

## **Análises de práticas discursivas como mediadoras do poder no contexto das organizações: um diálogo entre a semiolinguística e Van Dijk**

**Regina Aparecida Gaspar de Souza Lima\***

### **Resumo**

Pela articulação entre conceitos teórico-metodológicos de Patrick Charaudeau e Teun van Dijk, pode-se constatar que as práticas discursivas são mediadoras de poder no contexto das organizações. Estes autores entendem que o discurso possui elementos que ultrapassam a lingüística e as palavras. Ele está imerso em relações de poder desde o momento de sua produção. A organização é o espaço no qual os discursos se entrecruzam e, estratégias são implementadas com múltiplas possibilidades de elaboração ou não de uma intercessão dialética: a zona de intercompreensão.

### **Abstract**

By considering both theoretical and methodological concepts by Patrick Charaudeau and Teun van Dijk, one can see that discursive practices are mediators of power within organizations. These authors believe that the discourse contains elements which go beyond the linguistics and the words. It is immersed in relations of power from the moment of its production. The organization is the space in which the discourses are interwoven and strategies are implemented with multiple possibilities for the development or not of a dialectic intercession: the zone of mutual understanding.

**Palavras-chave:** análise do discurso, estratégias, contrato de comunicação, organização.

---

\* **É mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC Minas, área de concentração *Interações Midiáticas*.**

## **1 Introdução**

Este trabalho visa a estabelecer um diálogo entre conceitos teórico-metodológicos da semiolinguística, em especial os desenvolvidos por Patrick Charaudeau, no Centro de Análise do Discurso – CAD, da Universidade Paris XIII, e o trabalho multidisciplinar nos Estudos Críticos do Discurso – ECD, de Teun Van Dijk, da Universidade Pompeu Fabra de Barcelona.

Para Charaudeau (2009), a análise da linguagem deve incluir preocupação com as condições de produção, sem as quais não se capta o fenômeno da significação. Apenas com a sintaxe não é possível explicar as expectativas psicossociais que são encenadas no ato da linguagem.

Os estudos de Van Dijk (2008) possuem fundamentação na linguística, mas englobam de forma interdisciplinar as ciências humanas. Como bem perceberam Hoffnagel e Falcone, van Dijk estabelece múltiplos pontos de contato. “Estabelece uma relação explícita entre discurso e sociedade por uma interface cognitiva de modelos mentais e cognições sociais como conhecimentos e ideologias.” (HOFFNAGEL e FALCONE, 2008) .

Dentro da ótica de Charadeau e van Dijk, a organização, torna-se um cenário com um contrato de comunicação próprio e com estratégias específicas que possibilitam ser *encenadas* múltiplas práticas discursivas.

## **2 Contextualização da semiolinguística no ambiente das organizações**

### **2.1 Discurso no âmbito da comunicação**

O discurso se situa dentro do contexto da comunicação, entendida por Bordenave como “a base das relações intersubjetivas do ser humano, além de constituir o principal ponto de apoio de toda a atividade pensante. É um processo intencional, o qual leva o ser humano a interagir com as pessoas e com o mundo que o cerca.”

A língua é a formadora do discurso, mas ele ultrapassa as regras desta como destaca Charaudeau.

Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever o sentido do discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois pólos.” (CHARAUDEAU,2009)

Fernanda de Oliveira Silva destacou que Pêcheux (1997) diferencia a análise do discurso da análise do conteúdo. A análise do discurso envolve a língua, os sujeitos, a história e um projeto político de intervenção de classes, o qual veicula a presença marcante da ideologia nas análises. Ele acredita que as formações discursivas são passíveis de ser caracterizadas pela relação entre classes e pela ideologia.

Dentro da ótica da Análise Crítica do Discurso, os discursos são momentos dentro do processo de produção e reprodução material da vida social. O trabalho social desempenhado pelo discurso é um foco importante da crítica social e materialista. (Fairclough; 2002)

Charaudeau (2009) atribui ao discurso uma perspectiva mais ampla. “O discurso ultrapassa os códigos de manifestação linguageira na medida em que é o lugar da encenação da significação, sendo que pode utilizar, conforme seus fins, um ou vários códigos semiológicos.” (CHARAUDEAU, 2001, p. 25)

A compreensão do discurso passa necessariamente pela percepção do sentido. Como bem lembra Pinto, o sentido está ligado ao contexto de produção de significados.

