



COMUNICAÇÃO E ORGANIZAÇÕES: “RE”CONHECENDO O PROCESSO COMUNICATIVO A PARTIR DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS

*COMMUNICATION AND ORGANIZATIONS:
ACKNOWLEDGE THE COMMUNICATIVE PROCESS FROM DIGITAL TECHNOLOGIES*

Joilson Francisco da Conceição - Doutorando em Comunicação e Mediações Culturais pela Universidade Federal de Mato Grosso - MT - Brasil. joilson.francon@gmail.com

Lucia Helena Vendrusculo Possari - Professora do Departamento de Comunicação Social na Universidade Federal de Mato Grosso - MT - Brasil. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. luciahvp@hotmail.com

Aline Wendpap Nunes Siqueira - Docente no Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, na Universidade Federal de Mato Grosso - MT - Brasil. Doutora em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso. alinewendpap@hotmail.com

Adriele Cristina Rodrigues - Doutoranda em Comunicação e Mediações pela Universidade Federal de Mato Grosso - MT - Brasil. adriele_cr@hotmail.com

Solange Wollenhaupt - Doutoranda em Comunicação e Mediações pela Universidade Federal de Mato Grosso - MT - Brasil. solange.wollenhaupt@gmail.com

RESUMO

O presente texto aborda o tema escolhido para ser um curso de extensão. O desdobramento do tema se deu em quatro concepções: Assessoria de comunicação, Uso de tecnologias para a comunicação na/da organização, Linguagens do corpo nas organizações e Produção de textos. Para além do relato, o artigo aponta a importância de se “re”conhecer a comunicação nas organizações, principalmente, a partir do uso das tecnologias digitais. Essas têm sido as protagonistas para a solução de problemas. O uso das linguagens verbal e não verbal, com adequação para se obter resultados de interação e de interatividade, se fez presente nos módulos do curso. As concepções que embasaram as ações se mostram aqui como possibilidade de compreensão do que seja comunicação, linguagens, interação e interatividade.

Palavras-chave: Comunicação. Linguagens. Interação. Interatividade.

ABSTRACT

This paper discusses the topic, chosen to be an extension course. The unfolding of the theme in four conceptions: advice, use of communication technologies for communication/body Language, in organizations, production of texts. In addition to the report, the article points to the importance of “re” meet the communication in organizations, mainly from the use of digital technologies. These have been the protagonists for troubleshooting. The use of languages verbal, non-verbal with fitness to obtain results of interaction and interactivity were the course module. The conceptions that paved the way actions are here as a possibility of understanding what it is communication, languages, interaction and interactivity.

Keywords: Communication. Languages. Interaction. Interactivity.

INTRODUÇÃO

O projeto do curso de extensão com título *Comunicação e Cultura: Comunicação e Organizações*, do ano de 2017, constituiu-se de uma ação/aplicação (curso) decorrente dos Estudos e Pesquisas do Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Cultura da Universidade Federal de Mato Grosso - NUCOM/UFMT, registrado com este nome no diretório de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Trata-se de um curso de **Comunicação e Organizações** para estudantes e profissionais da área de Comunicação, compreendido em oitenta horas, cujas ações foram divididas em quatro módulos de vinte horas, sendo eles independentes entre si.

Com conteúdos teórico-metodológicos e práticos, de interesse das organizações, o curso foi composto pelos seguintes módulos: 1. Assessoria de Comunicação; 2. Uso de tecnologias para a comunicação na/da organização; 3. Linguagens do corpo nas organizações; 4. Produção de textos. O objetivo era o de explicitar as relações entre conteúdos, espaços e linguagens, a fim de se optar pela interação nas organizações na sua dinâmica de funcionamento interno e externo, e observar como as Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC) vêm influenciando as dinâmicas sociais. Da mesma forma, como os processos têm gerado a necessidade de utilizá-las nas atividades individuais e coletivas. Cumpre destacar, ainda, que se buscou oportunizar um curso de extensão para estudantes e profissionais que almejam ampliar o conhecimento por meio de exposição teórica, depoimentos, debates e análise de cases pertinentes às dinâmicas tecnológicas digitais e organizacionais.

Adotamos para a composição do curso o método dedutivo, a partir da pesquisa bibliográfica-documental, baseada nas teorias da Semiótica e Análise de Discurso, que transversalizaram todo o conteúdo: a primeira, com os pressupostos simbólicos de poder e de mando, pois, de acordo com o provérbio português¹ “Quem tem informação, tem poder”, uma vez que, atualmente, as mídias digitais vêm para tentar distribuir esses poderes, ou seja, adaptá-los aos novos espaços e tempos. A segunda teoria vem para oferecer subsídios teóricos que sustentam que toda relação de interação tem como princípio a adequação de linguagem, onde emissor e receptor são coautores.

