dificuldades e assimetrias, pesquisadores, mas não docentes capazes de compreender e agir sobre os desafios do ensino superior.

Outra limitação encontrada em pesquisas como a que aqui apresentamos é a de lidar com o processo individual e/ou coletivo de subjetivação ativado pela diferenciação entre discursos, percepções, imagens, memórias, crenças e sentidos, ao qual chamamos de subjetividade de cada um dos sujeitos da pesquisa. Essa dimensão impõe ao pesquisador o desafio constante da interpretação do que realmente foi dito e proposto pelos respondentes, com uma base mínima de confiança, mesmo em pesquisas com uso de questionários de múltipla escolha. O que se torna ainda mais complexo quando trabalhamos com pesquisas aplicadas por meio digital, no qual a interação entre pesquisador e sujeito de pesquisa é mediada e distanciada.

Ainda assim, foi possível constatar o nível de engajamento dos docentes que responderam a este inquérito, sobretudo a busca por atualização do repertório de fontes e referências para a área de comunicação organizacional, e o reconhecimento da importância das interfaces com outros campos do conhecimento.

Mais um fator que merece referência é a preocupação crescente com a epistemologia do campo (vide as revisões lidas e referenciadas neste artigo), que se traduz em um esforço levado a cabo por muitos pesquisadores de realização de metapesquisas, com o intuito de mapear, conhecer e classificar as diversificadas contribuições teórico-metodológicas para o campo. A pesquisa que dá suporte a este artigo se inscreve nesse movimento, que busca atestar a evolução de um campo ainda em busca de consolidação e de reconhecimento.

Os desafios para quem trabalha com o ensino de teorias, respeitada a autonomia e a liberdade de cátedra, continuam por se renovar constantemente e passam, entre outras demandas, por reconfigurar o tratamento da interdisciplinaridade, reforçada pelo surgimento de temáticas cada vez mais diversificadas no campo, pela introdução de outros

enfoques teóricos, pela experimentação de novos métodos e pela ampliação do horizonte da formação universitária para além dos domínios profissionais, pois antes de formar mão-de-obra para o mercado o desafio é formar cidadãos éticos, críticos e capazes de transformar as organizações e as sociedades com as quais interagem.

6. REFERÊNCIAS

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. (1985). *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

ALMEIDA, M. A. de (1998). *Comunicação Organizacional: Teoria e Pesquisa. Revisão atualizada*, Brasília: Banco do Brasil.

BARDIN, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, LDA.

CURVELLO, J. J. A. (2002). Estudos de Comunicação Organizacional: entre a análise e a prescrição. In: *Revista Universa da Universidade Católica de Brasília*, Brasília, v. 1, n.10, 23-43.

CURVELLO, J. J. A. (2008). Uma revisão crítica dos paradigmas clássicos da comunicação e de seus impactos nas organizações. In: *Comunicologia-Revista de Comunicação e Epistemologia da UCB*, N. 4, 10-28.

CURVELLO, J. J. A. (2018). Estudos de Comunicação Organizacional no Brasil: metapesquisa sobre teorias, autores e escolas. In: LOPES, M. I. V de; RIBEIRO, N; CASTRO, G.; BURNAY, C. D. (Org.) *XV Congresso IBERCOM 2017: comunicação, diversidade e tolerância (4127-4151)*. 1ed.São Paulo/Lisboa: ECA/USP-FCH/UCP.

CURVELLO, J. J. A.; Oliveira, B. S. (2016). *As Teorias da Comunicação Organizacional nos Artigos Apresentados nos Encontros da Compós de 2011 a 2014*. (Relatório de pesquisa). Brasília: UnB.

DANIELS, T. D.; SPIKER, B.; PAPA, M. (1997). *Perspectives on organizational communication*. Fourth edition. Dubuque, USA: Brown & Benchmark Publishers.

DENNIS III, Harry S., GOLDHABER, Gerald M. & YATES, Michael P. (1978). *Organizational Communication Theory and Research: an Overview of Research Methods*. In: RUBEN, B.D. (Ed.), *Communication Yearbook II* (243-269). New Brunswick.: Transaction-International Communication Association.

EISENBERG, E. M. e GOODALL, JR. H.L. (1997). *Organizational communication:balancing, creativity and constraint*. Second edition. New York: St Martin's Press.

FAUSTO NETO, A. (Org.) (2010). *Midiatização e Processos Sociais – aspectos metodológicos*. Santa Cruz: Edunisc.

FERRARI, M. A. (2017). Pesquisa nacional dos cursos de Relações Públicas no Brasil: práticas dos coordenadores e docentes no processo ensino-aprendizagem. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VII, Nº 14, 43-62. Recuperado el 18 de junio de 2018, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-14-2017-04-43-62>.

GOLDHABER, G. M. (1991). *Comunicación organizacional*. México: Editorial Diana.

GREIMAS, A. J., (1971). Las Relaciones entre la lingüística estructural y la poética. Em SAZBÓN, J. (org). *Lingüística y comunicación*. Buenos Aires: Nueva Visión.

GRUNIG, J. E. (Ed) (2008). *Excellence in Public Relations and Communication Management* New York, USA, Routledge.