O sentido é uma direção que a significação pode tomar dependendo das escolhas que o receptor fizer. [...] O sentido é aquilo que a escolha do receptor vai, de certa forma, fazer para que os significados ou as significâncias circulem.”[...] “O sentido é um ser do futuro, um vir-a-ser, Sentido é isso, portanto: futuro significado em contexto ( PINTO ,2008, p.83)

Van Dijk (2008) não concebe o discurso apenas como uma filosofia, uma ideologia ou um movimento social. Para ele, discurso é primeiramente um evento comunicativo específico, em geral, e uma forma oral ou escrita de interação verbal ou uso da língua, em particular.

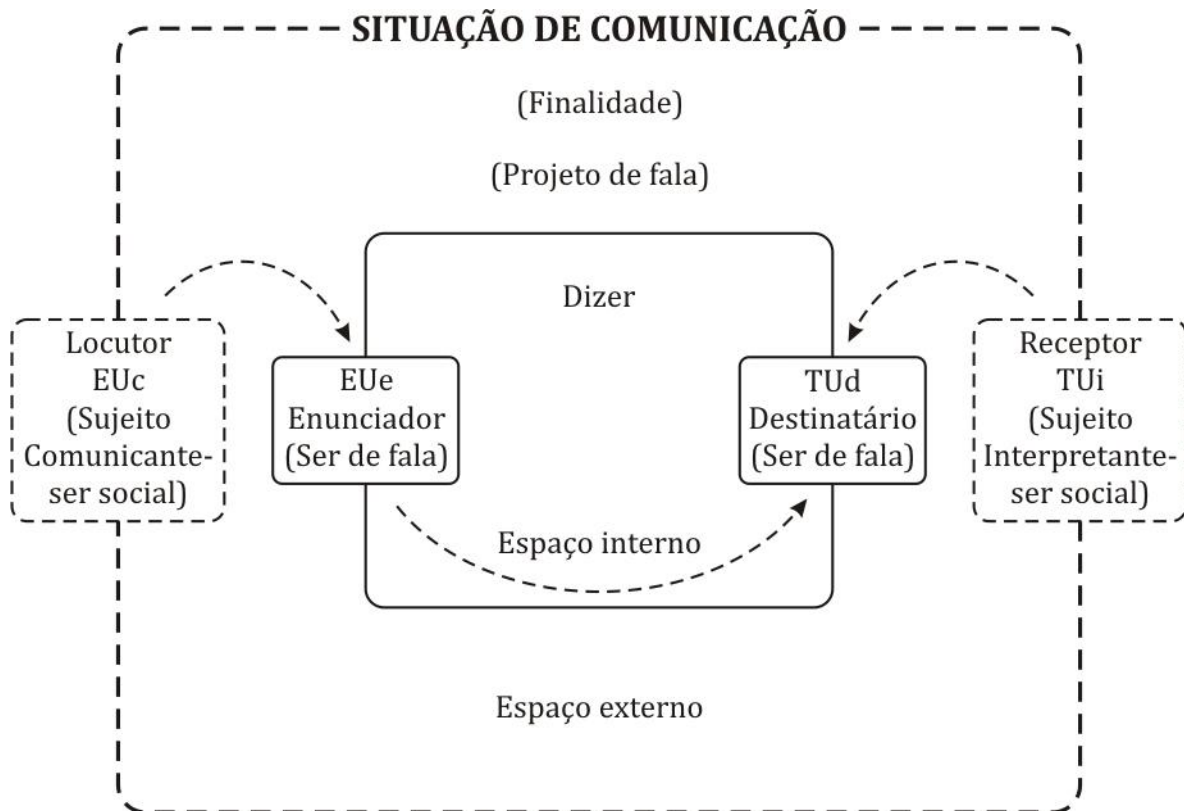
Charaudeau (2009) vê o discurso como o resultado de uma combinação de características, tanto do sujeito que fala – sua identidade e a quem se direciona – como do modo pelo qual se fala com o objetivo de produzir sentido.

Para o autor, o sentido nunca é dado antecipadamente. É construído pela ação linguageira do homem em uma situação de troca social. O ato de produzir discursos constitui um processo de troca.