Isso implica falar da interatividade, que se caracteriza principalmente pela intervenção do usuário nos conteúdos que lhe são propostos, com a possibilidade de modificá-los, como bem lhe aprouver, na transmissão aos interlocutores de qualquer sistema. Enseja dizer que os usuários produzem, criam e recriam os conteúdos, a fim de serem obtidos efeitos de sentidos quase

1 Disponível em: <https://quemdisse.com.br/frase/quem-tem-a-informacao-tem-o-poder/65762/>

ou sem fim. A polifonia, para Mikhail Bakhtin (1981), é a presença de outros textos dentro de um texto, causada pela inserção do autor num contexto que inclui escritos anteriores que o inspiram ou influenciam, e a polissemia nos traz a multiplicidade de sentidos de uma palavra ou locução.

Segundo POSSARI (2009, p. 58-69), essas são as principais características dos processos interacionais (que atuam conjuntamente para construção de sentidos) e interativos (que dizem respeito à interferência e modificação para construção de sentidos).

Cabe-nos dizer que, nas matizes de nosso Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura – NU-COM/UFMT, hibridam-se: pesquisas de linguagens não verbais nos textos midiáticos, artísticos e hipermidiáticos; construção/atribuição de sentidos nos estudos de cultura – nas acepções multimatizes; produções de textos para a cibercultura – principalmente daqueles de origem e de encaminhamento pelas redes sociais, fatos, *fakes*, memes e virais; grupos que atuam nas redes e pelas redes, bem como grupos cujo relacionamento pelas redes constituem-se em gatilhos para interação pessoal presencial: a cultura pop; a relação comunicação e educação e comunicação e organizações: o serviço público de orientação a consumidores, enfim, comunicação e cultura para o bem viver.

Pelo fato do NUCOM/UFMT atuar no contexto da região do Vale do Rio Cuiabá-MT, foi-nos solicitado, em 2017, pelos profissionais em geral, tanto do serviço público quanto de organizações particulares, assim como por alunos do curso de Comunicação Social, que oferecêssemos cursos de atualização para suas atuações nas organizações.

Compreendendo organização, neste texto, como:

[...] uma unidade social coordenada, consciente, composta por duas ou mais pessoas, que trabalha com relativa constância de propósito para alcançar uma meta ou um conjunto de objetivos comuns. Por esta definição, as empresas produtoras e de serviços são organizações, assim como as escolas, hospitais, igrejas, unidades militares, lojas de varejo, departamentos de polícia e agências governamentais locais, estaduais e federal. As pessoas que monitoram as atividades das organizações, e que são responsáveis pelas organizações para alcançar esses objetivos são os seus gestores/administradores (embora às vezes eles são chamados de gerentes, particularmente em organizações sem fins lucrativos).²

E, no intuito de atender a essa solicitação, o NUCOM/UFMT, então, para além dos estudos, pesquisas e publicações, dedicou-se à organização da atividade de extensão, materializada pela apresentação e realização de um curso intitulado: *Comunicação nas Organizações*, a partir dos estudos da interação, interatividade e cibercultura, concepções estas que se referem principalmente aos estudos das linguagens em geral, da educação, da socialidade e, mormente, do uso das tecnologias. Algumas teorias que sustentam esses estudos se apoiam nas visões de que as tecnologias podem ser consideradas adequadas para a vida social contemporânea, como também podem significar o contrário. Buscamos compreender isso por meio do estudo das linguagens e seus efeitos de sentidos.

É claro que nas organizações há limites para interpretações e modificações de sentidos. Então, para evitar que se tenha problema com a polissemia e distorções, a comunicação nas organizações terá que levar em conta as condições de produção de todos os textos, sejam eles falados, escritos, impressos, audiovisuais ou característicos das mídias digitais. Terá também que compreender que os interlocutores têm histórias de leituras, crenças, conceitos diferentes, ou seja, há uma multiplicidade de leitores para o que se produz – o leitor aqui, no nosso

² Editorial Que Conceito. São Paulo. Disponível em: <https://queconceito.com.br/organizacao>. Acesso em: 31 jul. 2019.

conceito, é produtor de sentidos, seja em qual mídia for. Tecem-se, dessa forma, informações importantes na prática interativa, colaborativa e de interferência para produção de sentidos.

Vivemos, assim, uma cultura: a cibercultura. Concebemos como cibercultura a relação entre tecnologia e vida social (LEMOS, 2009), que disponibiliza nas redes: conceitos, ideias, modelos e influências. Na cibercultura, não há o estático, o definitivo, o que há são conexões. É preciso que se aborde também o tempo e o espaço, pois, nessa cultura, o tempo comprime o espaço. O virtual possibilita ao interator estar sem estar presente, como no caso dos games e da realidade aumentada; Já a telepresença oportuniza que ele esteja presente, mediado pelas tecnologias digitais, não necessariamente no mesmo espaço e ao mesmo tempo, como no caso do *Skype*³. Segundo SIQUEIRA (2017, p. 72), numa perspectiva contemporânea, “não há receptores no sentido frankfurtiano, mas interatores que ressignificam sentidos, tornando-se, autores.”.