GUETZKOW, H. (1965). Communications in Organizations In: MARCH, James G. (Ed.), *Handbook of Organizations*. Chicago: Rand McNally, pp. 534-573.

HABERMAS, J. (1987). *La Teoría de la Acción Comunicativa. Tomos I e II*. Alfaguara, Madrid: Taurus.

HALL, S. (2003). Estudos culturais e seu legado teórico. In: HALL, S. *Da diáspora - Identidades e mediações sociais* (199-218.). Belo Horizonte, Editora UFMG.

HESKETH, J. L. & ALMEIDA, M. A. de. (1980). Comunicação Organizacional: Teoria e Pesquisa. In: *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: FGV, 20 (4), 13-25.

HONNETH, A. Barbarizações do conflito social Lutas por reconhecimento ao início do século 21. *Civitas*, 14 (1), 154-176.

JABLIN, F. M., PUTNAM, L., ROBERTS, K. H. & PORTER, L. W. (Ed.) (1987). Theoretical Issues en JABLIN, F. M., PUTNAM, L ROBERTS, K. H. & PORTER, L. W. (Ed.). *Handbook of Organizational Communication - An Interdisciplinary Perspective* (11-17). Newbury Park: SAGE Publications.

JONES, L., WATSON, B., GARDNER, J., & GALLOIS, C. (2004). Organizational Communication: Challenges for the New Century. *Journal of Communication*, 54(4), 722–750.

KUNSCH, M. M. K. (2014). Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual: In: *Matrizes (USP)*. V. 8 - Nº 2, 35-61.

KUNSCH, M. M. K. (2003). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus.

POZO LITE, M. del (1997). *Cultura empresarial y comunicación interna: su influencia en la gestión estratégica*. Madrid: Fragua Editorial.

KREPS, Gary L. (1990). *Organizational communication: theory and practice*. Second Edition. New York: Longman.

LUHMANN, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. México: Herder.

MACHADO, I. (2003). *Escola de semiótica*. São Paulo: Ateliê Editorial.

MALHOTRA, N. (2006). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman.

MORIN, E. (1996). *O problema epistemológico da complexidade*. Lisboa: Europa-América.

MOURÃO, R.M.; MIRANDA, S. & GONÇALVES, G. (2016). O Estado da Arte da Comunicação Organizacional. *Estudos em Comunicação* nº 23, 69-85. Recuperado el 18 de junio de 2017 de <http://www.ec.ubi.pt/ec/23/pdf/ec-23-04.pdf>

OLIVEIRA, I. de L.; PENNINI, A. e MOURÃO, I. (org.) (2015). *Compreendendo um campo de conhecimento: reflexões epistemológicas sobre a Comunicação Organizacional a partir de autores brasileiros*. Curitiba: Editora CRV.

PAPA, M. J. (1990). Communication Network Patterns and Employee Performance With New Technology. *Communication Research*, 17 (3), 344-368.

PEIRCE, C.S. (2010). *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva.

POOLE, M. S., HOLMES, M., WATSON, R. & DESANCTIS, G. (1993). Group Decision Support Systems and Group Communication. *Communication Research*, 20 (2), 176-213.

PORTER, L.W. & ROBERTS, K.H. (1976). Communication in Organizations. En DUNNETTE, M. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology (1553-1589)*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.

PUTNAM, L., PHILLIPS, N. e CHAPMAN, P. Metáforas da comunicação organizacional. In: CLEGG, S. R., HARDY, C. e NORD, W. R. (Org.) (2004) *Handbook de estudos organizacionais. Ação e análise organizacionais*. Volume 3. São Paulo: Atlas.

REDDING, W. C. (1979). Organizational Communication Theory and Ideology: an Overview En NIMMO, D. (Ed.), *Communication Yearbook III (310-341)*, New Brunswick: Transaction-International Communication Association.

RICHETTO, G. M. (1977). Organizational Communication Theory and Research: an Overview En RUBEN, B.D. (Ed.), *Communication Yearbook I (331-346)*. New Brunswick: Transaction-International Communication Association.

SCROFERNEKER, C. M. A. (2006). Trajetórias Teórico-Conceituais da Comunicação Organizacional. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, nº 31. 47-56, Recuperado el 01 de agosto de 2017, de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3392/265>

SCROFERNEKER, C. M. A. (2011). Contra Tendências Paradigmáticas da Comunicação Organizacional Contemporânea Brasileira. En *20º Compos: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de*

Pós-Graduação, 2011, Porto Alegre. Anais do Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Compós/PPGCOM/FABICO/UFRGS.

THAYER, L. O. (1973). Comunicação e Teoria da Organização En DANCE, F.E.X. (Org), *Teoria da Comunicação Humana / Human Communication Theory - Original Essays/* (94-148) São Paulo: Cultrix.

VERÓN, E. (1987). *La sémiosis social. Fragments d'une théorie de la discursivité*. Paris: Presses Universitaires de Vincennes.

Forma de citar este artículo:

AZEVEDO CURVELLO, J. J. (2018). O ensino de teorias da Comunicação Organizacional em cursos de Comunicação no Brasil. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VIII, Nº 15, 63-84. Recuperado el ____ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-15-2018-05-63-84>.