## **2.2 Alguns aspectos da teoria semiolinguística de Patrick Charaudeau**

Charaudeau (2009) entende o ato de linguagem como uma aposta que tem por alvo o interlocutor, que pode ou não interpretar corretamente a mensagem que lhe está sendo transmitida. Assim, configura-se em um evento de produção ou de interpretação que depende dos saberes supostos que circulam entre os protagonistas da linguagem. Não é resultante de uma simples produção de uma mensagem que um emissor envia a um receptor.

Charaudeau (2009) construiu um diagrama no qual sintetiza o ato de linguagem, a situação de comunicação e os sujeitos da linguagem.



(Charaudeau, 2009, p.52)

Para Charaudeau, a linguagem torna-se um ato interenunciativo entre quatro sujeitos em dois universos de discursos não-idênticos.

O sujeito destinatário (TUD) é o interlocutor instituído pelo EU como destinatário ideal. Depende do EU, que tem sobre ele completo domínio. O EU coloca o TUD em um lugar no qual supõe que sua intenção de fala será totalmente transparente para este. Assim, o TUD possui relação de transparência com a intencionalidade do EU. O TUD é o resultado do ato de produção do EU.

O sujeito interpretante (TUi) é o responsável pelo processo de interpretação que escapa, devido à sua posição, ao domínio do EU. É o ser que age fora do ato de enunciação produzido pelo EU. O TUi só depende de si mesmo, por isso age independentemente do EU – não foi criado por ele. Cria suas próprias interpretações. Sua relação com a intencionalidade do EU é de opacidade, já que elabora interpretações em função de suas experiências pessoais. Está presente no ato da linguagem, não no processo de produção.

Em seu ato de interpretação, TUi tem a função de recuperar a imagem do TUD apresentada por EU. Pode se identificar com ela ou não – detecta uma imagem de TUD que não corresponde à intencionalidade do EU. O TUD pode ser também resultante do ato de interpretação do TUi.

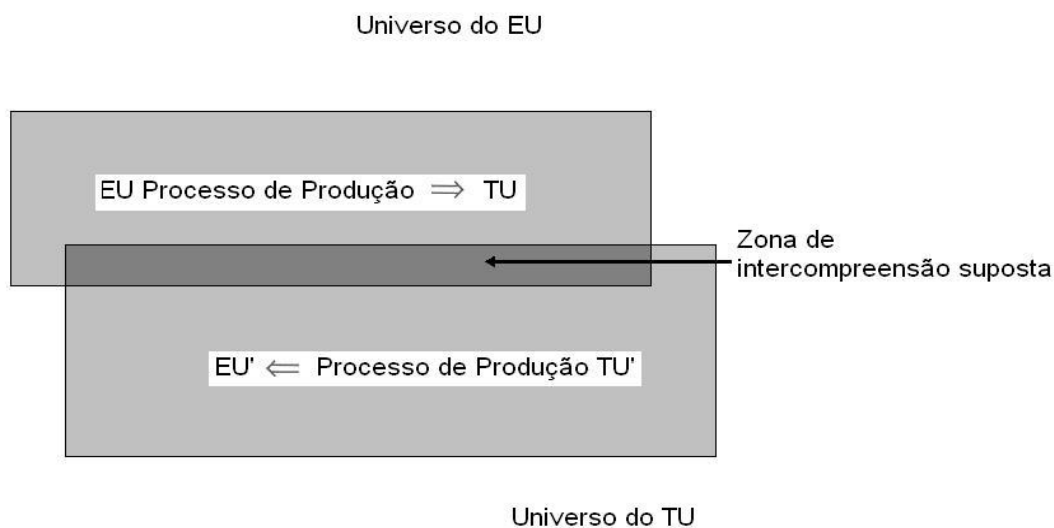
O sujeito comunicante (EUc) é o sujeito produtor da fala. Assume o papel de locutor e articulador da fala. Localiza-se na esfera externa do ato de linguagem. É o responsável por sua organização e o iniciador do processo de produção.

O sujeito enunciador (EUe) é um ser de fala sempre presente no ato de linguagem que oculta, em maior ou menor grau, o EUc. Consolida a assimetria do processo de comunicação. A interpretação de TUi pode remeter ao EU uma imagem EU' diferente daquela que EU desejava que fosse. É uma imagem de enunciador construída pelo TUi de como é a intencionalidade do EUc, realizada no ato de produção.