Nas organizações, a noção de tempo e de espaço necessitou ser readequada, uma vez que a velocidade das informações logrou tempo de milésimos de segundos. A partir da concepção de cibercultura, o espaço é qualquer lugar do mundo ou, na visão de Lévy (1999, p. 17), um “universo oceânico de informação, onde os interatores navegam e alimentam esse universo”.

Nessa perspectiva, o primeiro subtítulo deste texto se apresenta como: *Comunicação e Organizações: Novos Paradigmas*. Sequencialmente, apresentamos Comunicação e seus desdobramentos, por meio das linguagens verbais, não verbais e nas redes sociais, sempre na tônica de efeitos de sentidos, norteados pelas concepções de interação e interatividade e, por considerarmos incipiente, as conclusões vêm em forma de linhas de fuga.

COMUNICAÇÃO E ORGANIZAÇÕES: NOVOS PARADIGMAS

É inegável que a internet, caracterizada pela fluidez e polissemia no fluxo das informações, e as novas mídias, distintas pelas fontes digitais e com suas infinitas possibilidades de ação e interação, modificaram sensivelmente a comunicação e as formas de se comunicar na contemporaneidade, nos diferentes espaços de atuação social, com reflexos nos indivíduos, nas sociedades e em suas culturas.

Para Ciro Marcondes Filho, “não se trataria mais da era dos meios em si, mas de uma nova realidade em que a atividade tecnodiscursiva midiática se estrutura. Ou seja, a linguagem, que na era dos meios era representacional e mediadora, agora é central” (2015, p. 140). Finalmente, as novas mídias digitais se apresentam como uma plataforma para a mediatização, na qual se torna possível realizar qualquer tipo de coisa com o apoio das tecnologias comunicacionais, como, por exemplo, os smartphones, arquivo de PDF - *Portable Document Format*, os memes etc.

Enfatizamos o pensamento de Margarida Kunsch, quanto às organizações serem uma das instâncias grandemente afetadas pela internet e pelas mídias digitais. Para a pesquisadora, as “tecnologias da informação e da comunicação estão definitivamente revolucionando a sociedade e seu modo de vida” (2014, p. 37), sendo incontestável o poder da comunicação na atualidade. Assim, a mesma compreende que a comunicação deve ser considerada como um “processo social básico e como um fenômeno presente na sociedade” (2014, p. 37), não apenas como um mero instrumento de divulgação e transmissão de informações, mas concebida como um “poder transversal que perpassa todo o sistema social global, incluindo neste âmbito as organizações” (2014, p. 37).

³ *Skype* é um software de comunicação por meio da internet com conexões de voz e vídeo.

Relacionando comunicação e organizações, Cleusa M. A. Scroferneker lembra que a “comunicação faz parte da vida de cada indivíduo, independentemente de sua vontade, [...] podendo ser entendida [...] ora como meio, como função, como processo de interação, como fonte de dominação” (2006, p. 47). A autora reitera que tal processo implica em “trocas, atos e ações compartilhadas, pressupõe interação, diálogo e respeito mútuo do falar e deixar falar, do ouvir e do escutar, do entender e fazer-se entender e principalmente do querer entender” (2006, p. 47).

Nessa mesma linha de entendimento, Kunsch acrescenta que a comunicação organizacional é um “fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a comunicação organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos” (2014, p. 45). Desse modo, a comunicação deve ser vista e inserida “nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social.” (KUNSCH, 2014, p. 45).

Nogueira e Silva (2014, p. 359) entendem as organizações como sistemas vivos e complexos, que instauram seu “mundo de significações por meio do que dizem, do que são, do que querem e de como selecionam suas prioridades”. Nesse contexto, a comunicação funciona como processo de mediação, interação e integração nas relações entre os indivíduos que compõem a organização. Por isso, para essas pesquisadoras, “é preciso planejar e gerir a comunicação a partir de uma abordagem multidimensional, tendo em vista o cenário em que vivem as instituições, cada vez mais veloz, com a disseminação ampla de informações por meio de novos recursos tecnológicos.” (NOGUEIRA; SILVA, 2014, p. 359).

Outra mudança provocada pela cibercultura diz respeito à suscetibilidade das organizações. Hoje não há mais possibilidade de controle absoluto quanto aos públicos que serão influenciados por uma instituição e por suas ações de comunicação. Todas as organizações estão sujeitas à intervenção/interferência de diferentes agentes, que estão bem longe de serem receptores passivos. Além disso, tudo pode parar e ser questionado nas redes sociais.

Essa mudança do paradigma analógico para o digital inverte a tradicional forma de emitir informação, de se comunicar por meio de um fluxo unilateral e um receptor passivo, passando-se hoje por um processo interativo, onde o receptor também se torna um emissor. Assim, a comunicação digital apresenta-se como uma rede de relacionamentos que utiliza as mais diversas formas para interagir via internet, na blogosfera, na web 2.0, em blogs, fotologs, wikis, wikipedia e mídias sociais como Facebook, MSN, Twitter etc (KUNSCH, 2014, p. 46).