Charaudeau (2009) considera o ato de linguagem uma totalidade que engloba os processos de produção e interpretação. Existe assimetria entre ambos, assim o ato da linguagem se configura como um encontro dialético entre os dois processos.

No processo de produção, o EUe é a imagem de enunciador construída pelo sujeito produtor da fala, EUc. Representa a intencionalidade. No processo de interpretação, o EUe é a imagem de enunciador construída pelo TUi como uma hipótese de como é a intencionalidade do EUc realizada no ato de produção.

Há uma zona de intercompreensão suposta na qual ocorre a compreensão comum ou a síntese do processo dialético.



(Charaudeau, 2009, p. 45)

### 2.3 Contrato de Comunicação

Como ponto de partida, toma-se a definição de contrato do Dicionário de Análise do Discurso PC&DM ..

Conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja sua forma - oral ou escrita, monolocutiva ou interlocutiva). É o que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade dos parceiros da troca), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias).

Para Charaudeau (2009), contratos pressupõem que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais estejam suscetíveis de chegar a um acordo sobre as representações linguageiras dessas práticas sociais. Em decorrência disso, o sujeito comunicante EUc sempre pode supor que o outro possui uma competência linguageira de reconhecimento semelhante à sua. Nessa perspectiva, o ato de linguagem torna-se uma proposição que o EU faz ao TU, e da qual ele espera uma contrapartida de convivência.

O contrato de comunicação torna legítima a construção de sentidos durante as interações humanas. É o que rege as expectativas mútuas dos sujeitos do ato de linguagem. Todo discurso ocorre no interior de uma situação de comunicação que se compõe de certo número de dados fixos.

Tais dados, além de determinar os sujeitos envolvidos, constituem o quadro das limitações discursivas que devem ser reconhecidas pelos sujeitos e o espaço no qual eles podem usar estratégias discursivas a fim de se influenciarem, mutuamente.

O contrato de comunicação é constituído pelo conjunto de restrições socioinstitucionais que codificam as práticas sociolinguageiras. Orienta o julgamento dos outros contratos e estratégias encenados pelos sujeitos.

Toda situação de comunicação depende, portanto, de um contrato (normalmente implícito) constituído pelos seguintes dados:

- a finalidade do ato de comunicação;
- a identidade dos parceiros;
- dados relacionados com as circunstâncias materiais nas quais se realiza o ato de comunicação.

Todo contrato tem instruções discursivas. O espaço das estratégias discursivas representa a margem de manobra que o sujeito comunicante dispõe para executar seu projeto de fala e depende das limitações discursivas. Tal espaço responde à pergunta: como dizer?

As escolhas discursivas do sujeito comunicante produzirão efeitos específicos no destinatário da comunicação.

Charaudeau (2009) considera que comunicar e informar são escolhas não somente de conteúdos a transmitir, mas também de efeitos de sentido para influenciar o outro e de estratégias discursivas.

### **3 O discurso na perspectiva do poder**



A linguagem, na visão de Foucault (1979), é o meio por intermédio do qual a força se manifesta e o poder é exercido. Esse foco permite vislumbrar a importância desempenhada pelas relações de poder na sociedade atual.

As práticas contra o exercício do poder não são exteriores, nada está isento de poder, e as resistências situam-se nas redes de poder, disseminadas e inescapáveis socialmente. Essa relação pode manifestar-se pelos discursos, os quais são capazes de situar os saberes cotidianos. (PEREIRA, e BRITO , p.61, 2009)

Nesta direção, o discurso é uma combinação não só de elementos linguísticos, mas também uma representação ideológica por meio da qual os sujeitos manifestam as suas ideias e agem sobre o mundo.

A ideologia no entendimento de Van Dijk (2008) é uma forma de cognição social. Assim, ele compreende que ideologia “É uma estrutura cognitiva complexa que controla a formação, transformação e aplicação de outros tipos de cognição social, tais como o conhecimento, as opiniões e as posturas, e de representações sociais, como os preconceitos.” (DIJK, 2008)

Para Van Dijk (2008), a aquisição de uma ideologia não se guia somente pelos interesses objetivos de cada grupo ou classe. Pode ultrapassá-los. Ele percebe que a ideologia tem em sua base o que denomina de “estruturas ideológicas” e está também, intrinsecamente, ligadas a alguns parâmetros como poder social e controle mental e social.

O poder social é uma característica da relação entre grupo, classes ou outras formações sociais ou entre pessoas na qualidade de membros sociais. Manifesta-se na interação social – que é uma forma de exercício de poder exercido por meio de uma base de recursos socialmente relevantes. É indireto e age por meio da mente das pessoas.

Van Dijk (2008) considera as estruturas ideológicas fundamentais para o exercício e manutenção do poder social, já que são cognições socialmente compartilhadas e relacionadas aos objetivos de um grupo e seus membros. Combinam princípios, normas socialmente relevantes que favorecem a percepção dentro dos interesses deste grupo. Proporcionam coerência às atitudes sociais que, por sua vez, co-determinam as práticas sociais. Discurso e comunicação desempenham papel crucial nas transformações da ideologia.

Outro ponto de destaque em Van Dijk (2008) é o controle mental que é exercido por meio da persuasão – que acontece na comunicação discursiva ou medo de sanções. Para isso, é necessário que haja conhecimento dos desejos e vontades que se efetivam por intermédio das crenças, normas e valores culturais que proporcionam o consenso compartilhado.

Para Van Dijk (2008), o controle social por meio do discurso é exercido pelo seu controle e de suas formas de produção. Divide a sociedade em os sem poder e os poderosos. Os primeiros não têm nada a dizer nem com quem falar. Em muitas circunstâncias, precisam ficar em silêncio. Já os poderosos controlam e têm acesso a variados tipos de papéis, gêneros, oportunidades e estilos de discursos. Decidem o “tom” da fala/escrita e quem será o receptor. Quanto menos poderosa é uma pessoa, menor é seu acesso às formas de escrita e fala.

Para o autor, poder é a força da sociedade que existe por detrás dos discursos. É exercido pelo acesso diferenciado a vários gêneros, conteúdos e estilos de discurso. Envolve produção material, articulação, distribuição e influência.

A relação entre discurso e poder é reflexo do poder da classe, do grupo, da instituição ou do status de seus membros.

### **3.1 Papel das elites simbólicas**

Na percepção de Van Dijk (2008), as elites simbólicas controlam não só o estilo e o conteúdo dos discursos midiático, organizacional e educacional, mas também influenciam a reprodução ideológica. Enfim, exercem o controle sobre a reprodução discursiva da dominação na sociedade. Não são independentes de outros grupos de poder – político e econômico.

Desempenham papel essencial de sustentação do aparato ideológico. Controlam a reprodução do discurso de dominação na sociedade e a produção da articulação. A relação entre discurso, cognição e sociedade é importante, por exemplo, na manipulação da opinião pública.

O poder das elites simbólicas é baseado no capital simbólico. Disseminam conhecimentos, padrões morais, crenças, normas, valores e atitudes. As elites simbólicas permitem o exercício e a manutenção do poder na sociedade da informação e da comunicação. Elas detêm o controle sobre os modos de influência exercidos por meio dos gêneros, dos tópicos e dos estilos. Por isso, é importante analisar o papel estratégico do discurso e de seus agentes-falantes.

O discurso desempenha papel de transformador ideológico e influencia as mentes por intermédio do controle simbólico - Van Dijk (2008) o considera mais efetivo do que o financeiro.

## **4 A organização como produtora de discursos**

### **4.1 Foucault e o discurso**

Ao abordar a construção discursiva do social, Rosa Fischer (2001) destaca o alerta de Michel Foucault de que é necessário evitar as interpretações fáceis da busca de um sentido oculto das coisas. Dentro da perspectiva de Foucault, a autora ressalta ainda que é preciso olhar os discursos para além do conjunto de signos: como significantes que se referem a determinados conteúdos.

Para Foucault, nada há por trás das cortinas, nem sob o chão que pisamos. Há enunciados e relações, que o próprio discurso põe em funcionamento. Analisar o discurso seria dar conta exatamente disso: de relações históricas, de práticas muito concretas, que estão vivas nos discursos. (FISCHER, p.2, 2001)

Esta situação pode ser vislumbrada quando se processa a análise de textos oficiais do ambiente organizacional. Neste foco, o estudo deverá escapar da interpretação daquilo que estaria por trás dos documentos. É necessário levar em conta que eles fazem parte de uma produção histórica e política, como é percebido por Fischer:

[...] na medida em que as palavras são também construções; na medida em que a linguagem também é constitutiva de práticas. [...] o discurso não é uma estreita superfície de contato, ou de confronto, entre uma realidade e uma língua, o intrincamento entre um léxico e uma experiência; [...] vemos se desfazerem os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, e destacar-se um conjunto de regras, próprias da prática discursiva. [...] (FISCHER, p.2, 2001)

Para Foucault (1986) o discurso não deve ser tratado apenas como conjunto de signos - elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações, mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam.

Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever. (FOUCAULT, 1986, p.56)

As “coisas ditas” possuem uma relação direta tanto com a dinâmica de poder quanto com a do saber de uma época determinada. O exercício da prática discursiva tem duas vertentes: falar dentro de regras preestabelecidas e expor as relações existentes dentro de um discurso.

#### **4.2 A organização enquanto contexto de discursos**

Charadeau (2009) entende que todo ato de comunicação se realiza em determinado ambiente físico que impõe restrições à realização deste ato. Existem diferenças relacionadas a número de interlocutores, presença de público, se a comunicação é feita oralmente ou por escrito. Cada situação de comunicação possui um contrato específico com as restrições inerentes a ela.

Já Van Dijk (2008) considera fundamental o papel do contexto para a compreensão dos discursos dominantes, já que eles não exercem sua influência fora dele.

Ao definirmos o discurso como evento comunicativos também precisamos considerar, por exemplo, os domínios sociais gerais em que são usados (político, jornalístico, educacional); as ações sociais globais por eles realizadas (legislação, educação); as ações locais que produzem; o cenário atual de tempo, lugar e circunstâncias; os participantes envolvidos, assim como seus muitos papéis sociais e comunicativos e o pertencimento a grupos (étnicos, por exemplo); e, não menos importantes, as crenças e objetivos desses participantes. ( DIJK, 2008 p.140)

Fernanda de Oliveira Silva reforça a importância do papel do contexto, ao lembrar a afirmação de Verón de que “ [...] Um discurso é sempre uma mensagem situada, produzida por alguém e endereçada a alguém.” (1980, p.77).

Ela analisa que este alguém pode ser a organização, que produz uma mensagem e a direciona para seus interlocutores. Parte da ideia de que as interações pressupõem movimentos e circularidade e que os atores mudam de papel constantemente.

A autora entende o contexto das organizações como um espaço de relações entre sujeitos, no qual se pressupõe uma circulação constante de informação. Lembra ainda que o sentido depende de um lugar específico, de uma empiria. É exatamente a partir de um dado contexto de produção de significados que se dão os sentidos.

### **4.3 A produção do discurso organizacional**

Para Van Dijk (2008), o discurso é a prática social essencial na mediação e administração de crenças. Para isso, existem estratégias econômicas, culturais e simbólicas de gerenciamento do conhecimento e disseminação de valores e metas dominantes, assim o processo é provido das peças formadoras das ideologias dominantes.

Elas são capazes de moldar o consenso e fornecer as condições que tornam desnecessária qualquer “conspiração” desses grupos de poder. A hierarquia e o poder organizacional podem ser exercidos por meio de comandos, ordens e instruções.

Existe uma ligação cognitiva essencial entre o poder social em si e a produção, a compreensão do discurso e de suas funções sociais, no exercício do poder. As estratégias de poder estão presentes no diálogo institucional.

Na maioria dos ambientes internos das organizações, a divulgação de informações é selecionada ou é limitado o acesso a informações desfavoráveis aos gestores – que, neste caso, constituem a elite dominante. O discurso torna-se uma forma de controle social.

O exercício discursivo do poder, de acordo com Van Dijk (2008), acontece predominantemente pela via persuasiva. Sem que seja necessário prescrever claramente as ações a serem feitas pelos “menos poderosos” – neste caso, os funcionários.

O modo de influência, a forma pela qual o poder simbólico é exercido por meio dos gêneros, dos tópicos e dos estilos, pode ser percebido no contexto das organizações pelo controle exercido sobre o tipo, a quantidade e o destaque que as informações recebem.