Kunsch (2014) alerta ainda que, com as transformações advindas da cibercultura – e da convergência das novas tecnologias –, o comportamento institucional das organizações foi alterado. A comunicação passou a ser vista como área estratégica para atender novas demandas de relacionamentos, com interlocutores de diversos segmentos. Cada vez mais exigentes, estes cobram das organizações atributos como transparência, responsabilidade social, ética, dentre outros. Dessa forma, “a gestão da comunicação deve ser vista numa perspectiva interdisciplinar e integrada” (KUNSCH, 2014, p. 41). Ou seja, precisamos entender a comunicação nas organizações de forma mais ampla.

A pesquisadora defende ainda que a comunicação nas organizações seja vista com base nas dimensões instrumental, humana, cultural e estratégica, que não acontecem separadamente, mas se mesclam e são interdependentes. No entanto, salienta que a contemporaneidade exige

que as instituições não fiquem presas à visão instrumental da comunicação, mas se atentem ao fator humano (KUNSCH, 2014).

Por isso, pensar a comunicação e as organizações, na atualidade, implica levar em conta uma gama cada vez mais complexa de aspectos que se entrelaçam no contexto de uma instituição e que não pode ser deixada de lado nos processos comunicativos.

SEMIÓTICA DA CULTURA COMO GUIA

Na elaboração produzida por Siqueira (2017, p. 143), “a Semiótica é a ciência que se propõe investigar os signos e todas as linguagens e conhecimentos culturais, como fenômenos produtores de significado”. Há três vertentes diferentes de estudos semióticos. A mais difundida é a Semiótica Peirciana, que surgiu nos Estados Unidos, por Charles Sanders Peirce, e segue uma linha calcada na interligação entre os elementos: índice, ícone e símbolo, bem como suas significações. Já a Semiótica Discursiva desenvolveu-se na França, por Fernand Saussure, e é extremamente baseada nos estudos linguísticos que a precederam. Por fim, a Semiótica da Cultura foi concebida no âmbito da Escola Russa de Tartu-Moscou e tem como um de seus teóricos fundamentais o tcheco Lúri Lótman.

Toda a obra de Lótman está profundamente marcada pela sua preocupação com a história, entretanto, ele a entende como sendo algo dinâmico e não estático. Machado explica que a visão da história de Lótman “é muito ligada à cultura, mais próxima do micro que do macro, isto é mais presa ao cotidiano dos homens, aos pensamentos e ações, que aos feitos dos grandes estadistas e cabos de guerra” (2007, p. V).

Em 1984, segundo Machado (2007), baseado no conceito de biosfera de Vladímir Ivánovich Vernádski, Lótman elaborou o conceito de semiosfera, para designar o habitat e a vida dos signos no universo cultural. Assim, a semiosfera corresponde ao espaço cultural habitado pelos signos, que define a dinâmica dos encontros entre diferentes culturas e trabalha para a construção de uma teoria crítica da cultura.

Para a autora, a partir da necessidade de compreender o diálogo cultural e orientando-se pelo dinamismo definidor da cultura, Lótman dirige sua atenção para os mecanismos que desencadeiam relações e conexões entre diferentes códigos culturais organizados em sistemas de signos, que se relacionam de maneira irregular e imprevisível. Com base nisso, o trabalho semiótico vai se constituindo como um exercício de pensamento (produção do conhecimento) sobre o pensamento (funcionamento do sistema) (MACHADO, 2007).

Lótman (1998) entende a cultura como um texto capaz de criar um *continuum* semiótico, que nada mais é do que a dinâmica do processo de significação, fruto das interações entre sistemas de signos nos espaços culturais. Por isso, foi adotada a Semiótica da Cultura como uma das bases de análises e discussões nos módulos do curso de extensão *Comunicação e Organizações*.

Quando há algum tipo de intervenção/interatividade com uma obra, há também a geração de sentidos. Lótman nomeia esse processo de ‘função criadora’ e toda mudança de sentido que ocorre dentro dessa perspectiva e “se converte em um mecanismo de geração de novos sentidos” (1998, p. 88).

Como a linguagem é dividida em verbal e não verbal, falaremos, a seguir, sobre alguns elementos não verbais que contribuem para atribuições de sentidos no processo de comunicação, especialmente, a comunicação mediada. Dentre os principais destacamos: os sons, as cores, os gestos etc.

O som é o elemento comunicacional processado mais rapidamente, por isso não pode ser encarado como uma ferramenta adjunta nesse processo; ao contrário, Dancyger explica que “a justaposição de diferentes sons ou a introdução de um som *insert* pode ser tão efetivo quanto uma imagem introduzindo uma ideia” (2003, p. 355), uma vez que o som é justamente uma ponte que leva a geração de significados e sentidos, muitas vezes, inimagináveis.