Assim, o discurso no contexto das organizações ultrapassa os diálogos institucionais regulados pela hierarquia e o status conferido ao indivíduo. Os textos escritos estabelecem ligação entre as ideologias grupais e as estruturas de poder com práticas sociais concretas de interação. Nesta perspectiva, o discurso desempenha papel transformador não só de atitudes e posicionamentos, mas também de ideologia. Esta, entendida por Van Dijk (2008) como transformadora da cognição social, do comportamento e do conhecimento.

Charaudeau (2009) compara o ato de linguagem a uma expedição que terá sempre aspectos imprevisíveis. No ambiente das organizações, o discurso pode ser visto como um projeto global de comunicação concebido pelo sujeito comunicante EUc. O sucesso do ato está na coincidência de interpretações entre o sujeito interpretante TUi e o destinatário TUd. Para atingir o seu objetivo, o EUc faz uso de contratos e estratégias.

O ato de comunicar surge envolto em uma dupla aposta, identificadas por Charaudeau:

1. O sujeito falante EUc espera que os contratos que propõe ao sujeito interpretante TUi sejam por ele bem percebidos.
2. O sujeito falante EUc espera que as estratégias que empregou na comunicação produzam o efeito desejado.

Esta encenação intencional, como é chamada por Charaudeau (2009), pode ser revista, corrigida ou mal recebida pelo sujeito interpretante que detecta e interpreta, à sua maneira, os contratos e as estratégias. Caso o sujeito interpretante não esteja consciente do contexto sociohistórico que originou o ato de comunicação, sua interpretação pode ter variações não esperadas pelo EUc.

#### **4.4 Estratégias do discurso no contexto das organizações: A dialética como construtora da intercompreensão**

Charaudeau (2009) considera que o encontro entre os processos ou instâncias de produção e interpretação cria uma zona de interseção na qual ocorre a compreensão comum, que também pode ser compreendida como a síntese do processo dialético. Para que esta área aconteça, o EUc emprega variadas estratégias.

Uma delas é a estratégia de credibilidade, que remete à possibilidade de comprovação de que o EUC diz a verdade. Para isso, podem ser empregadas estratégias discursivas que provoquem efeitos de autenticidade - utilização de detalhes, testemunhos de especialista, apresentação de fotos ou documentos, dentre outros.

Outra estratégia é a captação que por meio da instância de produção atinge o imaginário discursivo: as representações coletivas de sua comunidade sociocultural. Há ainda a estratégia de “espelhamento” que possibilita que seja dito o que a recepção espera ouvir - ocorre pela apropriação do discurso.

A seguir, um exemplo de estratégia discursiva empregada por uma empresa multinacional para lançar seu manual de práticas corporativas em uma unidade no interior de Minas e inaugurar seu escritório corporativo em Belo Horizonte.

Para isso, é necessário que faça a necessária contextualização da situação. A empresa havia adquirido o controle acionário havia pouco tempo. Tinha dificuldades em implantar processos técnicos produtivos nos moldes internacionais. Assim, também se previa obstáculos para o lançamento do manual ou mesmo rejeição à nova política. O clima interno era de desconfiança para a empresa que chegava. O discurso da organização não era compreendido. Uma das expressões mais usadas pelos funcionários era: “Eles falam caviar, nós entendemos *desmamada* – prato típico da culinária da região.”

O discurso não levava em conta o repertório da recepção. Charaudeau afirma que “[...] as estratégias de captação consistem em lançar a informação de maneira que esta produza um espetáculo que deve tocar a sensibilidade do espectador.” (CHARAUDEAU, 2009)

Neste caso, significava entrar no universo de crenças e de estados emocionais já existentes no repertório dos funcionários. Dentro da assimetria existente entre os processos de produção e interpretação, buscou-se construir uma zona de intercompreensão baseada na associação entre a nova empresa e as raízes de Minas.

No município em questão, na rota para Brasília, o ex-presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira é uma pessoa que evoca boas recordações por ter levado o crescimento para a região noroeste do estado com a construção da nova capital.

*Teasers*, antes do lançamento, anunciavam: *Conheça JK ou JK vai chegar*. Não era explicitado o que estava para acontecer. As duas letras formavam o título do manual: Jeito Kinross. O JK deu vazão a um discurso não-dito que, sem interdição, pode se transformar em um mal-dito - na definição de Artur Roberto Roman (ROMAN, p.144) “ [...] Mal-ditos, por sua vez, são os enunciados clandestinos, boatos, rumores e as *fofocas* que circulam na *rádio-corredor*. Assim:

[...] a interdição do mal-dito gera discursos não-ditos.[...] O não-dito, portanto, é o mal-dito silenciado em razão de uma censura, explícita ou não. Os conflitos não deixam de existir por estarem submersos. As tensões tampouco são amenizadas quando acobertadas. ( ROMAN, p. 144)

Estava internalizado o medo de demissões – um dos motivos das desconfianças. A rádio-peão transformou o JK em uma brincadeira sobre “jakaré” – animal utilizado para simbolizar corte de pessoal.