De maneira geral, a música é capaz de se convergir de tal forma com as imagens, a ponto de solidificar ideias e gerar sentidos muito mais amplos e de forma mais rápida. Para Michel Chion, a música dá ritmo e tom à comunicação ou “manifesta uma indiferença ostensiva relativamente à situação, desenrolando-se de maneira igual, impávida e inexorável, como um texto escrito” (2011, p. 14).

Assim, ao comparar a linguagem cinematográfica com as narrativas verbais, descobre-se uma profunda diferença nos princípios de organização que excluem completamente a possibilidade de uma tradução única. Nessa inter-relação, Lóttman (1996) afirma que é possível falar, nesses casos, do surgimento de novos textos e de um mecanismo de pensamento criador. Esse foi um dos pensamentos guias para o desenvolvimento do curso, objeto que trataremos neste artigo, que será melhor detalhado a seguir.

NA PRÁTICA: COMO FOI O CURSO DE EXTENSÃO?

O curso oferecido entre os meses de outubro e novembro de 2017 contou com um total de oitenta horas, oferecido gratuitamente, dividido em quatro módulos, com carga horária de vinte horas cada um, sendo dezesseis horas presenciais e quatro à distância (sob orientações via WhatsApp, e-mail e ligações telefônicas). As aulas presenciais ocorreram às sextas-feiras e aos sábados, na UFMT, com sala climatizada, carteiras escolares, quadro branco, projetor *datashow*, aparelho de som e mesa com *coffee-break*. Na equipe docente, o curso era composto por doutores, mestres e especialistas, integrantes do NUCOM/UFMT. Em relação às vagas, elas eram limitadas, com um total de vinte e cinco participantes/cursistas selecionados e inscritos, com faixa etária entre 18 e 45 anos.

Os inscritos foram estudantes do curso de graduação de Comunicação Social, profissionais com graduação e/ou pós-graduação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing, Radialismo, Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Audiovisual. A presença em cada módulo variou entre 80% e 100%, com assinatura de lista e conferência pelo docente mediador.

Quanto à regra de certificação, os cursistas só teriam direito ao certificado de conclusão de cada módulo se atingissem 75% mínimo de presença e fizesse a atividade final de avaliação. Para a avaliação, além da presença e da participação com relatos das suas experiências vividas nas organizações, foi solicitado que os cursistas elaborassem uma atividade (trabalho) com valor de nota máxima (10), solicitada pelo docente mediador no módulo, sendo 7 para a atividade propriamente dita e 3 como nota de conceito pela presença, participação e contribuição oral nas aulas.

Os docentes mediadores encaminharam sugestões e demandas de organizações que desejariam ser atendidas em *cases*, mas os participantes poderiam escolher outra situação, caso desejassem, para produzir suas atividades. Essas mesmas atividades avaliativas de cada módulo puderam ser desenvolvidas à distância, realizadas em duplas ou individualmente, sendo enviada, para avaliação dos docentes mediadores, ao e-mail criado exclusivamente para essa finalidade. Todos os cursistas receberam *feedback* das atividades avaliativas com os apontamentos dos docentes. A importância desse procedimento é dar a oportunidade ao cursista de saber quais são seus pontos frágeis, bem como suas potencialidades.

Cumprir destacar que, em caso de resultados insatisfatórios nas atividades, os cursistas teriam a chance de refazer a atividade avaliativa. No entanto, todos apresentaram resultados satisfatórios, com médias entre 8 e 10, na primeira versão dos trabalhos entregues.

Com o propósito de efetivar as trocas de saberes e de ilustrar os conteúdos e sua aplicação, foram convidados, para palestrar, profissionais e estudiosos com notório saber no tema do curso, que relataram e demonstraram suas experiências em comunicação nas organizações.

Na aula inaugural do curso de extensão *Comunicação e Organizações*, tivemos as apresentações preliminares da equipe de docentes mediadores, integrantes do NUCOM/UFMT, comandadas por Lúcia Helena Vendrusculo Possari. Em sua fala, expôs os nossos objetivos e trouxe um pouco dos seus conhecimentos para as contribuições do desenvolvimento acadêmico e científico mundial, por exemplo, a EaD - Ensino à Distância e a Comunicação em suas diversas linguagens e produção de sentidos.

Sequencialmente, tivemos o *Módulo 1- Assessoria de Comunicação* (dias 20, 21 e 22/10/2017), que teve o objetivo de compreender o papel das assessorias nas organizações, sejam elas privadas ou públicas, bem como os relacionamentos e conflitos inerentes à função, com foco nas modificações demandadas pela cibercultura. Visava, também, à aplicação de conhecimentos teóricos e práticos para melhor aproveitamento do módulo pelos cursistas e para a troca de experiências entre eles, visto que os participantes possuíam perfis variados. Alguns eram acadêmicos de cursos de Comunicação Social e outros já tinham vários anos de atuação em assessorias.

Dentre os aspectos abordados nesse módulo, destacamos as relações entre as organizações (públicas e privadas), mídia e sociedade, público interno, bem como a relação entre assessor e assessorado. Também discutimos sobre os produtos de uma assessoria, como *releases*, *mailing*, *clipping*, *mídia training*, relatórios de avaliação, coletivas de imprensa, entre outros, e as mudanças que a cibercultura possibilita a esses instrumentos.

Buscamos, ainda, fomentar a reflexão sobre o atual contexto da profissão, com foco para inovação na comunicação. Outros temas discutidos foram a comunicação interna, o gerenciamento de crise e o uso das redes sociais nas assessorias. O módulo contou, também, com a participação dos profissionais Rodrigo Vargas, Camila Bini Pereira Rosa e Mauricio Rogério Ramos Araújo, que atuam na área de assessoria de comunicação em Mato Grosso e dividiram com o grupo as suas experiências vividas em vários anos de trabalho.

Confirmamos que as assessorias visam produzir uma comunicação mais eficiente e é uma ferramenta para organizações que têm por objetivo ampliar a credibilidade de sua imagem e aumentar a visibilidade de seu negócio. Os diálogos proporcionados durante o módulo trouxeram mais clareza sobre a importância de uma assessoria de comunicação integrada e preparada para lidar com as novas tecnologias digitais e responder aos veículos midiáticos nos bons e maus momentos da organização.

Nesse módulo, foi solicitado, como atividade avaliativa, um planejamento de comunicação para uma organização. Como cada organização apresentou uma necessidade específica verificada pelos cursistas, observamos que as dinâmicas organizacionais buscam reduzir custos, otimizar novas relações humanas e tecnológicas com práticas de inserção aos novos modos e às diferentes linguagens para melhor comunicar com seus públicos internos e externos.

No *Módulo 2 – Uso de tecnologias para a comunicação na/da organização* (dias 27, 28 e 29/10/2017), abordou a utilização de tais recursos (tecnologias digitais) na contemporaneidade, principalmente, por permitir aos vários usuários acessar e modificar, a partir do compartilhamento dos conteúdos que circulam pelo ciberespaço, em grande medida pelo desenvolvimento das tecnologias móveis, por exemplo, o aparelho celular e os aplicativos que

os acompanham. Se comparado com os meios de comunicação representantes da modernidade, como jornais, rádio e televisão, os dispositivos móveis, especialmente os smartphones, passam a ocupar uma lacuna que havia na relação entre usuários e os meios de comunicação, que é a interatividade. Aliás, esses aparelhos, com suas ambiguidades, simbolizam, na visão de Teixeira Coelho, a tecnologia definidora deste tempo, afinal,

O *smartphone* é o segundo cérebro do homem no século 21, um segundo cérebro que esse homem carrega na mão – não mais no bolso ou na sacola, como na pré-história do telefone celular, mas na mão: pode precisar dele a qualquer momento, é preciso sempre, literalmente, tê-lo à mão, 24 horas por dia, 7 dias por semana, algo sem registro na história da tecnologia humana (2015, p. 3).

Por esse motivo, nesse módulo, foram apresentadas as diversas estratégias de produção possíveis de serem utilizadas pelas organizações, tais como: atualização dos equipamentos (hardwares) com tecnologias e automação digitais, qualidade de acesso à internet (*wi-fi*), perfis em redes sociais para as/nas comunicações organizacionais, aplicativos que facilitam a vida e usos dos serviços para atingimento da missão da organização. Foram levadas em conta as diferentes questões estruturais que podem haver de uma organização para outra, principalmente as potencialidades dos recursos tecnológicos, sobretudo os de baixo custo, como câmeras de celulares, tabletes e outros dispositivos móveis, para maior eficácia comunicativa em questão. Por outro lado, a presença de novas tecnologias digitais nas organizações pode reduzir os números de vagas de trabalho com recurso humano, sendo o homem substituído pela automação e inteligência artificial.

Visando otimizar o uso desses recursos, foi fundamental a contextualização e diferenciação sobre as linguagens audiovisual, fotográfica e radiofônica, para melhor emprego e uso na comunicação organizacional, ou seja, quando se sabe quais são as potências de cada linguagem, seu uso se torna mais eficaz e consciente. Para a assimilação do conteúdo trabalhado, propôs-se, como atividade avaliativa, a produção de produtos fotográficos, audiovisuais e/ou sonoros para a comunicação organizacional. Diante dos resultados obtidos, em que se observou que os cursistas, em sua maioria, optaram pela realização de áudios, feitos pelo celular, em sala de aula, abriu-se para análises, discussões e mediações dos *cases* trabalhados.