A mineiridade também orientou o foco do evento de inauguração do escritório em Belo Horizonte. O cardápio foi composto somente por quitutes e cachaças da terra de Minas. Ao falar para as autoridades presentes, o presidente da empresa ancorou o posicionamento de seu discurso nas reflexões de Tristão de Athayde em “Voz de Minas”. Uma forma encontrada para mostrar que a empresa entendia e respeitava a cultura do estado no qual chegava.

## **5. Considerações finais**

Para os autores van Dijk e Charaudeau, o discurso está imerso em relações de poder e saber. De forma que o contexto, o contrato de comunicação e as estratégias discursivas representam papel essencial neste universo de interações no ambiente organizacional.

Foucault reforça este posicionamento ao considerar enunciados e visibilidades, textos e instituições, “falar e ver” como práticas sociais por definição, permanentemente presas, amarradas às relações de poder, que as supõem e as atualizam.



Roman considera que um dos grandes desafios existentes para a comunicação no contexto das organizações é a multiplicidade de discursos e as tensões geradas por seus processos. Para ele, as tensões refletem, dentre outras coisas, a necessidade que os funcionários possuem em preservar a sua individualidade.

O discurso ultrapassa a simples referência a coisas, existe para além da mera utilização de letras, palavras e frases, não pode ser entendido como um fenômeno de mera expressão de algo: apresenta regularidades intrínsecas, pelas quais é possível definir uma rede conceitual que lhe é própria.

O discurso organizacional é considerado por van Dijk (2008) como uma prática de comunicação em um contexto com características sociais, culturais e políticas próprias. Assim, a organização não é apenas um local para exercício de uma atividade laboral, mas um espaço no qual os discursos se entrecruzam e que abre múltiplas possibilidades de elaboração ou não de uma intercessão dialética: a zona de intercompreensão.

## **Referências Bibliográficas**

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

CHARAUDEAU, P. *Linguagem e discurso modos de organização*. São Paulo: Contexto: 2009.

\_\_\_\_\_. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto: 2009.

CORNELSEN, E. L. *Análise do Discurso no âmbito dos Estudos Organizacionais: uma abordagem teórica*. In: CARRIERI, A. P. et al. *Análise do discurso em estudos organizacionais*. Juruá, 2009. p. 21-43.

COURA-SOBRINHO, J. *Discurso, sujeitos da linguagem e contrato de comunicação*. In: MARI, H.; MACHADO, I. L.; MELLO, R. *Análise do Discurso em perspectivas*, Ed. da UFMG, 2003. p. 267-279.

DIJK, van T. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto, 2008.

FAIRCLOUGH, N.; GRAHAM, P. *Estudios de sócio-lingüística*. [S.l.]: Vigo, 2002. v.3

FISCHER, R. M. B. Foucault e a análise do discurso em educação. *Revista Cadernos de Pesquisa*, n.114, p.197-223, nov. 2001.

FOUCAULT, M. *A Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

PEREIRA, M. C.; BRITO, M. J. *A análise do discurso como prática e processo de produção de sentidos: proposta teórico-metodológica*. Maria. In: CARRIERI, A. P. et al. *Análise do discurso em estudos organizacionais*. Juruá, 2009. p. 53-78.

PINTO, J. *Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações*. In: OLIVEIRA, I. L.; SOARES, A.T.N. *Interfaces e tendências da comunicação*. Difusão Editora. 2008. p. 81-89.

SILVA, F.O. *O discurso organizacional como objeto de estudo da comunicação no contexto das organizações*. Capítulo 2. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social. Área de concentração em Interações Midiáticas – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

ROMAN, A.R. *Organizações: um universo de discursos bem-ditos, mal-ditos e não-ditos*. In: KUNSCH, Margarida (Org). *Comunicação Organizacional Linguagem, Gestão e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 125-157.