No segundo momento do módulo, ressaltou-se as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) como ferramentas do controle social e de seu entrecruzamento com a Lei de Acesso à Informação⁴ e o Controle Social⁵. Evidenciou-se o que é essa Lei, para que ela serve, o que diretamente ela tem a ver com a comunicação, qual é o impacto para as instituições públicas e privadas, além de explicar o que são dados abertos (*Open Government*) e para que servem; bem como explicar sobre as políticas públicas em torno da abertura de dados. Para uma maior aproximação desse tema com a realidade, foi aberta uma discussão sobre como a tecnologia, somada à criatividade e aos dados abertos, pode gerar mais cidadania, ou mesmo, como essa combinação pode resultar na efetivação da cidadania.

Dentre os palestrantes convidados, Leandro Magalhães trouxe a exemplificação com o *case Operação Serenata de Amor*⁶, projeto de inteligência artificial para análise de gastos públicos no Brasil, e, no aplicativo *Mais Saúde*, vencedor do concurso internacional Hackacity (Cuiabá-MT), e, Mauricio Rogério Ramos Araújo, um dos autores do aplicativo e estudante da UFMT, apresentou um software que traz informações para o usuário do sistema público de

4 Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm

5 Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/pagina-interna/603399-controle-social>

6 Disponível em: <https://serenata.ai/>

saúde, que poderá conferir as especialidades, os horários e os locais onde o atendimento está disponível, sendo o banco de dados fornecido pelas próprias prefeituras, e que também irá contar com uma opção para denúncias.

No *Módulo 3 – Linguagens do corpo nas organizações* (dias 09, 10 e 11/11/2017), verificou-se que, na busca da forma apropriada para as representações cotidianas, o sujeito se apresenta em duas dimensões: a externa e a interna ao corpo. As características fenotípicas alteram-se com ou sem intervenções do outro, gerando signos suscetíveis a outras leituras e interpretações sobre si e que tecem representações internas por meio da consciência e dos estereótipos oriundos dessas relações de representações. Segundo Tomaz Tadeu Silva (2000, p. 90), “a representação é concebida como um sistema de significação” e dá sentido, existência e dependência à identidade e à diferença.

Assim, a produção e a representação do corpo em seus diversos estímulos sensoriais, transmitindo sensações, enquanto resultados dos processos entre as construções e as desconstruções de papéis para atuar de forma adequada, utilizam-se de expressões para cada ambiente/ocasião. Nesse módulo foram trabalhados: respiração, projeção e expressão vocal, gestualidades, movimentos, improvisações, acessórios e inteligência (do) coletiva(o) (dinâmica de grupo); a gestualidade do ponto de vista da cultura brasileira e os sentidos sensoriais humanos, para além dos movimentos corporais, gestuais e posturais que fornecem vantagens de domínio da linguagem corporal pela coerência na comunicação.

Ao proporcionar a compreensão no processo comunicativo pelo corpo, consideram-se as escolhas linguísticas que estão relacionadas à intenção comunicativa, uma vez que atribuem sentidos ao texto. De certo modo, garantem sua eficácia no processo de interação entre os interlocutores, na comunicação pela linguagem do corpo e produção de sentidos. Destacamos, dessa forma, a importância da comunicação e a relevância da interpretação no processo comunicativo, enquanto experiências das vivências, análises e interpretações. O que coaduna com a base semiótica adotada no curso.

O clima da organização e a coerência na comunicação organizacional observados nos diálogos durante o módulo têm, como resultados, vivências para corpos que falam por meio da produção e representação: construções e desconstruções de papéis, análises e interpretações sobre o corpo.

A atividade avaliativa se deu com a análise de vídeos de até um minuto, cujo tema central era cenas do ‘recurso humano’ no cotidiano da organização, em que o destaque foi a presença de corpos humanos construídos e desconstruídos nos papéis representados nas organizações, devendo, o cursista, analisar as comunicações expressas pelo corpo nas relações de trabalho, pelo período de um minuto. O desenvolvimento das análises da comunicação pela linguagem do corpo e a produção de sentidos destacaram a importância da comunicação e a relevância da interpretação no processo comunicativo e de poderes das/nas organizações. Todos os cursistas receberam *feedback* do docente mediador dos vídeos produzidos e analisados. O que se destacou foi o aguçamento das percepções visuais das composições corporais que comunicaram algo e produziu sentidos na possível relação de interação e interatividade.

O último módulo, *Módulo 4 - Produção de textos* (dias 17, 18 e 19/11/2017), teve o objetivo de dialogar sobre as características de alguns gêneros utilizados para a comunicação nas organizações, sejam elas públicas ou privadas, em especial àqueles produzidos em assessorias (de comunicação/imprensa), além de oportunizar a produção de textos publicitários e jornalísticos. Também foram trabalhadas as principais técnicas de cerimonial, com foco nos textos exigidos para a atividade. O módulo foi desenvolvido com base na teoria e na prática, com a intenção de que os cursistas aplicassem os conhecimentos teóricos e técnicos (práticos).

Inicialmente, o módulo tratou da produção de textos nas organizações e os diferentes gêneros de textos de comunicação (jornalísticos, publicitários, entre outros), utilizados em assessorias de comunicação/imprensa. Tendo em vista a diversidade de gêneros textuais utilizados pelas assessorias no contexto das organizações, foi necessário selecionar alguns deles para serem trabalhados. Escolhemos a redação jornalística e publicitária, o roteiro de documentário, a crônica, o texto para rádio, teatro, cinema e artes plásticas, além do roteiro de cerimonial.

Nessa fase, tivemos a participação dos jornalistas e publicitários Maria Elizangela Góes dos Santos, Marcia Maria Pereira Screnci Ribeiro e Aliana França Camargo Costa, que compartilharam suas experiências e deram dicas sobre a produção dos gêneros textuais escolhidos para maiores detalhamentos.

Com o propósito de recuperar impressões e feitos, os cursistas foram convidados a elaborar uma crônica. O que importava era a criatividade do texto, em que cada um pôde escolher o tema, cujo formato para a entrega da atividade avaliativa pôde ser: texto escrito em palavras, áudio e/ou vídeo. A atividade foi individual, desenvolvida à distância e encaminhada por e-mail, e, em sua maioria, foi composta por crônicas escritas que abordavam a dinâmica nas relações das organizações analisadas no decorrer do curso. Todos os cursistas receberam *feedback* dos instrutores dos textos produzidos e analisados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS OU LINHAS DE FUGA

Cabe-nos registrar a importância dos estudos do NUCOM/UFMT para, em primeira versão, embasar como se concebeu o curso de extensão *Comunicação e Organizações*.

Estudar Comunicação implica adentrar um campo de conhecimento que serve para reflexões e ações em múltiplas áreas de atuação. Na interação, os interlocutores atuam conjuntamente para a construção de sentidos e, na interatividade, a interferência e modificação para construção de sentidos é de todos: docentes e discentes participantes do curso. Cabe-nos rever concepções e outras metodologias de pesquisas, como a netnografia, enquanto retorno do curso, que provocou a ampliação dos estudos do núcleo e suas aplicabilidades.

No que se refere ao desafio aceito inicialmente, em ofertar um curso de extensão com a temática *Comunicação e Organizações*, o sentimento de realização foi gratificante para o NUCOM/UFMT, completo e com bons resultados. Isso também, quando falamos no sentido de socialização dos saberes que podem, na organização, embasar os fazeres e, em outra direção, as vivências dos profissionais ou dos que ainda estão em formação e que contribuem para a atualização dos nossos estudos como pesquisadores, por uma demanda de mercado e acadêmica. O que faz com que mantenhamos as linhas de fuga, abrindo possibilidades em devir.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

CHION, Michel. **A audiovisualização: som e imagem no cinema**. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

COELHO, Teixeira. **Com o cérebro na mão: no século que gosta de si mesmo**. [Santiago de Compostela]: Conselho Cultural da Galícia, 2015. Texto apresentado no seminário “Desafios culturais no ecossistema comunicativo do século 21”.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

EDITORIAL QUE CONCEITO. São Paulo. Disponível em: <https://queconceito.com.br/organizacao>. Acesso em: 31 jul. 2019.

FILHO, Ciro M. A virada comunicacional: ou porque os estudos de “mídiação”, de hábito e da Teoria dos Media passam ao largo da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 134-144, abr./ jun. 2015.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. *In: Matrizes*, ECA-USP, v. 8, n. 2, p. 35-61, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/90446/93218>. Acesso em: 24 mar. 2019.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

LÓTMAN, Yuri. **Estética y semiótica del cine**. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.

LÓTMAN, Yuri. **La semiosfera I**. Madrid: Cátedra, 1996.

MACHADO, Irene. Circuitos dialógicos: para além da transmissão de mensagens. p. 57-68. *In: MACHADO, Irene. (org.) Semiótica da cultura e Semiosfera*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2007.

NOGUEIRA, M. F. M.; DA SILVA, R. M. A comunicação das organizações: planejamento e gestão pela lente da cultura e da complexidade. *In: Razon y Palabra*, Quito, n. 87, p. 359-367, jul./sept. 2014. Disponível em: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/600>. Acesso em: 23 mar. 2019.

POSSARI, Lúcia Helena Vandrúsculo. **Material Didático para a EaD: Processo de Produção**. Cuiabá: EdUFMT, 2009.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. *In: Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 31, p. 47-53, dez. 2006. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3392/2657>. Acesso em: 24 mar. 2019

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. *In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SIQUEIRA, Aline Wendpap Nunes de Siqueira. **Atribuindo sentidos outros pelo WhatsApp: o riso na interatividade audiovisual – “Vôte Prantchei!”**. Tese apresentada ao PPGECCO UFMT. Cuiabá. 2017.

Data de recebimento: 20 de maio de 2019.

Data de aceite para publicação: 05 de agosto de 2019.